



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN
PIMAMPIRO.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: Santos Pérez Nadia Gabriela.

DIRECTOR: Ing. Cisneros Marcelo

Ibarra 2014

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación, partió de la finalidad de contribuir al sector textil del cantón Pimampiro, las investigaciones ayudaron conocer que en el cantón existe la demanda de prendas formales, sin embargo los actuales talleres no cuentan con la planificación de producción necesaria para ofrecer calidad y variedad en estos productos, generándose así la oportunidad de implantar una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa formal, misma que ofrece prendas como pantalones, camisas, chaquetas sastres, corbatas y faldas, que podrán adquirirse de forma parcial o en su conjunto. El mercado objetivo al que se pretende llegar está constituido por la población del sector urbano comprendida entre 18 y 65 años de acuerdo a su capacidad adquisitiva, de este objetivo se pretende captar el 50% de la demanda insatisfecha. En el presente proyecto se establece una planta acorde a la producción determinada para ofertar, luego cumplir con las propuestas operativas y administrativas de la microempresa, y finalmente lograr cumplir con el nivel de ventas planeado. También se puede conocer que el proyecto en su trayectoria tiene un declive, debido a las reinversiones necesarias para continuar con las operaciones productiva, mismo que posteriormente es recuperado. La microempresa se encuentra representada por un gerente administrativo, y subdividida en departamentos de producción y comercialización con sus respectivas áreas, quienes trabajaran mancomunadamente para el éxito de la misma. A través de las proyecciones se puede conocer el movimiento operativo y económico de la microempresa, deduciendo que existe una rentabilidad año tras año, concluyendo una evaluación financiera con resultados positivos que indican que la factibilidad del presente proyecto.

SUMMARY

The present investigation departed from the purpose of contributing to the textile sector of the canton Pimampiro, the investigations helped to know that in the canton there exists the demand of formal articles, nevertheless the current workshops do not possess the planning of necessary production to offer quality and variety in these products, there being generated this way the opportunity to implant a small enterprise dedicated to the confection and commercialization of formal clothes itself, that offers articles like trousers, shirts, jackets tailors, ties and skirts, which will be able to be acquired of partial form or in his set. The target market to which it is tried to come is constituted by the population of the urban sector understood between 18 and 65 years of agreement to his acquisitive capacity, of this aim one tries to catch 50 % of the unsatisfied demand. In the present project a plant is established shorten to the production determined to offer, then to expire with the operative and administrative offers of the small enterprise, and finally to manage to expire with the level of sales planned. Also it is possible to know that the project in his path has a decline, due to the new necessary investments to continue with the operations productive, same that later is recovered. The small enterprise is represented by an administrative manager, and subdivided in departments of production and commercialization with his respective areas, who were working together for the success of the same one. Across the projections it is possible to know the operative and economic movement of the small enterprise, deducing that exists profitability year after year, concluding a financial evaluation with positive results that indicate that the feasibility of the present project.

AUTORÍA

Yo, Nadia Gabriela Santos Pérez; declaro mediante juramento, que el presente trabajo es de mi autoría, que no ha sido presentado anteriormente, en ningún trabajo de grado, ni calificación profesional.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación, serán de mi exclusiva responsabilidad.

En la ciudad de Ibarra, a las 08:00 hrs del mes de febrero del 2014.



Nadia Gabriela Santos Pérez

C.I 100348622-0

AUTORA

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la, Srta. Nadia Gabriela Santos Pérez, para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN PIMAMPIRO", Certifico que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 06 días del mes de febrero del 2014.



Ing. Marcelo Cisneros

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, **Nadia Gabriela Santos Pérez** con cédula de ciudadanía Nro. **100348622-0** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN PIMAMPIRO"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor 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.

EMAIL:

TELEFONO:

(Firma):

Nombre: Nadia Gabriela Santos Pérez

Cédula: 100348622-0.

Ibarra, a los 06 días del mes de febrero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100348622-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Santos Pérez Nadia Gabriela		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Pílanquí del IESS, Luis Alfonso Moreno 1-22		
EMAIL:	Adiabi19@outlook.es		
TELÉFONO FIJO:	3046867	TELÉFONO MÓVIL:	0969731974

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN PIMAMPIRO”
AUTORA:	Santos Pérez Nadia Gabriela
FECHA: AAAAMMDD	2014-02-06
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Marcelo Cisneros

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo NADIA GABRIELA SANTOS PÉREZ, con cédula de ciudadanía Nro. 1003486220 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta: que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es 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 06 días del mes de Febrero de 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Nadia Gabriela Santos Pérez
C.C. 1003486220

(Firma).....

Nombre: Ing. Bethy Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Este trabajo y toda mi carrera universitaria culminados con la mayor humildad, orgullo y éxito, lo dedico a mi madre Yolanda Magdalena Santos Pérez, quien me dio la vida y me ha entregado su sacrificio, paciencia y amor, proporcionándome las fuerzas necesarias, para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten a pesar de haber pasado tiempos difíciles.

A mi hermano, Josué Ariel, por ser una de mis inspiraciones y ejemplo a seguir.

A la honorable memoria de mi querida abuelita Carmen Pérez.

Los quiero mucho.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme obsequiado el regalo más grande, que es la vida, y por haberme concedido su bendición y compañía día tras día mediante la dicha de caminar, la prueba de tropezar y el valor para levantarme y continuar hasta llegar al final.

Agradezco a cada uno de mis docentes, por haberme compartido sus conocimientos y experiencias, en el trayecto de mi carrera universitaria.

A mi madre por su grandioso esfuerzo y apoyo moral y económico.

A mi tía Patricia Lorena y a mi abuelito Guillermo quienes también me brindaron su constante apoyo.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto comprende el: Estudio de factibilidad, para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa formal en el cantón Pimampiro. A continuación se expone una síntesis de lo que se trata en cada capítulo del informe final del trabajo de grado. El proyecto está estructurado de siete capítulos, siendo los siguientes: Diagnóstico Situacional, estudio de mercado, marco teórico, estudio técnico, estudio económico financiero estructura administrativa y funcional de la microempresa, y análisis de impactos, mismos que son necesarios y fundamentales para la elaboración y ejecución del proyecto en el cantón Pimampiro.

Capítulo I, diagnóstico situacional, donde se resalta los antecedentes del cantón Pimampiro, sobre todo en los temas de confección y actividad artesanal su importancia y perspectivas de desarrollo mediante la aplicación y análisis de los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

Capítulo II, hace referencia a las bases teóricas donde se conceptualiza los parámetros técnicos de la elaboración y comercialización del producto, así como también aspectos relacionados a la operación administrativa y financiera de la microempresa.

Capítulo III, es el estudio de mercado, en donde se puede determinar la oferta, la demanda, mediante la encuesta aplicada a la población del cantón Pimampiro, como también a los talleres artesanales de confección y puntos de venta de ropa formal.

Capítulo IV, ingeniería del proyecto, formula un diseño técnico sobre las instalaciones de la microempresa, establece la capacidad de producción y los procesos productivos optimizando recursos, delimitando las inversiones para el funcionamiento de la misma.

Capítulo V, Hace referencia a la inversión del proyecto, de la misma manera se determina el capital de trabajo con el que va a partir, es decir se determina el monto que se utilizará en la adquisición de los materiales directos e indirectos, como también gastos administrativos y ventas, así mismo se determinará los ingresos y egresos producidos dentro de un periodo, con todos estos resultados se puede obtener los balances proyectados, mismos que ayudan a determinar la evaluación financiera del proyecto, mediante la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto, Beneficio – Costo, mismos que son analizados para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI, estructura administrativa y funcional de la microempresa, hace referencia a la constitución y propuesta administrativa y de organización interna de la empresa, descripción de puestos, funciones y competencias.

Capítulo VII, Análisis de impactos, es un análisis que se determina al establecer el proyecto, los cuales pueden ser beneficios o desventajas que tiene en la implantación del proyecto en el área: socio económico, educativo cultural, empresarial, y ambiental.

Finalmente se llega a determinar las conclusiones y recomendaciones, establecidas durante la investigación y desarrollo de todos los capítulos antes mencionados

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág
Portada	I
Resumen Ejecutivo	II
Autoría	IV
Informe de Profesor – Director	V
Cesión de Derechos	VI
Autorización de Uso	VII
Dedicatoria	X
Agradecimiento	XI
Presentación	XII
Índice General	XIV
Índice de Cuadros	XIX
Índice e Gráficos	XXIII
Introducción	XXV
Capítulo I Diagnóstico Situacional	31
Descripción del Sitio	31
Aspectos Generales del Cantón	32
Aspectos Económicos	33
Aspectos Básicos del Cantón Pimampiro	34
Antecedentes del Sector de la confección	38
Objetivos	45
Variables Diagnosticas	45
Matriz de Relación Diagnóstica	47
Recopilación de la información	48
Instrumentos de Investigación	48
Análisis de la Información	49
Análisis de Variables Diagnósticas	55
Determinación de la Matriz Aoor	56
Cruce Estratégico Aoor	60
Identificación de la Oportunidad de Inversión	62
Capítulo II Marco Teórico	63
Proyecto	63

Estudio De Factibilidad	63
Empresa	64
Microempresa	65
Servicio	65
Objetivos	66
Variables	66
Confección	67
Ropa Formal	67
Producción, Producto Y Medios De Producción	70
Estudio De Mercado	72
Población	73
Oferta	74
Demanda	75
Comercialización	75
Producto	75
Precio	76
Plaza	76
Promoción	76
Estudio Técnico	77
Localización Del Proyecto	77
Tamaño Del Proyecto	78
Maquinaria	78
Mano De Obra	79
Materia Prima	79
Procesos	80
Estudio Financiero	81
Inversión Fija	81
Inversión Variable	81
Capital de Trabajo	82
Financiamiento	82
Punto de Equilibrio	83
Costos y Gatos	83
Depreciación	84

Flujo de Caja	84
Balances Proyectados	85
Valor Actual Neto	86
Tasa Interna de Retorno	87
Tiempo de Recuperación de la Inversión	88
Beneficio Costo	88
Estructura Organizacional	88
Estructura Funcional	89
Planificación Estratégica	89
Capitulo II Estudio de Mercado	91
Presentación	91
Objetivos	91
Identificación del Producto o Servicio	92
Segmento De Mercado	95
Identificación de la Población	96
Mercado Objetivo	96
Muestra	97
Estratificación Encuestas	98
Tabulación de Encuestas	99
Análisis de La Demanda	125
Análisis de la Oferta	128
Demanda Insatisfecha	130
Análisis de precios e Inflación	132
Comercialización	133
Estrategias	134
Conclusiones	134
Capítulo IV Estudio Técnico	135
Introducción	135
Objetivos	135
Macro Localización	136
Micro Localización	138
Tamaño del Proyecto	140
Capacidad de Producción	142

Proceso de Producción	143
Diseño de Instalaciones	146
Requerimiento de Inversión	146
Materia Prima	146
Mano de Obra	147
Servicios Básicos	148
Maquinaria y Equipo de Producción	149
Muebles y Enseres para Oficinas	151
Equipos para Oficina	152
Instalaciones	153
Resumen de Inversión del Proyecto	153
Capítulo V Estudio Financiero	157
Inversión	157
Activos Fijo	157
Activo Diferido	159
Capital de Trabajo	160
Costos de Materia Prima	160
Costos de Mano de Obra	162
Costos Indirectos de Fabricación	163
Costo de Producción Total	164
Gastos Administrativos	165
Gastos de Ventas	166
Inversión Inicial	169
Financiamiento	170
Amortización de la Deuda	170
Depreciación de Activos Fijos	172
Proyección de Ingresos	173
Estado de Situación Inicial	176
Estado de Resultados	177
Flujo de Fondos	177
Evaluación de la Inversión	178
TMRA (Tasa De Rendimiento Medio)	179
VAN (Valor Actual Neto)	179

TIR (Tasa Interna De Retorno)	181
Relación Costo Beneficio	181
Periodo de Recuperación	182
Punto de Equilibrio	183
Conclusiones	186
Capítulo VI Propuesta Administrativa	187
Objetivo	187
Base Legal	187
Razón Social	188
Logotipo de La Microempresa	188
Slogan de la Microempresa	189
Tipo de Empresa	190
Organización	192
Misión	192
Visión	192
Estrategias	194
Estructura Orgánica	195
Descripción de Funciones	196
Capítulo VII Impactos del Proyecto	201
Valoración del Impacto	201
Impacto Social	201
Impacto Económico	203
Impacto Empresarial	204
Impacto Educativo	205
Impacto Ambiental	205
Conclusiones	206
Recomendaciones	207
Bibliografía	208
Linkografía	209
Anexos	210

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido	Pág.
Cuadro # 1 Población del Cantón	32
Cuadro # 2 Población Económicamente Activa	33
Cuadro # 3 Ocupación De La Población	34
Cuadro # 4 Principales Entidades Públicas y privadas.	41
Cuadro # 5 Talleres Artesanales	43
Cuadro # 6 Matriz de Relación Diagnostica	49
Cuadro # 7 Identificación de la Población	96
Cuadro # 8 Población Meta	97
Cuadro # 9 Género de los encuestados	99
Cuadro # 10 Nivel Socioeconómico	100
Cuadro # 11 Frecuencia de Compra Chaqueta de hombre	101
Cuadro # 12 Frecuencia de uso Del Pantalón	102
Cuadro # 13 Frecuencia de uso Camisa	103
Cuadro # 14 Frecuencia de uso Camisa	104
Cuadro # 15 Frecuencia uso Terno Hombre	105
Cuadro # 16 Frecuencia de Compra Chaqueta de Mujer	106
Cuadro # 17 Frecuencia de Compra de la Blusa	107
Cuadro # 18 Frecuencia de Compra del pantalón de Mujer	108
Cuadro # 19 Frecuencia de Compra de la Falda	109
Cuadro # 20 Frecuencia de Compra del Terno de Mujer	110
Cuadro # 21 Razones de Uso de Ropa Formal	111
Cuadro # 22 Parámetros de Compra	112
Cuadro # 23 Formas de Adquisición	113
Cuadro # 24 Lugar de Compra	114
Cuadro # 25 Precio de la Chaqueta de Hombre	115
Cuadro # 26 Precio de la Camisa de Hombre	116
Cuadro # 27 Precio del Pantalón de Hombre	117
Cuadro # 28 Precio de la Corbata	118
Cuadro # 29 Precio de la Chaqueta de Mujer	119
Cuadro # 30 Precio de Una Blusa	120
Cuadro # 31 Precio del Pantalón de Mujer	121

Cuadro #	32	Precio de la Falda	122
Cuadro #	33	Forma de Pago	123
Cuadro #	34	Medio Publicitario	124
Cuadro #	35	Demanda de Ropa Formal por Personas	125
Cuadro #	36	Demanda por Población	126
Cuadro #	37	Tasa de Crecimiento Poblacional	127
Cuadro #	38	Demanda Proyectada Población	128
Cuadro #	39	Oferta Cantonal	129
Cuadro #	40	Incremento de la Oferta	130
Cuadro #	41	Oferta Proyectada	130
Cuadro #	42	Demanda Insatisfecha	131
Cuadro #	43	Demanda Insatisfecha por Años	131
Cuadro #	44	Inflación	132
Cuadro #	45	Precios	133
Cuadro #	46	Macro Localización	136
Cuadro #	47	Micro Localización	138
Cuadro #	48	Producción a Realizarse	142
Cuadro #	49	Tiempo de Demora por Prenda	144
Cuadro #	50	Costos De Materia Prima	153
Cuadro #	51	Remuneraciones de Producción	153
Cuadro #	52	Materiales E Insumos Producción	154
Cuadro #	53	Remuneraciones de Administración	154
Cuadro #	54	Servicios e Insumos Administración	154
Cuadro #	55	Sueldos Y Salarios de Ventas	155
Cuadro #	56	Servicios e Insumos Ventas	155
Cuadro #	57	Inversiones Fijas Producción	155
Cuadro #	58	Inversión Fija Administración	156
Cuadro #	59	Inversión Fija Ventas	156
Cuadro #	60	Activos Diferidos	156
Cuadro #	61	Inversión Total Anual	156
Cuadro #	62	Activos Fijos	158
Cuadro #	63	Resumen De Activos Fijos	159
Cuadro #	64	Diferidos	159

Cuadro #	65	Capital de Trabajo	160
Cuadro #	66	Determinación de Egresos	161
Cuadro #	67	Remuneraciones Año Base	162
Cuadro #	68	Proyección Mano Obra	163
Cuadro #	69	Cif (Costos Indirectos)	164
Cuadro #	70	Costo de Producción	164
Cuadro #	71	Sueldos Y Salarios Administrativo	165
Cuadro #	72	Proyección Sueldo Administrativo	165
Cuadro #	73	Servicios Básicos Administración	166
Cuadro #	74	Resumen de Ventas	166
Cuadro #	75	Proyección Remuneración Ventas	167
Cuadro #	76	Servicios Y Suministros Ventas	167
Cuadro #	77	Resumen Gastos De Ventas	168
Cuadro #	78	Resumen de Costos y Gastos	168
Cuadro #	79	Capital de Trabajo	169
Cuadro #	80	Inversión	169
Cuadro #	81	Financiamiento	170
Cuadro #	82	Amortización de la Deuda	171
Cuadro #	83	Amortización de la Deuda Anual	172
Cuadro #	84	Gastos Financieros	172
Cuadro #	85	Depreciaciones	173
Cuadro #	86	Unidades de Ventas	173
Cuadro #	87	Proyección de Precios	173
Cuadro #	88	Proyección de Ingresos	174
Cuadro #	89	Estado de Situación Inicial	176
Cuadro #	90	Estado de Resultados	177
Cuadro #	91	Flujo de Caja	178
Cuadro #	92	Tasa de Redescuento	179
Cuadro #	93	Valor Presente Neto	180
Cuadro #	94	Relación Beneficio Costo	181
Cuadro #	95	Periodo de Recuperación	182
Cuadro #	96	Flujos Netos Acumulados	182
Cuadro #	97	Punto de Equilibrio	183

Cuadro #	98	Valoración Del Impacto	201
Cuadro #	99	Impacto Social	202
Cuadro #	100	Impacto Económico	203
Cuadro #	101	Impacto Empresarial	204
Cuadro #	102	Impacto Educativo	204

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	Pág.
Grafico 1 Mapa Político De Pimampiro	32
Grafico 2 Género De Encuestados	99
Grafico 3 Nivel Socioeconómico	100
Grafico 4 Frecuencia Compra Chaqueta Hombre	101
Grafico 5 Frecuencia De Uso Del Pantalón	102
Grafico 6 Frecuencia De Uso Camisa	103
Grafico 7 Frecuencia De Uso Camisa	104
Grafico 8 Frecuencia Uso Terno Hombre	105
Grafico 9 Frecuencia De Compra Chaqueta De Mujer	106
Grafico 10 Frecuencia De Compra Blusa	107
Grafico 11 Frecuencia De Compra Pantalón De Mujer	108
Grafico 12 Frecuencia De Compra Falda	109
Grafico 13 Frecuencia De Compra Terno De Mujer	110
Grafico 14 Razones De Uso De Ropa Formal	111
Grafico 15 Parámetros De Compra	112
Grafico 16 Formas De Adquisición	113
Grafico 17 Lugar De Compra	114
Grafico 18 Precio De Chaqueta De Hombre	115
Grafico 19 Precio De Una Camisa De Hombre	116
Grafico 20 Precio De Pantalón De Hombre	117
Grafico 21 Precio De La Corbata	118
Grafico 22 Precio De Chaqueta De Mujer	119
Grafico 23 Precio De Una Blusa	120
Grafico 24 Precio Del Pantalón De Mujer	121
Grafico 25 Precio De La Falda	122
Grafico 26 Forma De Pago	123
Grafico 27 Medio Publicitario	124
Grafico 28 Demanda Por Personas	125
Grafico 29 Demanda Por Población	126
Grafico 30 Mapa Ecuador	137

Grafico	31	Mapa Imbabura	137
Grafico	32	Mapa Pimampiro	138
Grafico	33	Sector Urbano	139
Grafico	34	Sector Microempresa	139
Grafico	35	Flujo Grama	145
Grafico	36	Distribución De La Planta	146
Grafico	37	Logotipo	188
Grafico	38	Organigrama	195

INTRODUCCIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN PIMAMPIRO.

En Pimampiro existen 4 talleres artesanales, dedicados a la confección de ropa, señalando que su prioridad son los uniformes escolares y una gama de faldas y blusas bajo pedido del cliente; Existe también puntos de venta de intermediarios, quienes no cuentan con una gama y variedad de prendas. Los propietarios de los talleres artesanales desarrollan esta actividad desde hace 20 años aproximadamente y mantiene métodos tradicionales, que les permite confeccionar con estrictos acabados; sin embargo ellos están limitados en diseños tradicionales y antiguos que no satisfacen los gustos y exigencias de clientes. Debido a la existencia de un centro de formación artesanal año tras año se incorporan profesionales en la rama de corte y confección, mismos que al no encuentran un lugar donde ejercer su profesión se dedican a otras actividades y olvidan sus conocimientos adquiridos, esta actividad no ha crecido y desarrollado debido a una falta de hábitos en el ahorro y reinversión quedándose a nivel personal y familiar.

Ante esta situación planteo la propuesta, que consiste realizar un estudio de factibilidad para crear una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa formal y semi formal en el cantón Pimampiro; misma que debe disponer de una planta donde se coloque el taller de confección, con el espacio suficiente para la ubicación de máquinas, mesas de cortado, anaqueles y herramientas de costura, donde las trabajadoras puedan tener buen desempeño y fácil acceso a materiales necesarios; una bodega para el almacenamiento de materia prima, que permita conservar el material en buenas condiciones y sin exposición a

daño alguno, un salón que funcione como local comercial de los productos, con mostradores, camerinos, espejos, etc., donde los clientes puedan observar, probarse y tomar su decisión final; Servicios sanitarios para requerimientos de clientes internos y externos.

Para la realización de este trabajo se efectuó un diagnóstico situacional y estratégico, aplicando técnicas de investigación como selecciones de muestras, aplicación de encuestas, entrevistas, observaciones sobre la producción y consumo de ropa formal. El estudio de mercado se lo llevó, a través del planteamiento adecuado de objetivos que permitieron elaborar cuestionarios de calidad, para la aplicación de encuestas a una muestra de la población; misma que facilitó la factibilidad del proyecto, mediante el análisis de la producción y comercialización de ropa formal y semi formal en el cantón Pimampiro. Mediante el análisis de la actual demanda, se pudo determinar el nivel de oferta, precios accesibles, requerimientos de materia prima para la producción encaminada a la satisfacción de la demanda.

Fue necesario el asesoramiento de profesionales expertos en el tema de micro y macro localización, instalación y manejo de maquinaria de confección industrial, y confección con la finalidad de determinar, la ubicación, el tamaño, la estructura, maquinaria y equipo; así como también los procesos productivos del proyecto.

El estudio financiero fue realizado mediante el análisis de inversiones, el capital de trabajo, financiamiento del proyecto, ingresos, egresos, estados financieros, flujo de caja y finalmente se realizó una evaluación financiera mediante la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto.

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales se decidió realizar este estudio de factibilidad fueron:

La investigadora es una habitante de este cantón, que conoce la realidad sobre la demanda de ese tipo de productos y cuenta con un título profesional como maestra en la rama artesanal de corte, confección y bordado.

Debido a que la realización de esta microempresa permitirá; brindar productos a un costo moderado que no puede darse en la actualidad por la venta intermediaria.

En razón de que solo una producción local, puede confeccionar prendas tomando en cuenta las necesidades y gustos de la sociedad pimampireña.

Porque esta microempresa, se constituiría como la primera fuente de empleo en la rama artesanal del el cantón Pimampiro.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Elaborar un estudio de factibilidad, para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa formal en el cantón Pimampiro.

Objetivos específicos.

- Realizar un diagnóstico situacional del sector de confección de ropa formal en el cantón Pimampiro, para identificar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del sector.
- Elaborar un marco teórico - científico que permita sustentar el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de Mercado en este Cantón, para determinar la demanda, oferta, producción y comercialización.
- Realizar el estudio técnico para determinar la localización y las inversiones que requiere el proyecto.
- Realizar el estudio económico financiero, para establecer la factibilidad del proyecto.
- Diseñar una guía para el manejo organizacional administrativo de la microempresa.
- Determinar los posibles impactos del proyecto, en el aspecto económico, social y ambiental.

ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

Inductivo

Por medio de este método se recopiló información de libros, revistas, internet, códigos, y artículos que permitieron sustentar las definiciones del marco teórico, así como también cuantificar, tabular y analizar los resultados de las encuestas, con la finalidad de conocer la realidad del proyecto.

Deductivo

A través de la aplicación de este método se realizaron encuestas a la muestra seleccionada en el cantón Pimampiro, con la finalidad de recopilar aspectos importantes sobre los usos y preferencias de la ropa formal, disponibilidad de recursos, accesibilidad a precios, a los que analizare cuidadosamente y minuciosamente hasta encontrar la esencia de aspectos positivos y negativos del mismo

Observación

Mediante este método se realizó una observación directa en los talleres de confección, instituciones y cantón en general, para tener un conocimiento real sobre el funcionamiento, operación y atención al cliente.

Analítico sintético

”Una vez elaborados los cuestionarios y realizadas las encuestas, este método permitió tabular la información mediante cuadros explicativos y gráficos correspondientes a cada variable, que permitan comprender e interpretar la información adquirida; y faciliten a la vez la ejecución de un breve y claro informe de la situación.

Encuesta

Esta técnica se la utilizó para reunir información de propietarios y habitantes del cantón, con la finalidad de saber su criterio acerca de algunas variables, que me permitirán llegar a una cuantificación y análisis para la toma de decisiones eficientes en el presente proyecto.

Entrevista

Esta técnica se la aplicó, a personas más especializadas en el tema de confección, comercialización y uso de ropa formal; para despejar dudas y tener aclaraciones verídicas sobre la realidad del tema.

Cuestionarios

El cuestionario se lo elaboró tomando en cuenta las principales variables e indicadores que nos permitan recabar información importante para el presente proyecto, estos deben ser claros y breves para que no haya malas interpretaciones y falta de voluntad en la generación de información.

Ficha de observación

A través de este medio se pudo registrar la información encontrada en la realización de observación, para mantener clara evidencia de los aspectos encontrados en cada uno de los fenómenos observados.

Libro

El apoyo de libros permitió, conceptualizar de manera clara el marco teórico, para tener total conocimiento de cada uno de los términos manejados en el proyecto y así poder compararlos o ponerlos en práctica con la situación real.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. DESCRIPCIÓN DEL SITIO.

La palabra Pimampiro se compone de 5 voces PI MA AM PI RAR que significa (vida, grande, agua, mucho). Este está ubicado en la parte nororiental de la provincia azul de los lagos, a 52 Km de la ciudad de Ibarra; tiene una altura de 2.165 m.s.n.m. su clima es templado, su temperatura promedio es de 15°C, cuenta con 12.951 Habitantes, se encuentra asentada en un pequeño valle alto, elevado sobre la ribera sur de la cuenca del río Chota, con características topográficas relativamente planas y onduladas, al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con el cantón Ibarra. La extensión cantonal es de 442,5 km², que significan el 3.8% de la superficie total de la provincia de Imbabura. Se constituyó como Cantón el 21 de mayo de 1981 mediante Decreto Legislativo conforme a la Ley, por parte del Gobierno del Dr. Jaime Roldós Aguilera. Se encuentra dividido en cuatro parroquias como son: Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba, Chuga y la parroquia matriz Pimampiro como cabecera cantonal, y entre sus parroquias rurales podemos contar 45 comunidades. En el podemos identificar tres grupos humanos como son población indígena de la nacionalidad Kichwa, población afro ecuatoriana y población mestiza. Entre sus principales actividades se destaca La producción agrícola, como fuente de riqueza del cantón Pimampiro, considerado el cantón agrícola de Imbabura por la fertilidad y gran productividad de sus tierras, que prodigiosamente acepta toda clase de cultivos; entre otras actividades se manifiesta el comercio, y la industria de madera, esto ha hecho que en el cantón se agilicen las fuentes de progreso solo para esos campos, contando con un sin número

1.1.1.2 Aspectos Económicos.

Los habitantes del cantón tienen como principal fuente de ingreso a la agricultura y ganadería, como también nuevas actividades como son, industria de madera y últimamente el trabajo en entidades públicas y privadas sobre todo en entidades financieras, comercio, transporte, y la construcción, en este orden de importancia. A pesar de ello, en el cantón se presenta una crisis de empleo que ha obligado a que gran parte de su población con mano de obra calificada y no calificada emigre a otras ciudades en busca de trabajo. La distribución de la población económicamente activa e inactiva que corresponde desde los 10 años a más se distribuye de la siguiente manera según el último censo.

CUADRO NRO. .2

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN PIMAMPIRO

PARROQUIA	GENERO	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
Chuga	Hombre	367
	Mujer	102
	Total	469
Mariano acosta	Hombre	368
	Mujer	227
	Total	595
Pimampiro	Hombre	2.482
	Mujer	1.544
	Total	4.026
San Francisco	Hombre	397
	Total	524
TOTAL	Hombre	3.614
	Mujer	2.000
	Total	5.614

Fuente: CENSO DE POBLACIÓN 2010 - Año 2013

Elaborado por: Nadia Santos

CUADRO NRO. 3
OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA PIMAMPIREÑA

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	CASOS	PORCEN TAJE
Empleado/a u obrero/a de instituciones públicas o privadas.	297	7.52
Empleado/a u obrero/a privado	510	12.91
Jornalero/a o peón	1.028	26.02
Patrono/a	114	2.89
Socio/a	68	1.72
Cuenta propia	1.591	40.27
Trabajador/a no remunerado	57	1.44
Empleado/a doméstico/a	116	2.94
Se ignora	170	4.30
Total	3.951	100.00

Fuente: CENSO DE POBLACIÓN 2010-Año 2013
Elaborado por: Nadia Santos
Año 2013

1.1.1. Aspectos Básicos Del Cantón Pimampiro

El crecimiento de la sociedad Pimampireña se ha venido dando gracias al esfuerzo comunitario. Cabe resaltar que mediante mingas se han conseguido grandes obras como son la construcción de las primeras viviendas, instituciones educativas, caminos, canales de riego, etc. Este es un aspecto que enorgullece al cantón ya que cada habitante lleva plasmado en su corazón el ejemplo de trabajo, espíritu colaborativo y ahora trabajo mancomunado con las autoridades, hoy el esfuerzo comunitario y el de autoridades hace que cada vez este cantón obtenga mejoras en diferentes aspectos.

1.1.1.1. Educación

En tiempos pasados no existían lugares para educarse excepto la primaria, razón por la cual algunos de sus habitantes salieron de la ciudad para

educarse en otros sitios, luego gracias a la gestión de las autoridades cantonales, y población en general se fueron implantando instituciones educativas, actualmente en el cantón existen dos unidades educativas y dos colegios en el sector urbano, una extensión universitaria a distancia y un centro de formación artesanal que año tras año entrega a la sociedad profesionales en la rama artesanal de corte y confección, en el sector rural encontramos un sinnúmero de escuelas en cada una de las comunidades y cabeceras parroquiales, en las parroquias encontramos dos colegios con las especialidades de agronomía. En las últimas campañas de erradicación de analfabetismo cabe resaltar que Pimampiro fue declarado cantón libre de analfabetismo gracias a la participación de autoridades, tutores y la principal colaboración de los habitantes.

1.1.1.2. **Salud**

En tiempos pasados este aspecto era crítico en el cantón debido a la distancia, se puede manifestar que sus habitantes tenían como prioridad la medicina natural con plantas del sector, sin embargo estas no podían atender ciertas enfermedades por lo que se fue gestionando e implementando mejoras, comenzando por casas de asistencia médica y dispensarios médicos un tanto rudimentarios, luego doctores de otra ciudades entraron al cantón, actualmente se cuenta con la existencia de un centro de salud en la cabecera cantonal y en cada una de las parroquias, el centro de la cabecera cantonal brinda servicios de medicina general, ginecología y obstetricia, pediatría, odontología, laboratorio clínico, vacunación, emergencias, atención básica a adolescentes, farmacia, entre otros; además existe el servicio de ambulancias por parte del sub centro de salud y cuerpo de bomberos en caso de que la ciudadanía y el caso lo amerite. Se encuentran alrededor de 5 farmacias privadas, con estricto control de los organismos de salud.

1.1.1.3. **Principales enfermedades**

En tiempos pasados la población se veía invadida por diversas enfermedades entre una de ellas cabe manifestar el Paludismo mismas que fueron erradicadas gracias a los avances médicos. Hoy la actividad eminentemente agrícola ha presentado un alto índice de personas con cáncer, afecciones a la piel, dolores estomacales, cerebrales, infecciones gastrointestinales, y en épocas invernales las denominadas gripes, en los niños un pequeño porcentaje de desnutrición, en los hombres de edad avanzada enfermedades de próstata, o pulmonares debido al consumo de alcohol y cigarrillo. Y en estudiantes la denominada fatiga o estrés. Cabe manifestar también que las enfermedades en algunos lugares del sector rural se dan debido a la inexistencia de agua potable y alcantarillado.

1.1.1.4. **Vivienda**

En tiempos pasados se encontraban en el cantón humildes viviendas, elaboradas en tapia, bareque y en los sectores rurales las tradicionales chozas. Hoy en el cantón Pimampiro la mayoría de habitantes cuentan con vivienda propia, en el sector urbano, muchas de estas han sido remodeladas o recién construidas con estilos modernos, algunas de ellas con ingresos provenientes de migrantes que se encuentran en España. En el sector rural se puede observar un sin número de viviendas propias de los habitantes de cada sector y una gran cantidad de ellas como parte de los programas de vivienda gubernamentales. Sin embargo existe también un gran porcentaje que habita viviendas arrendadas en el sector urbano sobre todo ya que por situaciones de educación han tenido que movilizarse desde el sector rural.

1.1.1.5. **Electricidad y comunicación**

Hoy en el cantón Pimampiro se han abierto carreteras para llegar hasta los rincones más alejados, así como también se han instalado sistemas y redes de comunicación ya sea por fuentes públicas como por fuentes

privadas, en la mayoría de sectores rurales ha llegado la cobertura de medios de comunicación televisivos, radiales y telefónicos. Hay que mencionar la existencia de infocentros públicos en cada parroquia y en la mayoría de comunidades, así como también la existencia de una emisora privada en el cantón.

1.1.1.6. Agua potable y alcantarillado

Actualmente en la mayoría de lugares del sector urbano existe buena instalación de alcantarillas y buena disposición de agua potable, sin embargo cabe manifestar que en el sector rural estos servicios son críticos ya que hay lugares que únicamente cuentan con sistemas de aguas entubadas y otros aun no cuentan con servicios de agua aptos para el consumo.

1.1.1.7. Vialidad

Se puede decir que el sistema vial es adecuado para trasladarse desde cualquier lugar del país hasta la cabecera cantonal, sin embargo para acceder a las parroquias o desde ellas se encuentran rutas críticas, algunas empedradas, o lastradas, sin embargo esto se está reconstruyendo, construyendo gracias a la labor de autorales y comunidad en general.

1.1.2. Aspectos culturales del cantón Pimampiro

Uno de los principales referentes culturales de Pimampiro es identificarse como Pimampiro la tierra del sol. De ahí se desprende diversas actividades culturales de gran relevancia como son Inocentes en enero, Carnaval y Cultura por la vida. Trueque en semana santa, Coches de

madera en las fiestas de mayo, que son tradicionales, propias y únicas del cantón

1.1.3. Aspectos políticos de Pimampiro

En aspectos políticos este cantón se sujeta a las disposiciones legales y democráticas como lo señala la Constitución de la República del Ecuador. Es así como se cuenta con GAD municipal y parroquiales, así como también comisaria, jefatura política, notaria, y tenencias políticas parroquiales.

1.1.4. ANTECEDENTES DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN DEL CANTÓN PIMAMPIRO

1.1.4.1. Ropa formal

En tiempos pasados los pimampireños solían vestirse de manera formal sobre todo las personas de clase social alta, usaban ternos estilos confeccionados en paño, casimir, etc., la mayoría de ellos confeccionados por sastres de otras ciudades. Con la evolución de los años al igual que la tecnología evoluciona la moda y la ropa formal viene a ser remplazada por lo casual, sin embargo estos no han dejado de ser usados por personas que laboran en oficinas, o instituciones educativas y también aquellos que eligen un toque formal en ocasiones especiales, como son fiestas, aniversarios, celebraciones entre otras.

La ropa formal constituye una forma de distinción estético, que permiten cumplir ciertos requisitos dependiendo de la ocasión y el lugar social, como reuniones de trabajo, aniversarios, ceremonias, ocasiones especiales etc. dándole a la persona una presentación diferente, para hombre en épocas antepasadas consistía en tres piezas básicas llamadas, casaca, chupa constituidos por amplios cuellos, mangas anchas

y pantalones rodilleros, que con el paso del tiempo han ido evolucionando llegando a convertirse en chaqueta, chaleco, pantalones, camisas y corbatas en el caso del hombre. Para mujer representaban pomposos vestidos, que con el transcurso del tiempo debido a la liberación y modernización femenina tiene diferentes presentaciones entre los cuales se encuentran, faldas, pantalones, blusas, chaquetas, o vestido.

Este tipo de prendas, pueden dar un toque de vestimenta formal al utilizarlos en completa combinación como es pantalón y chaqueta del mismo color y tela; más una camisa y corbata en el caso del hombre, y en el caso de la mujer el terno estilo constituido por falda o pantalón y chaqueta del mismo color, más una blusa o este conjunto puede ser remplazado por un vestido. Con este tipo de prendas se puede hacer una combinación de vestimenta semi formal al utilizarlos o adquirirlos por separado, para hacer conjunto con prendas formales de otro color o incluso con una prenda casual según el caso lo amerite.

Estas prendas se caracterizan por un especial cuidado en su confección y uso de materiales para ello cabe manifestar que en el caso de los hombres son elaboradas en: telas como casimir, gabardina, pana, paño, los colores de preferencia en estas prendas para las chaquetas y pantalones son el negro, azul oscuro, café, gris, en el caso de las camisas suelen ser de colores claros lisas o con rayas, de manga larga y con puño. En el caso de mujer lo constituyen prendas como vestidos o trajes sastres, elaboradas en telas como gasa, chiffon, crepe, terciopelo, georgette, seda, raso, satín así como también el casimir y la gabardina.

1.1.4.2. Costureras y sastres

Las primeras personas que se dedicaron a la confección en el Cantón Pimampiro, fueron personas que adquirieron conocimientos por cuenta propia en otras ciudades, y ellos transmitían sus conocimientos a nuevos aprendices que llegaban a trabajar como operarios en sus talleres,

actualmente el cantón cuenta con profesionales en esta rama debido a la existencia de un centro artesanal en el cantón.

1.1.4.3. **Maquinaria y equipo**

En tiempos pasados los artesanos de la confección realizaban su actividad de confección utilizando maquinaria y herramientas clásicas de la época, entre estas se puede manifestar que utilizaban maquinas a pedal, manual, planchas a carbón que posteriormente fueron remplazados por maquinaria eléctrica con más sofisticación para dar mayor rapidez y mejores acabados a sus trabajos. Actualmente muchas de estas maquinarias han sido remplazadas por las llamadas industriales, dentro de ellas rectas, descubridoras, overlock entre otras, mismas que generan rapidez y calidad en el trabajo.

Fuente: Documento Centro Artesanal Rosa Zárate Antecedentes de la confección en el cantón Pimampiro.

Requerimientos de ropa formal

En el cantón Pimampiro se cuenta con los eventos antes mencionados, entre ellos podemos manifestar, que encontramos un promedio de 22 entidades que requieren de este tipo de prendas, entre ellas se encuentran colegios, escuelas, municipio, empresa eléctrica, notaria, comisaria, jefatura política y las demás constituidas por bancos y cooperativas públicas y privadas, se puede manifestar también que en el cantón se realizan festividad desde el comienzo del año hasta el final donde se realizan diversas actividades que ameritan que la población adquiera este tipo de prendas, entre ellas podemos manifestar desfiles, graduaciones, conmemoraciones, etc. Para ello anexamos una lista de las principales entidades, publicas y privadas con el número de trabajadores administrativos, ejecutivos y docentes.

CUADRO NRO.4
PRINCIPALES ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS DEL CANTÓN
PIMAMPIRO

INSTITUCIÓN	TRABAJADORES
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PIMAMPIRO	30
EMPRESA MUNICIPAL AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADA	7
EMPRESA ELÉCTRICA	6
COMISARIA	3
JEFATURA POLÍTICA	3
COLEGIO NACIONAL PIMAMPIRO	45
COLEGIO PARTICULAR LA DOLOROSA	25
CENTRO ARTESANAL ROSA ZARATE	10
ESCUELA ROZA ZÁRATE	15
ESCUELA LUCILA MAYA DE PROAÑO	12
ESCUELA PIMAMPIRO	10
ESCUELA ANTONIO RICAURTE	15
ESCUELA LA DOLOROSA	8
NOTARIA DEL CANTÓN	6
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	4
BANCO DEL PICHINCHA	6
COOPERATIVA ARTESANOS	6
COODESARROLLO	5
FODEMI	6
BANCO DEL PICHINCHA	
COOPERATIVA LA NUESTRA	6
COOPERATIVA IMBABURAPAK	8
TOTAL	236

Fuente: Observación en el cantón

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

1.1.4.4. Comercialización

La comercialización de ropa formal en el cantón Pimampiro ha sido escasa desde tiempos pasados, debido a tal situación, quien quería adquirir una prenda formal tenía que acudir a un sastre con al menos 3 meses de anterioridad, o salir a buscar este servicio fuera del cantón

donde podía adquirir una prenda elaborada o hacerse elaborar en un menor periodo de tiempo.

Cabe manifestar que este tipo de prendas no se los podía conseguir ya elaborados a no ser previo pedido, en la actualidad suele ser igual, ya que ninguno de los talleres confecciona una prenda para venderla si no es bajo un pedido realizado con anterioridad esto ha dado lugar a que el vestirse elegante se vuelva una gran oportunidad comercial, ya que la mayoría de personas adquiere su ropa en almacenes y tiendas comerciales fuera del cantón.

1.1.4.5. Talleres artesanales

Cabe manifestar que en el cantón Pimampiro actualmente existen dos microempresas de confección dedicadas a la elaboración de prendas deportivas en especial uniformes para colegios, escuelas y campeonatos deportivos, en el aspecto de ropa formal podemos hacer mención a los 4 talleres existentes quienes se dedican a la elaboración de prendas bajo pedido entre ellos cabe manifestar uniformes para escuelas, colegios, entidades, y uno de ellos vestidos de gala para ocasiones especiales, estos talleres están dirigidos por sus propietarios quienes en su mayoría son sastres y costureras de edad avanzada mismos que laboran con métodos y diseños tradicionales, limitándose a ofrecer variedad de modelos, diseños y calidad.

CUADRO NRO.5

TALLERES ARTESANALES DE CONFECCIÓN

NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	TRABAJADORES	TIPO DE PRENDAS
CONFECCIONES "TATI"	CHICHITO ANITA	COOPERATIVA 26 DE MAYO	2	Vestidos de Noche y gala. Prendas Formales
CONFECCIONES "GISELITA"	FRÍAS CRUZ ELENA	BOLÍVAR	2	Prendas Formales Uniformes
CONFECCIONES ROSI	ROSA RAMÍREZ	VÍA ORIENTE	1	Prendas Formales Uniformes
"SASTRERÍA RAMÍREZ"	RAMÍREZ BLANCA	GARCÍA MORENO	1	Prendas Formales

Fuente: Entrevista propietaria de taller. Sra. Roza Ramírez -

Elaborado por: Nadia Santos.

Año 2013

1.1.4.6. Educación y mano de obra artesanal

En Pimampiro también existe un centro artesanal, quien año tras año se dedica a formar profesionales en la rama de confección y bordado, a un principio este desarrollaba sus actividades como anexo a una escuela; pero hace aproximadamente 8 años tuvo el apoyo de autoridades nacionales y organizaciones extranjeras quienes le dotaron de infraestructura propia y maquinaria industrial de punta, lo que garantiza que sus profesionales tengan buenos conocimientos teóricos y prácticos en la rama. Esta institución gradúa un promedio de 20 personas anualmente, sin embargo al no encontrar una industria textil que ofrezca una oportunidad laboral a este tipo de profesionales tienen que emigrar a otras ciudades en busca de trabajo o dejar al olvido los conocimientos adquiridos en la rama de confección dedicándose a otras actividades.

1.1.4.7. **Entidades públicas y privadas que regulan y apoyan al sector artesanal.**

JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO: Conceder la titulación y calificación artesanal a quienes ejercen esta actividad, para permitir el ejercicio de su actividad como operador o propietario de taller.

MINISTERIO DE INDUSTRIAS: Promover la productividad e integración del sector textil en el ámbito de confecciones.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: Aplicar de impuestos y tarifas mediante la administración y control tributario.

MUNICIPIO: Crear ordenanzas para el cobro de impuestos de talleres.

BANCO NACIONAL DE FOMENTO: Otorgar microcréditos de producción y desarrollo del sector textil.

ENTIDADES FINANCIERAS PRIVADAS: Microcréditos de producción y desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Cabe manifestar que dentro de estas instituciones no encontramos al gobierno local como institución que promueva el desarrollo de este tipo de actividad en el cantón ya que se ha limitado a identificar a su sector como un cantón eminentemente agrícola, denominándolo también la tierra del tomate.

Fuente: Entrevista Licenciada Mercedes Méndez Directora del Centro de formación artesanal Rosa Zarate
Año 2013.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

Realizar el diagnóstico situacional del sector de confección de ropa formal en el cantón Pimampiro, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del sector.

1.2.2. Específicos

- Conocer el uso de la ropa formal en el cantón Pimampiro.
- Evidenciar las condiciones del servicio actual de confección de ropa formal existente en el Cantón Pimampiro
- Conocer la realidad sobre la infraestructura y equipamiento de los talleres dedicados a la confección de ropa formal.
- Detallar los recursos con los que opera el sector de confección y comercialización de ropa formal.
- Conocer el manejo de innovación y desarrollo en el sector de confección de ropa formal.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

De acuerdo a los objetivos del estudio se han identificado las siguientes variables, mismas que serán sujetas a un estudio cuidadoso de cada una de ellas para dar cumplimiento con el objetivo general.

- Uso
- Servicio actual

- Infraestructura adecuación
- Recursos
- Innovación y desarrollo

1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES.

1.4.1. Uso de ropa formal

- 1.4.1.1. Uso
- 1.4.1.2. Frecuencia

1.4.2. Servicio actual en el servicio de confección y venta de ropa formal

- 1.4.2.1. Variedad
- 1.4.2.2. Calidad
- 1.4.2.3. Atención

1.4.3. Infraestructura y adecuación de los talleres artesanales

- 1.4.3.1. Planta
- 1.4.3.2. Servicios básicos

1.4.4. Recursos de los talleres artesanales

- 1.4.4.1. Tecnología
- 1.4.4.2. Maquinaria
- 1.4.4.3. Muebles y enseres
- 1.4.4.4. Materia prima
- 1.4.4.5. Mano de obra

1.4.5. Innovación y desarrollo en los talleres artesanales.

- 1.4.5.1. Innovación
- 1.4.5.2. Desarrollo

**CUADRO NRO. 6
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN		
Realizar el diagnóstico situacional del sector de confección de ropa formal del cantón, Pimampiro para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del sector.	Conocer el uso de la ropa formal en el cantón Pimampiro	USO	Uso Frecuencia	Observación	Almacenes y talleres artesanales y población.		
	Evidenciar las condiciones del servicio actual de confección de ropa formal y existente en el Cantón Pimampiro	SERVICIO ACTUAL	Variedad Calidad Atención Precios				
	Detallar los recursos con los que opera el sector de confección y comercialización de ropa formal.	RECURSOS	Tecnología			Entrevista	Dirigida a los propietarios de talleres artesanales
			Maquinaria			Entrevista	
			Muebles y enseres	Entrevista			
			Materia prima	Entrevista			
			Mano de obra	Entrevista			
	Conocer el manejo de sobre la innovación y desarrollo en el sector de confección de ropa formal.	INNOVACIÓN Y DESARROLLO	Innovación Desarrollo	Entrevista Entrevista			
	Conocer la realidad sobre la infraestructura y equipamiento de los talleres dedicados a la confección de ropa formal.	INFRAESTRUCTURA ADECUACIÓN	Planta	Observación	Directamente en los talleres artesanales.		
			Servicios básicos	Observación			

Elaborado por Nadia Santos

Fuente: Diagnóstico.

Año 2013

1.5. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

El estudio de investigación se desarrollara en el cantón Pimampiro, se recabará información relevante relacionada con las variables e indicadores de la matriz diagnostica; para lo que se realizará entrevistas y observación directa.

1.5.1. Instrumentos de la investigación

Para este estudio la información que se recolecto se lo hizo en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

1.5.1.1. Información primaria

Para la obtención de la información primaria se consideró conveniente la aplicación de técnicas como: Observación y entrevista que fueron diseñadas en base a las variables.

- **Observación directa**

Para obtener esta información sobre el uso de ropa formal, las condiciones en las que laboran los actuales talleres, se visitará a los talleres de confección existentes y población, para conocer la calidad, variedad y precios se observara directamente en los puntos de venta y talleres de confección.

- **Entrevista**

Para complementar la obtención de información se entrevistará a los propietarios de los talleres existentes en el Cantón y al centro de formación artesanal Roza Zarate.

1.5.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.5.2.1. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN PARA CONOCER EL USO DE PRENDAS FORMALES EN EL CANTÓN.

Uso

Las personas en su mayoría utilizan prendas formales, al acudir a sus trabajos y otras por gusto propio.

Variedad

No existe variedad de ropa formal en el cantón Pimampiro, debido a que en los talleres de confección, no cuentan con una serie de muestras donde el cliente pueda elegir el modelo a su gusto, y en los almacenes no existe cantidad y variedad de modelos por cuanto las prendas a venderse son adquiridas en fábricas, donde logran una producción en serie mediante patrones similares.

Calidad

Se manifiesta que la calidad de los talleres artesanales es mejor que la de los almacenes, por cuanto en los talleres aún se ven los estrictos acabados a mano que estas prendas requieren, a diferencia de las que se comercializan que carecen de calidad en el acabado para una prenda formal, tales como son doblados, forros, etc.

Atención

La atención en la venta de este tipo de prendas es limitada en la indicación de precio, no se le brinda al cliente un asesoramiento, sobre lo que está adquiriendo.

Precios

Los precios de este tipo de prendas en el cantón, son precios moderados de acuerdo al bolsillo de los clientes, sin embargo su costo es alto en

relación a las condiciones del producto como son calidad y originalidad de la misma.

1.5.2.2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PROPIETARIOS DE LOS TALLERES ARTESANALES EN EL CANTÓN PIMAMPIRO

Señora Cruz Elena Frías.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el desempeño de esta actividad?

Aproximada 25 años en el desempeño de la rama de confección y comercialización bajo pedido de prendas formales y uniformes.

2. ¿Cree que en el cantón ha existido desarrollo tecnológico en el sector textil?, por ejemplo nuevos conocimientos sobre métodos de producción, maquinarias, equipos, etc.

Se puede manifestar que existe un desarrollo parcial ya que por cuenta propia, los propietarios de los talleres estamos pendientes de nuevos métodos, aparición de nuevos equipos, nuevas maquinarias; de ello no todo es factible aplicarlo por cuanto implica altos costos.

3. ¿Cuál es el tipo de maquinarias que utiliza el sector textil en el cantón Pimampiro? ¿son estas industriales, básicas, manuales?

Actualmente existe un sin número de maquinarias y equipos para cada detalle dentro de la confección, sin embargo los talleres textiles de Pimampiro laboran con maquinaria básica tradicional y básica industrial, lo que limita a trabajar en determinados tipos de telas y prendas.

4. ¿Tiene conocimiento sobre el mobiliario que debe existir en un taller artesanal, y dispone usted de todos ellos?

Si existen parámetros que indican la ergonomía de un taller artesanal de las medidas de la mesa, de trazado, muebles para guardado, reglas,

espacios etc. Sin embargo esto exige mucho y depende del tamaño del taller, exigiendo un espacio sumamente amplio para la ubicación exacta de los mismos.

5. ¿Qué tipo de materia prima utiliza en su taller, porqué y se encuentra dentro del cantón?

Debido a los requerimientos de las personas y a las condiciones de la maquinaria, la tela que más se adquiere es dacront, casimir, gabardina, seda, chiffon, por lo general estas telas se las adquiere en almacenes de Ibarra, y Atuntaqui ya que en el cantón se encuentran dos almacenes de telas, donde no existe variedad de colores y sus costos son más altos.

6. ¿El personal con el que labora posee mano de obra calificada, semi calificada, no calificada? Cuantos.

Una persona posee mano de obra calificada, en temporada de matrículas se contrata temporalmente operarias en la rama de corte y confección.

7. ¿Ha tomado en cuenta la innovación dentro de algún aspecto físico o laboral de su taller? ¿Cuál?

Se ha realizado cambios internos en el taller, por ejemplo en la maquinaria, se ha remplazado la maquinaria tradicional por maquinaria industrial, y se ha actualizado conocimientos para el dominio de nueva maquinaria.

8. ¿Desde la creación de su taller cual es el desarrollo que ha logrado en el ámbito, físico, laboral y productivo?

No se podría hablar de desarrollo por cuanto siempre se ha venido laborando con el mismo número de personas y la misma cantidad de producción siendo el movimiento laboral y económico del negocio estático en cuanto al tamaño y producción.

ANÁLISIS

En general se puede conocer que en este taller al cual son similar la mayoría, está dirigido por una profesional con bastante experiencia en la rama debido a sus años de labores, además se puede ver que a pesar de tener conocimiento sobre las nuevas exigencias tanto en tecnologías y ergonomía para el sector textil , no se aplica debido a la falta recursos monetarios y debido a que esta es un pequeño negocio familiar, donde labora una persona titulada en tiempo completo y se complementa con la ayuda temporal de una operaria.

Señora Anita Chiquito.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el desempeño de esta actividad?

Aproximada 10 años en el desempeño de la rama de confección y comercialización bajo pedido de prendas formales y vestidos de noche.

2. ¿Cree que en el cantón se ha existido desarrollo tecnológico en el sector textil? por ejemplo nuevos conocimientos sobre métodos de producción, maquinarias, equipos, etc.

En parte porque para satisfacer al cliente toca cumplir sus exigencias, para ello se requiere estar al tanto de nuevos procesos, modelos, maquinarias, diseños, sin embargo esto tiene un costo bastante alto.

3. ¿Cuál es el tipo de maquinarias que utiliza el sector textil en el cantón Pimampiro? ¿son estas industriales, básicas, manuales?

En este cantón, sobretodo en este taller se trabaja con maquinaria industrial, sin embargo no podemos decir que contamos con toda la maquinaria existente para este sector.

4. ¿Tiene conocimiento sobre el mobiliario que debe existir en un taller artesanal, y dispone usted de todos ellos?

Si en este taller conocemos del tamaño que debe tener una mesa, los anaqueles para guardar materiales, al hablar de las maquinas estas ya viene en su mueble adecuado, sin embargo requieren de una ubicación adecuada que en este taller se cumple de manera parcial.

5. ¿Qué tipo de materia prima utiliza en su taller, porqué y donde la adquiere?

De acuerdo a la exigencia del cliente y modelo de la prenda se utiliza seda, chiffon, satín, casimir, terciopelo, gamuza, licra, y para decoraciones mullos, encajes, grecas entre otros, este tipo de materia prima se la consigue en la ciudad de Ibarra, Tulcán, Atuntaqui y sur de Colombia.

6. ¿El personal con el que labora posee mano de obra calificada, semi calificada, no calificada? Cuantos.

Laboran dos personas con mano de obra calificada y una persona titulada recién adquiriendo experiencia.

7. ¿Ha tomado en cuenta la innovación dentro de algún aspecto físico o laboral de su taller? ¿Cuál?

Se cuenta con maquinaria industrial avanzada para la costura de cualquier tipo de tela, además se está pendiente de cualquier avance en maquinaria, telares, y conocimientos en sí.

8. ¿Desde la creación de su taller cual es el desarrollo que ha logrado en el ámbito, físico, laboral y productivo?

Se ha ampliado en lo que se refiere al tipo de prendas, por cuanto se comenzó elaborando prendas formales como pantalones, blusas, faldas, y se extendió a la elaboración de vestidos señalando que para algunos

eventos de belleza se han diseñado y confeccionado vestidos en este lugar.

ANÁLISIS

Mediante la entrevista a esta persona propietaria del taller más amplio se, puede conocer que desarrolla una producción más amplia, sin embargo, no afirma estar cumpliendo de manera total con las exigencias de ubicación, o se han implantado técnicas de innovación enfocadas en el desarrollo del negocio.

1.5.2.3. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN A LOS TALLERES DE CONFECCIÓN EN EL CANTÓN PIMAMPIRO.

- **Planta**

Al observar se pudo verificar que el taller más amplio es Confecciones Taty quien ha designado un espacio más amplio donde se puedan ubicar cómodamente el área de cortado, planchado, los demás desarrollan su actividad en un espacio reducido, sin embargo cabe manifestar que a pesar de ello todos mantiene un orden, mismo que es parte de las exigencias del sector de confección.

- **Servicios básicos**

Todos los talleres cuentan con servicios básicos como son agua potable, energía eléctrica, teléfono, además Confecciones Taty cuenta con el servicio de internet y una planta eléctrica que le permite laborar en caso de cortes de energía.

- **Tecnología**

En este ámbito se observó el tipo de maquinaria y equipos que poseen y cabe manifestar que todos laboran con tecnología manual y semi automática ya que los equipos y maquinarias vistas son, cortadoras,

planchas, maquinas en diseños tradicionales que requieren de total manipulación y modernas que requieren de parcial manipulación

- **Muebles y enseres**

Aquí se pudo observar que ninguno de los talleres cumple con las exigencias de un taller ya que no cuentan con el espacio suficiente que les permita colocar muebles como son mesas, sillas, anaqueles en el tamaño y ubicación adecuada.

ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS:

Uso de ropa formal: La mayoría de personas usan ropa formal, sin embargo se debe tomar en cuenta que, la continuidad con que la adquieren no es tan frecuente en la mayoría de casos, esta variable a la vez está relacionada con la siguiente, donde se puede conocer aspectos que la gente busca en este tipo de prendas.

Servicio actual de confección y venta de ropa formal: En el cantón Pimampiro se puede ver que no existe variación de modelos, calidad en las prendas y una buena atención al cliente, y esta es una de las razones para que la población adquiriera este tipo de prendas fuera del cantón.

Infraestructura adecuación de los talleres artesanales: mediante la observación se pudo conocer que la infraestructura de los talleres artesanales no es la más adecuada, por cuando no contiene el tamaño y distribución de planta adecuada, sin embargo cabe mencionar que en la mayoría de ellos se cuenta con casi todos los servicios básicos, excepto el internet que en la actualidad se constituye un medio de información importante.

Recursos de los talleres artesanales

La mayoría de talleres artesanales se encuentran trabando aun con maquinaria de confección básica, misma que no permite laborar con rapidez y calidad, aparte de los conocimientos y experiencias por parte de quienes dirigen los negocios, el personal de apoyo en muchos de los casos es aprendiz.

Innovación y desarrollo en los talleres artesanales: Las propietarias de los talleres entrevistados afirmaron no contar con procesos de innovación, lo que ha hecho que estos pequeños negocios no tengan un crecimiento sustentable.

1.6. DETERMINACIÓN DE ALIADOS Oponentes Oportunidades y Riesgos.

Para la determinación de aliados, oponentes, Oportunidades y riesgos se parten de los aspectos encontrados y estudiados en el presente diagnóstico, documentados, entrevista, encuestas y observación.

1.6.1. ALIADOS

Son aspectos que se encuentran netamente relacionados con la microempresa y que contribuyen al desempeño y crecimiento de una actividad por ende se debe procura mantenerlos, en este caso partiendo de factores analizados en el diagnostico mencionamos los siguientes.

1.6.1.1. Instituciones y organismos que promueven y apoyan al sector textil de confección.

Entre las entidades que apoyan a este sector cabe mencionar al ministerio de producción, quien fomenta emprendimientos y producciones de pequeñas y medianas empresas, así como también la Junta nacional de

defensa del artesano, permitiendo la operación de talleres artesanales entre ellos del sector de confección.

1.6.1.2. El centro artesanal Roza Zarate quien entrega Maestros profesionales con dominios teóricos y prácticos en la rama de confección.

Mediante la entrega de profesionales, titulados y con mano de obra calificado prestos a laborar en talleres artesanales de confección, y también a través de convenios de prácticas laborales.

1.6.1.3. Acceso a servicios básicos existentes en el cantón y tecnologías.

Estos se constituyen en aliados de la presente propuesta por cuanto la existencia de vías en buen estado, la existencia de agua potable, energía eléctrica, alcantarillado e internet, son factores importantes que van de la mano con el desarrollo económico productivo de cualquier actividad, en este caso la llegada de materia prima, la operación de maquinarias, la comunicación con los clientes internos y externo.

1.6.1.4. Existencia de eventos formales en el Cantón Pimampiro, como son aniversarios, graduaciones, incorporaciones, conmemoraciones y ferias.

Estos se constituyen aliados ya que dan lugar al uso y por ende demanda de prendas formales y en muchos de los casos a la realización de convenios para la elaboración de uniformes o prendas acordes a su necesidad.

1.6.2. Oponentes

En esta propuesta se constituyen como oponentes los factores que vistos en el diagnóstico de alguna forma pueden afectar al proyecto por tal razón hay que superarlos.

1.6.2.1. Producción similar importada y comercializada en el mercado cantonal.

Como se estudió en el diagnóstico, se constituyen como un oponente la mercadería que ingresa por parte de comerciantes, mismas en algunos casos tienden a tener bajos precios debido a la calidad o formas de producción o adquisiciones ilegales como contrabando.

1.6.2.2. Agricultura principal actividad económica en el cantón.

Este aspecto puede constituirse como oponente debido, a que las autoridades dan prioridad al sector agrícola.

1.6.2.3. Falta de apoyo y participación de las autoridades locales en esta rama.

Este se constituye oponente por cuanto las autoridades locales no apoyan al sector productivo ajeno a la actividad agrícola, por tanto se carece de incentivos locales en este proyecto.

1.6.2.4. Disposiciones de entidades reguladoras.

Este se constituye como oponente debido a los cambios, en las leyes, establecimiento de nuevas ordenanzas, creación o variación de impuestos, mismo que puede afectar a la actividad planificada en el proyecto.

1.6.3. OPORTUNIDADES

Son aspectos que se pueden aprovechar con el presente proyecto, y de acuerdo a lo visto en el diagnóstico se determinan los siguientes.

1.6.3.1. Población que usa prendas formales.

Como se mira en las encuestas se tiene una gran cantidad de personas que en alguna ocasión utiliza prendas formales.

1.6.3.2. Satisfacer los requerimientos de la población en variedad, calidad y atención.

La variedad, calidad y atención se constituyen en la principal oportunidad, porque son aspectos que el proyecto tiene que ofrecer.

1.6.3.3. Aplicar procesos innovadores en los aspectos físicos y productivos de la microempresa textil.

Esta es una oportunidad ya que la innovación que los pequeños talleres no aplican, ayudará a mejorar la producción, y calidad de atención al cliente.

1.6.3.4. Cumplir con los requerimientos de un espacio de confección y comercialización adecuado.

Es una oportunidad para mejorar el rendimiento productivo de la microempresa, y por ende superar a la competencia con un ambiente de trabajo que genere rendimiento y calidad, disminuyendo costos.

1.6.4. RIESGOS

Son factores que están atentando a la realización del proyecto y que en caso de no ser eliminados tienen que ser mitigados.

1.6.4.1. Modificación de leyes por parte de organismos reguladores.

Los constantes cambios en organismos reguladores como por ejemplo el Servicio de Rentas Internas, pueden presentar una variación en los sistemas de facturación, incrementos en el cobro de tasas o impuestos, mismos que pueden afectar a la situación financiera de la microempresa.

1.6.4.2. Aparición de nuevas tecnologías con altos costos.

Como manifestaron las propietarias de pequeños talleres, la aparición de nuevas tecnologías puede afectar la producción de la microempresa por cuando empresas más sofisticadas podrían adquirirlas y lograr una producción con menores costos.

1.6.4.3. Incremento del tamaño de los talleres existentes.

Aunque no lo manifestaron pero al existir pequeños talleres se corre el riesgo de que estos, se propongan un crecimiento y lleguen a constituirse como una competencia igualitaria para esta microempresa.

1.6.4.4. Incremento de ropa formal importada en el mercado.

Debido a la existencia de comerciantes, dedicados a la compraventa de este tipo de prendas, se corre el riesgo de que ellos incrementen sus inventarios.

CRUCE ESTRATÉGICO AOR

Aliados y oportunidades

A1-O1. El apoyo de organismos y entidades, permiten sofisticar y mejorar la microempresa, para satisfacer la demanda de la población.

A2-O2 . El personal graduado y calificado puede lograr una producción con calidad variedad y buena atención.

A3-O3. El acceso a los servicios básicos y tecnologías permite la implantación de procesos innovadores.

A4-O4. Tomar en cuenta los eventos y épocas del Cantón para determinar una producción base que permita adecuar el espacio físico de la microempresa.

Aliados riesgos.

A1-R1. El apoyo de organismos y entidades, favorecerán al sector textil en la creación de leyes.

A2-R2. El personal titulado sabrá afrontar los retos de las nuevas tecnologías.

A3-R3. El acceso a servicios básicos en el cantón, permitirá implantar una productividad superior a la de la competencia.

A4-R4. La existencia de eventos formales, será superior al mercado de ropa formal.

Oponentes y oportunidades

O1-O1. Al ofrecer prendas formales con calidad y variedad, no acudirán al mercado de ropa sustituta importada.

O2-O2. Los requerimientos de la población en calidad y variedad llegarán a toda la población independientemente de su actividad.

O3-O3. La innovación aplicada a los procesos de la microempresa, se dará independientemente del apoyo de organismos locales.

O4-O4. El cumplimiento de los requerimientos del sector de confecciones, buscará el equilibrio al dictamen de leyes y disposiciones.

Oponentes y riesgos

O1-R1. La producción importada puede verse afectada por nuevas leyes.

O2-R2. La aparición de nuevas tecnologías puede originar otras actividades económicas en el cantón.

O3-R3. Los talleres tienen limitado crecimiento debido a la falta de apoyo de los organismos locales.

O4-R4. La importación de ropa formal, puede ser regulada por nuevas disposiciones.

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

El presente diagnóstico permite conocer que el cantón Pimampiro a pesar de ser un sector eminentemente agrícola, ha abierto las puertas a otro tipo de actividades que generan una oportunidad para la creación de nuevas empresas, partiendo desde el punto que existe una entidad que oferta profesionales en el ámbito textil, organizaciones que promueven el desarrollo productivo de esta rama, la evolución que ha tenido la moda formal y la existencia de lugares, ocasiones y eventos especiales que ameritan vestirse con una prenda formal, se ha planteado una investigación más profunda basada en encuestas observación y entrevistas donde se ha podido conocer que las personas si usan y demandan prendas formales; sin embargo en el cantón Pimampiro no se encuentra un lugar que ofrezca variedad de diseños, calidad y buena atención en este tipo de productos, ya que los talleres existentes son pequeños negocios en su mayoría personales y no están adecuados en espacio, maquinaria y equipo para brindar un buen servicio, además la falta de gestión y recursos hace que estas entidades carezcan de innovación y cumplimiento a ciertos estándares limitándose así a entregar una producción con variedad de diseños, calidad y buena atención, tal situación hace que la mayoría de la población acuda a sitios que se encuentran fuera del cantón, o muchas veces queden inconformes con el servicio de confección y comercialización existente en el lugar, generándose así una oportunidad para la.

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL EN EL CANTÓN PIMAMPIRO.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. PROYECTO.

FONTAIRE E. (2005); Afirma “Proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver entre varias necesidades humanas,”

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de sus resultados esperados es también un conjunto de actividades destinadas a lograr ciertos objetivos específicos en un determinado tiempo utilizando recursos económicos, materiales y humanos.

2.1.1. Estudio de factibilidad

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html> (2010) afirma “Es el análisis que se realiza para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cual es serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

Objetivos que determinan la factibilidad.

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.

- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.

El estudio de factibilidad es el presente trabajo que permitirá realizar cada uno de los estudios, para determinar la viabilidad de lo que se está proponiendo, en este caso son los siete capítulos que nos llevarán a determinar si realizar o no el proyecto.

2.1.2. **La empresa**

PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra *Desarrollo de la Mentalidad Empresarial manifiesta: "Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad"*.

Elementos de una empresa

Los elementos que una empresa necesita una serie de elementos y factores que combinan para desarrollar su actividad. Podemos clasificarlos en diversos grupos

Factores Humanos: Son las personas que están vinculadas directamente en la empresa. Se incluyen: trabajadores, propietarios y directivos. Los factores o recursos humanos constituyen una pieza básica en las empresas. Con un grupo humano bien formado y dirigido la empresa tiene mayores posibilidades de éxito.

Factores materiales: son los bienes económicos de la empresa. Constituyen el activo de la empresa y determinan su capacidad productiva. Por ejemplo: las herramientas, el local, la maquinaria, los ordenadores, las materias primas, etc.

Organización: Son las relaciones de autoridad, comunicación y coordinación que regulan las relaciones de los factores humanos de la empresa.

El entorno: Formado por todos aquellos factores externos a la empresa que la influyen en diversos ámbitos, como pueden ser: la fijación de los objetivos, la definición de las estrategias, la selección de las fuentes de financiación, entre otros.

Es un ente jurídico, creado con la finalidad de ejercer una actividad y sea en beneficio social o con fines de lucro.

2.1.3. Microempresa

Según MONTEROS, Edgar; (2005) en su obra Manual de Gestión Micro empresarial manifiesta: “Nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar con el uso de sus propios capitales.”

Se refieren a las pequeñas organizaciones, para ejercer una actividad, en este caso nos referimos a una microempresa textil, en el ámbito de confecciones cuyo capital no supera a 25 mil dólares y el número de trabajadores no sobrepasa de 10.

2.1.4. Servicio

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009), en su obra Marketing de Servicios afirma: “Los servicios son

actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables”.

En este estudio al hablar de servicio se refiere al trabajo de confección, ofertado a la población, mismo de debe cumplir con las expectativas de quienes lo demanden.

2.1.5. **Objetivos**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Objetivo> (2013) **afirma:**
Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a los propósitos.

En el presente estudio se manejan el objetivo general del proyecto y de él parten los objetivos específicos, el cumplimiento de los mismos llevaran a la ejecución del objetivo general. Al igual que los del diagnóstico y el estudio de mercado.

2.1.6. **Variables**

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Variables-En-Proyecto-De-Investigacion/2181611.html> (2013) **afirma:**
todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio. La capacidad de poder medir, controlar o estudiar una variable viene dado por el hecho de que ella varía, y esa variación se puede observar, medir y estudiar. Por lo tanto, es importante, antes de iniciar una investigación, que se sepa cuáles son las variables que se desean medir y la manera en que se hará. Es decir, las variables deben ser

susceptibles de medición. De este modo una variable es todo aquello que puede asumir diferentes valores, desde el punto de vista cuantitativo o cualitativo.

En el presente estudio se definen las variables diagnósticas, mismas que desprenden indicadores que serán evaluados, para conocer, medir y concluir con el estudio diagnóstico.

2.1.7. Confección

LIMAYCO, M (2005) afirma: *“Es el armado del saber ejecutar las costuras y el planchado, todo en relación al corte sin afectarlos antes y dándole todo lo que alcanza. Ninguna de estas tres ramas sin mutuo apoyo”. Cuando van desarmonizados son falsos sus efectos, pues la mutua colaboración de todos ellos es la suma de conocimientos científicos y elementales que contribuyen a la ejecución del arte indumentario de tanta importancia en la vida de países civilizados.*

El arte de corte y confección trae consigo una suma de conocimientos y técnicas mediante la utilización de herramientas de confección son: tijera, tiza, cinta métrica, agujas, alfileres, dedal, hilo de hilvanar, hilo de coser, figurín, venda, plancha, planchador, mesa para trazar, máquina de coser, tela, un juego de reglas, a no ser posible todo el juego por lo menos una vara y una escuadra, en el presente caso la confección de ropa formal.

2.1.8. Ropa formal

<http://preparacionyacabadogcl.blogspot.com/2008/01/moda-casual-y-moda-formal.html> (2013) **Afirma:** *El vestuario formal se lleva la mayoría de las veces para cumplir con los requisitos y depende mucho del lugar, el tiempo y la ocasión.*

Se caracterizan por ser vestidos de una pieza o sastres con falda y blusa. Ahora elaborados en telas más suaves, frescas y confortables. El color preferido es el negro para ocasiones de gala. Los colores oscuros para climas templados y fríos, y los colores claros para climas cálidos y calientes. Los estampados y los pre-teñidos son determinados por las tendencias del momento. En los hombres, la corbata y la camisa de cuello rígido son determinantes aunque se ven nuevas tendencias informales mezcladas. El chaleco, el saco dependiendo del clima y de las exigencias del momento.

2.1.8.1. Chaquetas

Es una prenda de mangas largas, con forro reverso y fino acabado, abierta por delante que suele cerrarse por medio de abotonadura. Como la mayoría de las prendas de abrigo para el torso, es común que posea bolsillos a los lados.

2.1.8.2. Camisas

Fue la prenda de los proletarios durante mucho tiempo, por lo que los burgueses la ocultaban, pero actualmente su uso está asociado a la respetabilidad y la elegancia. La camisa es una prenda de vestir tanto formal como informal de tela que cubre el torso y usualmente tiene cuello, mangas y botones en el frente.

2.1.8.3. Pantalones

Pantalón es un concepto que deriva de la lengua francesa y que refiere a una prenda que forma parte de la vestimenta. El pantalón cubre cada una de las piernas por separado y tiene su sujeción en la cintura. Es importante destacar que existen pantalones para mujeres y para hombres.

Por lo general, varían los cortes y el diseño para adaptarse de la mejor manera a las condiciones anatómicas de cada género.

2.1.8.4. **Corbatas**

En la actualidad 600 millones de hombres se la anudan diariamente. La corbata es un complemento de la camisa, que consiste en una tira, generalmente hecha de seda o de otro material que se anuda o enlaza alrededor del cuello, dejando caer sus extremos, con fines estéticos. Es por lo general de uso masculino.

2.1.8.5. **Blusas**

Se refiere generalmente a la camisa utilizada por las mujeres. Se hacen de tela de algodón o de seda y pueden o no incluir cuello o mangas. También pueden contener detalles «femeninos» tales como colmenas o decoraciones bordadas. Las blusas tienen botones invertidos a los de las camisas de los hombres. Es decir, los botones están normalmente en el lado izquierdo y los ojales en el derecho.

2.1.8.6. **Faldas**

La falda, es una prenda de vestir primordialmente femenina que cuelga de la cintura y cubre las piernas, al menos en parte. Suele ser de tela y de forma cilíndrica o tronco-cónica, y a diferencia de los pantalones no está dividida.

Las prendas formales son un conjunto de ropa que en la actualidad dan un toque de elegancia y personalidad, estas pueden ser utilizadas a diario en el trabajo, en ocasiones especiales y por simple gusto personal, requieren de estricto cuidado tanto en su confección como en su cuidado.

2.1.9. Artesano

Según la Ley del Artesano Art. N° 1 Dice “Se 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, y que tuviere bajo su dependencia uno o más operarios y aprendices; 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.”

Al hablar de artesano en el presente proyecto se refiere a las personas que ejercen esta labor o tienen el título de artesano adquirido en un centro artesanal, o a través de sus propios derechos, en este caso dentro del ámbito de confección.

2.1.10. Taller artesanal de corte y confección

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Taller-De-Corte-y-Confeccion/7419547.html> **2013 Afirma:** es el espacio diseñado para comprender la técnica de patronaje industrial, corte y confección industrial de diferentes prendas de vestir, así como la maquinaria y herramientas utilizadas en esta área. Los participantes desarrollarán prendas a partir de un concepto básico y comprendiendo el concepto de diseño comercial, sus ventajas y sus aplicaciones, así como también su realización.

Este concepto nos ayuda a comprender el significado de los talleres existentes en el cantón Pimampiro y en especial al lugar donde se desarrolla la producción textil en una empresa o microempresa.

2.2. Producción

ARBOLEDA German, (2005). Afirma: *La fabricación es un proceso de transformación que demanda un conjunto de bienes y prestaciones, denominados elementos, y son las partes con las que se elabora un producto.*

En el presente estudio al hablar de producción hacemos referencia a la confección de prendas bajo ciertos métodos y en determinadas cantidades.

2.2.1. Producto

PHILIP Kother, (2008), manifiesta: *“Es todo aquello, favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio”. Complementando este concepto, se diría que producto es un bien o un servicio que los productores presentan al mercado para responder a las necesidades y gustos de los consumidores.*

En este proyecto los productos serán las prendas elaboradas que estarán constituidas por una gama de pantalones y camisas de hombre, así como también chaquetas y corbatas, y para la mujer blusas, faldas, pantalones, abrigos y chaquetas en telas especiales.

2.2.2. Medios de producción

ARBOLEDA German, (2005) manifiesta: *Los medios de producción son los materiales, herramientas y otros instrumentos con los cuales los productores trabajan. Concretamente esto incluye: máquinas, herramientas, la tierra, las materias primas, las unidades de producción de bienes*

(fábricas) y en general todo aquello necesario para el trabajo y la producción.

Los principales medios de producción en este proyecto serán los recursos que permitan la operación de la planta, como son recurso económico, material, humano y tecnológico.

2.2.3. Productividad

ARBOLEDA German, (2005) Afirma: *Productividad es una evaluación de la eficiencia del proceso de transformación de la organización para convertir los insumos en productos. Una mayor productividad proviene de tres fuentes primarias: Tecnología, habilidad administrativa, y esfuerzo humano, un deterioro de cualquiera de estas fuentes tiene efectos adversos en la productividad.”*

La productividad de la presente microempresa está conformada por el trabajo conjunto del personal en óptimo equilibrio con la capacidad y comodidad de la maquinaria y recursos disponibles en la empresa.

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

Según ARBOLEDA GERMÁN, (2005). *“Estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado producto o servicio en un cierto período”*

El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la factibilidad de un proyecto, porque permite

observar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado.

2.3.1. Mercado

BACA G. (2005); Dice *“Mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”*

Mercado es un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos es donde concurren varios vendedores para ofrecer diversos productos o servicios y compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios.

2.3.2. Segmento de mercado

PHILIP KOTHER, (2008) Afirma: *“Segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios sub mercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores”.*

La segmentación de mercado permite agrupar hacia un área específica, proporciona un mejor servicio a los compradores, se logra una buena imagen de exclusividad y categoría por otra parte facilita la publicidad el costo, al segmentar el mercado se logrará obtener mayores ventas y mejorar la distribución del producto.

2.3.3. Población

<http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n> (2013)

Afirma: es el grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico. Para la demografía, centrada en el estudio estadístico de las poblaciones humanas, la población es un conjunto renovado en el que entran nuevos individuos - por nacimiento o inmigración- y salen otros - por muerte o emigración.

La población dentro del presente estudio hace referencia al grupo social del cantón donde se procura realizar el presente proyecto.

2.3.3.1. Muestra

<http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n> (2013)

Afirma: es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

En el presente estudio calcular la muestra contribuye a optimizar el tiempo y los recursos que se emplearía para la obtención de información sobre un determinado asunto esta debe ser representativa.

2.3.4. Oferta

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

En este estudio la oferta se constituye como la cantidad de prendas formales que ofrece el sector textil a la población.

2.3.5. **Demanda**

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”.

En este caso la demanda está constituida por el número de prendas formales que requiere el mercado consumidor del cantón Pimampiro.

2.3.6. **Comercialización**

ARBOLEDA German, (2005). Menciona: “Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”.

En el presente estudio la comercialización recae en la facultad de vender las prendas formales y la voluntad del cliente para adquirirla, misma que comprende un proceso de negociación.

2.3.7. **Producto.**

KERIN, HARTLEY, RUDELIUS, (2007) Dicen: Producto “Es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor. Entre los atributos tangibles se incluyen las características

físicas tales como el color o el dulzor, y atributos intangibles tales como la mejora de la salud o de la economía personal”

El producto es algo que se ofrece en el mercado para recibir atención, ser adquiridos utilizados o consumidos y que pueda satisfacer una necesidad o deseo de los consumidores o clientes

2.3.8. Precio

KOTER, Philip, ARMASTRONG, Gary, (2008) “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De forma más genérica, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio”

El precio es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto el precio es un valor que se cobra al vender un bien o servicio al consumidor.

2.3.9. Plaza.

KOTER, Philip, ARMASTRONG, Gary, Dice “Todas las organizaciones, ya sea que produzcan bienes tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura).

La plaza es un medio de llevar el producto al consumidor, es decir son las formas y maneras de vender los bienes y servicios en un determinado lugar.

2.3.10. Promoción

ARBOLEDA GERMÁN, (2005), Dice *“Promoción son las actividades, diferentes de la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor”*

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

FONTAINE ERNESTO, (2005) expresa; *“El estudio técnico es la determinación del tamaño, localización, ingeniería del proyecto y análisis administrativo óptimo de la planta”*

Corresponde al análisis de macro y micro localización, capacidad e inversión tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que se analizan en forma adecuada para lograr que el proyecto a crear tenga éxito.

2.4.1. Macro y micro localización

Para GERMÁN ARBOLEDA, (2005) *“La macro localización es la zona general en donde se instalara la empresa o negocio y la micro localización es elegir el punto preciso dentro de la zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio”*

La macro localización es la determinación general de la ubicación del proyecto, para lograr los objetivos de la sociedad, además se refiere a

establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto, es decir tomando en cuenta el país, región, provincia y cantón. La micro localización es la ejecución de actividades que trata de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades, es decir establece el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto para ello hay que tomar en cuenta lo siguiente: Cantón, Parroquia, calles.

2.4.2. Tamaño del proyecto

ARBOLEDA GERMÁN, (2005) Dice; *El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.*”

El tamaño de un proyecto consiste en determinar el tamaño o dimensión que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del producto, además el tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación normal.

2.4.3. Maquinaria

<http://definicion.de/maquina/> (2013) Afirma: *es un aparato creado para aprovechar, regular o dirigir la acción de una fuerza. Estos dispositivos pueden recibir cierta forma de energía y transformarla en otra para generar un determinado efecto. Formada por conjuntos de elementos fijos o móviles, las máquinas permiten realizar distintos trabajos. El conjunto de máquinas se conoce como maquinaria.*

En el presente estudio hace referencia a la maquinaria indispensable para el taller de confección, en este caso se puede manifestar la maquinaria industrial, y de ahí partir a la clasificación de cada una de ellas como son bordadora, rectas, recubridoras, overlock, etc.

Mano de obra

http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra (2013) **Afirma:**

*Se conoce como **mano de obra** al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos). La mano de obra puede clasificarse en directa o indirecta. La mano de obra directa es aquella involucrada de forma directa en la fabricación del producto terminado. Se trata de un trabajo que puede asociarse fácilmente al bien en cuestión.*

En el presente proyecto se refiere al personal a laborar en el mismo, comprendido por maestros y operarios de taller, al igual que la nómina compuesta por el personal administrativo de la microempresa.

2.4.4. Materia prima

CULTURA EDICIÓN S.A. (2005) define: *Son aquellos productos naturales, semielaborado o elaborados básicos, que luego de la transformación preconcebida, se convertirán en bienes aptos, para el uso o consumo.*

En el presente proyecto se constituye como materia prima los artículos necesarios para la elaboración de prendas, y vienen a ser materiales ya elaborados pero que en su conjunto armaran otro producto, como es el caso de la tela, hilo, botones y demás accesorios.

2.4.5. Tecnología

<http://iesgarciamorato.org/tecno/industrial.html> (2013)

***Afirma:** La Tecnología constituye un campo de actividad fruto de las relaciones entre la ciencia y la técnica. La Tecnología (saber cómo y por qué se hace) constituye el resultado de una intersección entre la actividad investigadora, que proporciona conocimientos aplicables y criterios para mejorar los resultados de la intervención sobre el medio material, y la técnica, que aporta experiencia operativa acumulada y conocimientos empíricos procedentes de la tradición y del trabajo.*

La tecnología está constituida, por los nuevos inventos y avances, en este caso se hace referencia a las comodidades que brindan las nuevas maquinarias, así como también al internet, como una fuente y herramienta de actualización y actividades relacionadas con el ámbito laboral de la empresa.

2.4.6. Procesos

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/> (2013) ***Afirma:** es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.*

Los procesos productivos, por su parte, pueden clasificarse de distintas formas. Según el tipo de transformación que intentan, pueden ser técnicos (modifican las propiedades intrínsecas de las cosas), de modo (modificaciones de selección, forma o modo de disposición de las cosas), de lugar (desplazamiento de las cosas en el espacio) o de

tiempo (conservación en el tiempo). En este caso el proceso productivo está dado por los pasos que se debe seguir desde la adquisición de materiales, hasta lograr la entrega de la prenda.

2.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Para BACA GABRIEL, (2005); “El Estudio Económico es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

El estudio económico trata de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere y por ende conocer qué resultados se obtendrán con la inversión propuesta.

2.5.1. Inversión fija

ARBOLEDA German, (2005) Dice; “La Inversión Fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen como inversión fija los gastos de constitución e investigación”.

Por tanto es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad de la producción y que no tendrán movimiento circulante al igual que el activo corriente de la empresa. Las principales inversiones pueden ser: equipo y maquinaria.

2.5.2. Inversión variable

ARBOLEDA German, (2005) “La inversión Variable es la referente a activos menores y que generalmente constituye el

capital de trabajo, que debe estimarse para poner en marcha el proyecto”.

Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, es decir los gastos operativos, organización y capital de trabajo.

2.5.3. Capital de trabajo

<http://definicion.de/capital-de-trabajo/> (2013) **Afirma:** *Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos corrientes menos los pasivos de corto plazo. El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella.*

En concreto, podemos establecer que todo capital de trabajo se sustenta o conforma a partir de la unión de varios elementos fundamentales. Podemos también hablar de la cantidad de dinero que permite el buen funcionamiento y operación de la empresa tales como adquisiciones de materiales, pagos de mano de obra y servicios básicos, etc.

Financiamiento

<http://www.definicion.org/financiamiento> (2013) **Afirma:** *Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario.*

El financiamiento en el presente estudio serán los créditos y obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a corto o largo plazo.

2.5.4. Punto de equilibrio.

FONTAINE ERNESTO, (2005); Manifiesta: “El punto de equilibrio es aquel en donde la cantidad ofrecida sea igual a la cantidad demandada; es decir que para un precio dado la cantidad demandada de un producto depende de la curva de demanda cuya posición está determinada por el tamaño de la población”

El punto de equilibrio en un proyecto establece el número de productos que requiere el proyecto en su operación, para no tener ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

2.5.5. Costos

CHILQUINGA Manuel. (2007) considera que los costos Es el conjunto de gastos incurridos en el periodo y relativos a un producto, servicio, función referidos a una fase previa a la venta. Es el valor monetario de los recursos que se entregan o promete entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren.

Son los pagos o egresos que se ocasionaran para la operación del área productiva y elaboración de prendas.

2.5.6. Gastos

CHILQUINGA Manuel. (2007): *Son los egresos que realiza el empresario para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar*

Son los egresos y pagos empleados en el mantenimiento y función de área administrativa y comercial.

2.6. Depreciación

<http://definicion.de/depreciacion/> (2013) **Afirma:**
La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma clase.

En el presente estudio es el desgaste anual de cada uno de los activos fijos, en base a las nuevas normas de información financiera.

2.7. Flujo de caja

Para **BACA GABRIEL, (2005);** *“El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo, presupuesto de caja o cash flow. Muestra todos los ingresos y egresos presentes y futuros de un proyecto durante un periodo determinado”.*

Es el registro resumido de los egresos e ingresos que tiene la microempresa en cada periodo, para conocer la utilidad líquida que tendrá la actividad.

2.8. Balances proyectados

BERK Jonathan, (2008) Manifiesta *“El balance proyectado es un resumen de todos los demás presupuestos que reflejan la situación financiera de la empresa bajo el supuesto de que todos los presupuestos parciales se ejecuten de acuerdo con las estimaciones realizadas.”*

Es un control que ayuda a emitir informes sea esta interna o externa sobre todas las variaciones, que se presenten dentro de una fecha determinada además permite conocer con anticipación los objetivos planteados que determinan la rentabilidad establecida para una empresa.

2.9. Estados financieros

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Estados-Financieros-Concepto-Objetivo-Clasificacion-Reglas-De/1784933.html> (2013) **Afirma:** *Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, 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 a una fecha o periodo determinado.*

Son estados de cuentas, que nos indican los estados económicos de la empresa, de donde se puede partir a tomar decisiones para el mantenimiento o mejoramiento de tal situación.

2.6.11. Balance general

SARMIENTO, R. Rubén. (2007). Manifiesta: *“Es el que demuestra la situación económica financiera de una*

empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso.”

Muestra el estado cada cuenta, donde se puede visualizar e interpretar de manera general, los recursos disponibles y obligaciones de la empresa.

2.6.12. Estado de resultados

SARMIENTO, R. Rubén. (2007). Enuncia: *“Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”.*

Permite visualizar los resultados de un periodo económico, y a la vez hacer análisis comparaciones de las cuentas existentes, ya con periodos anteriores.

2.6.13. Valor presente neto (van)

Jácome Walter, (2005), manifiesta: *“Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”.*

Partiendo de este concepto, se puede definir al valor presente neto de un proyecto como un valor de flujos de caja netos incluyendo todos los ingresos y los egresos presente y futuros. La regla es aceptar toda inversión cuyo valor actual neto (VPN) sea mayor que cero.

Fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

2.6.14. TIR tasa interna de retorno

Para SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F. (2009). *Define como: "La tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido"*.

Fórmula:

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

En donde:

Ti= Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo (+)

VAN= Valor negativo (-)

2.6.15. Tiempo de recuperación de la inversión

Para CÓRDOBA, Marcial. (2006). Afirma: *Es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original.*

La TRI tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

2.6.16. Análisis sensibilidad

Para DÍAZ, M. Ángel. (2008). Afirma: *"Es el método utilizado para conocer la incidencia de un determinado parámetro sobre los objetivos del proyecto; se dan diferentes valores a este parámetro y se calculan los indicadores que se crea conveniente"*.

Esta técnica que, se aplica a la valoración de inversiones, y permite el estudiar la posible variación de los elementos que determinan una

inversión, con la finalidad de que se cumpla lo establecido en el comienzo.

2.6.17. Beneficio costos

ANTICH Jorge; (2008) Dice *“Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.”*

Si el beneficio costo es mayor que uno (1) tenemos un adecuado retorno.

Si el beneficio costo es menor que uno (1), no hay un adecuado retorno por lo tanto no hay atractiva inversión.

Si el beneficio costo es igual a uno (1), significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

2.7. Estructura organizacional

<http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html> (2013) **Afirma:** *La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella).*

Es la forma en que está organizada la empresa en cuanto a la dirección y operación de la misma, con la finalidad de lograr un trabajo ordenado, claro y eficiente conociendo el orden jerárquico de cada puesto de trabajo.

2.7.1. Estructura funcional

[http://es.wikipedia.org/wiki/Estructura funcional](http://es.wikipedia.org/wiki/Estructura_funcional) (2013)

Afirma: *La organización funcional determina la existencia de diversos supervisores, cada cual especializado en determinadas áreas. Esto determina que la organización funcional cumple con el principio de unidad de mando.*

Al hablar de estructura funcional hace referencia a la línea de autoridad y comunicaciones dentro de microempresa, con la finalidad de que cada persona cumpla con sus actividades.

2.7.2. Planificación estratégica

Michael Hitt Black Porter (2009) manifiesta: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de técnicas y recursos necesarios para lograr tales objetivos”.*

Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización para alcanzar los objetivos.

2.7.2.1. Visión

FRED R, David (2008) afirma *“Es Ambición de la empresa o corporación a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado.”*

Es la aspiración que se plantea la microempresa a futuro, ya sea en sentido de reconocimiento y crecimiento interno de la misma.

2.7.2.2. Misión

FRED R, David (2008) afirma *“Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.*

Es la razón de ser de la microempresa, tomando en cuenta los aspectos y recursos internos, y los externos.

2.7.2.3. Estrategia

Según FRED R, David (2008) en su obra Conceptos de Administración estratégica. Dice: *“Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa”.*

Son tácticas que utilizará la microempresa, mismas que le guiarán al cumplimiento de objetivos propuestos.

2.8. IMPACTOS.

JÁCOME, Walter, (2005) Dice: *“Los Impactos son posibles consecuencias del entorno geográfico y social que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades a los posibles defectos que tiene el proyecto”*

Son las consecuencias, que presentará la realización del proyecto, desde la planificación hasta la puesta en marcha del mismo, estos a la vez pueden resultar positivos o negativos para su entorno.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN .

El estudio de mercado que a continuación se desarrollará, tiene como finalidad identificar el mercado para la venta de ropa formal en el cantón Pimampiro, estimando el número de consumidores o clientes, el nivel de compra que tendrá el producto con la determinación de ciertas características, estimar la oferta o producción, precios, canales de comercialización y competencia.

Se debe considerar que el estudio de mercado en un proyecto, es un elemento de gran validez dentro de la factibilidad del mismo, considerando que dentro de este capítulo se podrá advertir en forma clara la aceptación o no del producto que se pretende ofertar.

Se pretende también obtener un conocimiento sobre la preferencia del mercado al cual se intenta llegar con la confección y comercialización de ropa formal; misma que, ayudarán a mejorar la calidad del producto que se va a ofertar y por ende aumentar la demanda del mismo. Finalmente el estudio de mercado nos permite obtener información apropiada en relación de precios y la competencia en el mercado.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. General

- Realizar un estudio de Mercado en este Cantón, para determinar la demanda, oferta, producción y comercialización.

3.2.2. Específicos

- Conocer la oferta de ropa formal en el cantón Pimampiro.
- Conocer la demanda de ropa formal en el cantón Pimampiro.
- Determinar precios y calidad de los productos.
- Establecer formas de comercialización de ropa formal en el cantón Pimampiro.

3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Como ya se conoció en el Diagnostico del presente proyecto en Pimampiro existen entidades donde se cuenta con personal ejecutivo, además se realizan eventos que requieren de elegancia como son los días festivos del cantón, y celebraciones especiales familiares como graduaciones, aniversarios, matrimonios, etc. Tales eventos donde la gente se viste de manera formal y elegante, en lo cual se destacan las principales prendas de vestir.

3.3.1. PRENDAS PARA CABALLERO

3.3.1.1. CHAQUETA: Es una prenda de figura elegante, elaborada por lo general en lino, forrada por el revés, con solapa, bolcillos externos e internos delanteros, botones en la parte delantera, mismos que pueden ir abrochados o sueltos de acuerdo al gusto de quien la usa.



3.3.1.2. CAMISAS: Es una prenda de manga larga con puño grueso, botones adelante y cuello, está elaborada en telas naturales para mantener su elegancia entre ellas, algodón seda y otras de

calidad, así como también en combinaciones de poliéster que le dan una calidad inferior.



3.3.1.3. PANTALÓN: Es una prenda de vestir ajustada a la cintura del hombre, confeccionada en telas como algodón, lino, poliéster, llevan pasadores, bolcillos atrás y a los lados, pueden tener pliegues en la parte delantera, se caracterizan por tener doblado a mano y planchado con línea de quiebre.



3.3.1.4. CORBATAS: Consiste en una tira por lo general hecha en seda, que cubre el cuello de la camisa y queda visiblemente en la parte delantera.



3.3.1.5. TERNO DE HOMBRE: Está conformado por el conjunto de las prendas anteriores.



3.3.2. PRENDAS PARA DAMA

3.3.2.1. CHAQUETA: Es una prenda de mangas largas y figura moldeada al cuerpo de la mujer, con abertura y botones adelante, puede contener cuello o solapa, bolcillos y adornos, así como también puede ir forrada o no forrada por el revés dependiendo de la expectativa de quien la usa.



3.3.2.2. BLUSAS: Esta prenda por lo general es elaborada en telas suaves, como algodón, seda, puede incluir o no mangas, cuellos, adornos de acuerdo al gusto personal, se caracteriza por tener los botones invertidos al lugar de la camisa de hombre. En este caso la blusa de mujer lleva botones en el lado izquierdo y los ojales en el derecho.



3.3.2.3. FALDA: Es una prenda que cuelga desde la cintura y puede cubrir desde media pierna hasta donde el usuario lo requiera, puede ser de forma recta o entubada, contiene cierre en la parte de atrás, puede contener forro y partidos de acuerdo a los gustos del usuario.



3.3.2.4. PANTALÓN: Es una prenda que parte desde la cintura, su diseño puede variar de acuerdo al gusto personal, a diferencia del pantalón de hombre se caracteriza por ser más ceñida al cuerpo para dar un toque femenino a la mujer, estos pueden o no contener bolcillos, pliegues, incluso forro si el usuario así lo desea.



3.3.2.5. TERNO DE MUJER: Está constituido por la combinación de las tres piezas anteriores, de la siguiente manera: chaqueta, blusa y pantalón o chaqueta, blusa y falda.



3.4. SEGMENTO DE MERCADO

Dentro del estudio las prendas que ofertará esta microempresa, está destinado a personas que hagan uso de la ropa formal, en este caso se toma en cuenta a la población del cantón comprendida entre hombres y mujeres de 18 y 64 años de edad debido a que son personas dedicadas a un trabajo ejecutivo, cuentan con un empleo o simplemente suelen usar este tipo de prendas en ocasiones especiales como días festivos, domingos, y otras celebraciones, así como también por gusto personal.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

En esta parte hace referencia a la población general del área urbana del cantón Pimampiro, que se encontrará beneficiada con el presente proyecto, es decir las personas de 18 a 65 años de manera general.

CUADRO # 17

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

POBLACIÓN MASCULINA	
PARROQUIA	NÚMERO DE HABITANTES
PIMAMPIRO	1.426
POBLACIÓN FEMENINA	
	NÚMERO DE HABITANTES
PIMAMPIRO	1.597
POBLACIÓN TOTAL	3.023

Fuente: Censo de población 2010

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

3.6. MERCADO META U OBJETIVO

Este está representado por el 100% de la población Urbana del cantón, pero debido a la capacidad adquisitiva de las personas lo vamos a restringir a las personas de 18 a 65 años de edad que tomando en cuenta los datos establecidos por el Censo del año 2010 corresponden a las edades de 15 a 62 años.

CUADRO # 18
POBLACIÓN META DE 18 A 65 AÑOS

Edad	N° personas	Edad	N° personas	Edad	N° personas
15	116	35	56	48	48
16	105	36	61	49	52
17	96	37	58	50	44
18	114	38	60	51	36
19	95	39	70	52	51
20	83	40	68	53	47
21	74	41	61	54	38
22	100	35	56	55	34
23	86	36	61	56	33
24	80	37	58	57	51
25	83	38	60	58	27
26	68	39	70	59	22
27	81	40	68	60	37
28	67	41	61	61	39
29	69	42	60	62	34
30	67	43	58		
31	71	44	52		
32	67	45	57		
33	69	46	55		
34	69	47	54		
POBLACIÓN DE 18 A 65 AÑOS					3.023

Fuente: Censo de población 2010

Elaborado por: Nadia Santos.

Año 2013

3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA

3.7.1. FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población 3023

δ^2 =Desviación típica o varianza 0,5*0,5=0,25

Z= nivel de confianza 1,96%

e= Margen de error población finita 0,05

3.7.2. LA MUESTRA

$$n = \frac{N \cdot \delta^2 \cdot Z^2}{(\mathcal{E}^2)(N-1) + (Z^2 \delta^2)}$$

$$n = \frac{3023(0,5*0,5)(1,96*1,96)}{(0,05*0,05)(3023-1) + (1,96*1,96)(0,5*0,5)}$$

$$n = \frac{3023*0,25*3.8416}{0,0025(3022) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{2903.2892}{8.5154}$$

$$n = 340.76$$

$$n = 341$$

Las encuestas se realizarán a 341 personas de la parroquia Pimampiro del cantón Pimampiro. Para conocer el número correspondiente de encuestas, que se aplicarán tanto a hombres como a mujeres, se realiza la estratificación correspondiente.

3.7.3. ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Esta estratificación se procede a realizar tomando en cuenta que el producto va dirigido a población masculina y femenina, por tal razón se tienen que aplicar las encuestas a población de género masculino y femenino en base a la cantidad de personas con ese género. Para este cálculo se procede a sacar el porcentaje de población masculina y femenina y de ahí se parte a multiplicarlo por la totalidad de población a encuestarse.

CUADRO # 19
ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA CORRESPONDIENTE A LA
POBLACIÓN META DEL CANTÓN PIMAMPIRO

PARROQUIA	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	PORCENTAJE DE ESTRATIFICACIÓN	ENCUESTAS A APLICARSE
HOMBRES	1.426	47	161
MUJERES	1.597	53	180
TOTAL	3.023	100	341

Fuente: Censo de población 2010

Elaborado por: Nadia Santos

3.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

CUADRO # 9
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

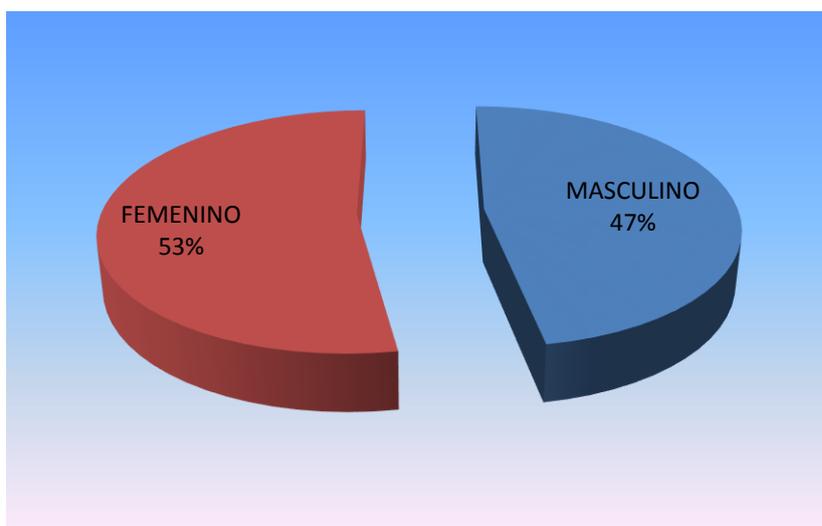
GENERO	N° DE ENCUESTADOS
Masculino	161
Femenino	180
TOTAL	341

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO # 2
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

De acuerdo a la estratificación, se puede conocer que la mayoría de personas son mujeres, este aspecto puede encajar a que la producción de ropa femenina sea mayor.

CUADRO #10
NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS ENCUESTADOS

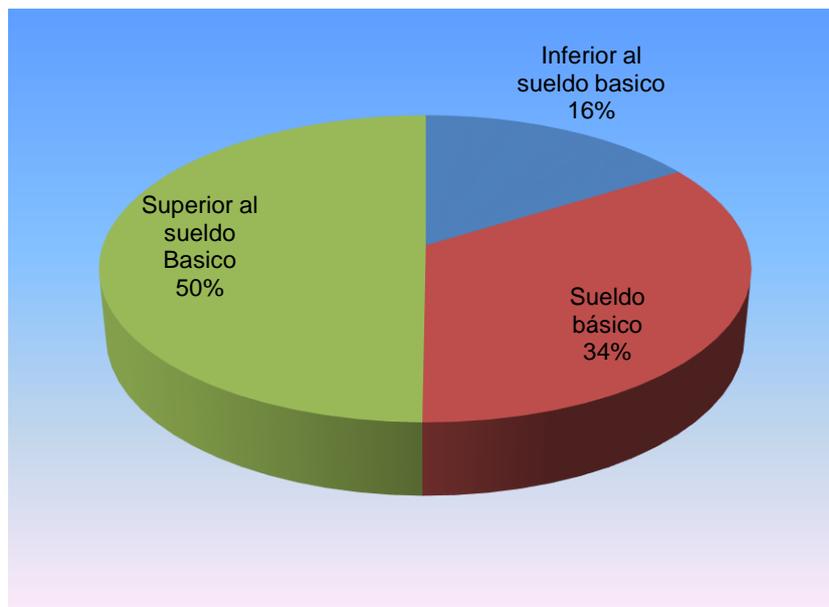
INDICADOR	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Inferior al sueldo básico	55	16
Sueldo básico	116	34
Superior al sueldo básico	170	50
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 3
NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mitad de personas señala tener un sueldo superior al sueldo básico, y otra gran parte un sueldo equivalente al salario básico; sin embargo no se debe descartar la minoría que percibe una remuneración inferior al salario básico, ya que la producción está enfocada a toda la población y el salario básico refleja una capacidad de poder adquisitivo.

1. ¿Cuál o cuáles de las siguientes prendas formales adquiere y con qué frecuencia?

CUADRO #11

FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CHAQUETA DE HOMBRE

INDICADOR	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mensual		0
Trimestral		0
Semestral	25	16
Anual	78	48
Nunca	58	36
TOTAL	161	100

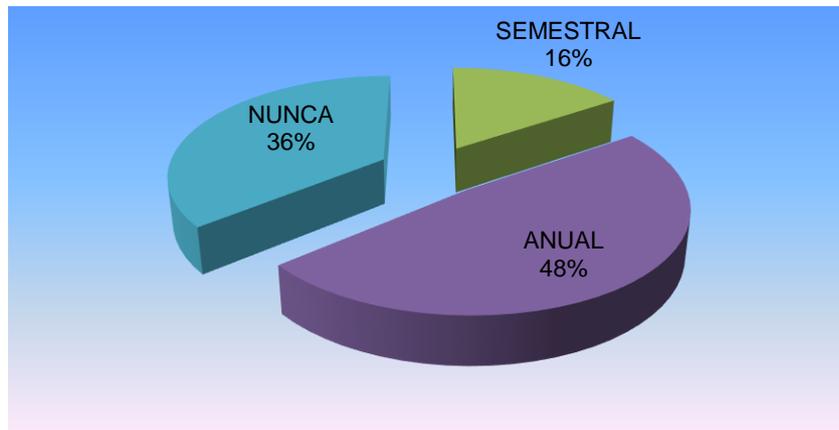
Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 4

FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CHAQUETA DE HOMBRE



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Los datos arrojados de la encuesta muestran que este producto, no es adquirido de manera frecuente, ya que la mayoría lo adquiere una vez al año, seguido de un porcentaje que no adquiere nunca este tipo de prendas y una reducida cantidad la adquiere cada 6 meses lo que muestra que se deberá ofertar en pequeñas cantidades.

CUADRO # 12
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PANTALÓN DE HOMBRE

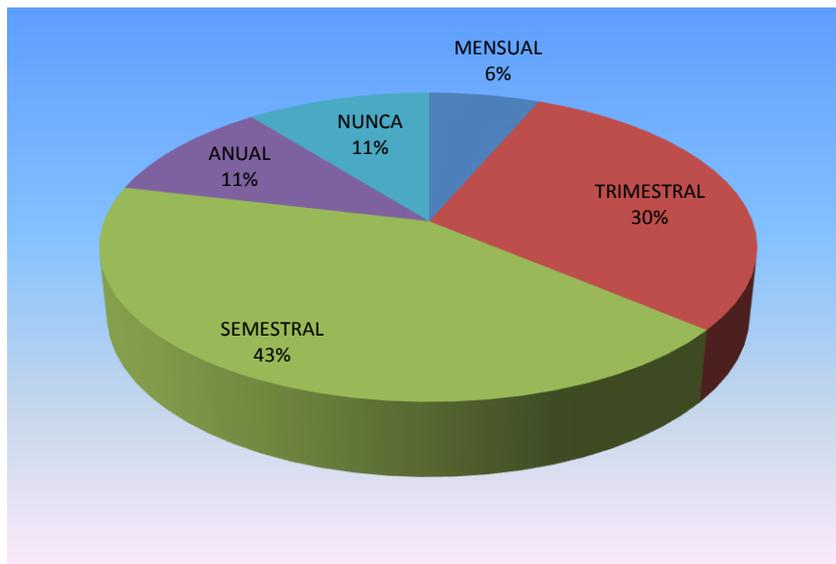
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	10	6
Trimestral	48	30
Semestral	69	43
Anual	17	11
Nunca	17	11
TOTAL	161	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 5
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PANTALÓN DE HOMBRE



Fuente: Encuesta estudio de mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Esta es una prenda adquirida con mayor frecuencia, ya que la mayoría de hombres adquiere una camisa cada 6 y tres meses, así como también un porcentaje reducido la adquiere cada mes, esto representa una oportunidad de producción mayoritaria para la microempresa.

CUADRO #13
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CAMISA

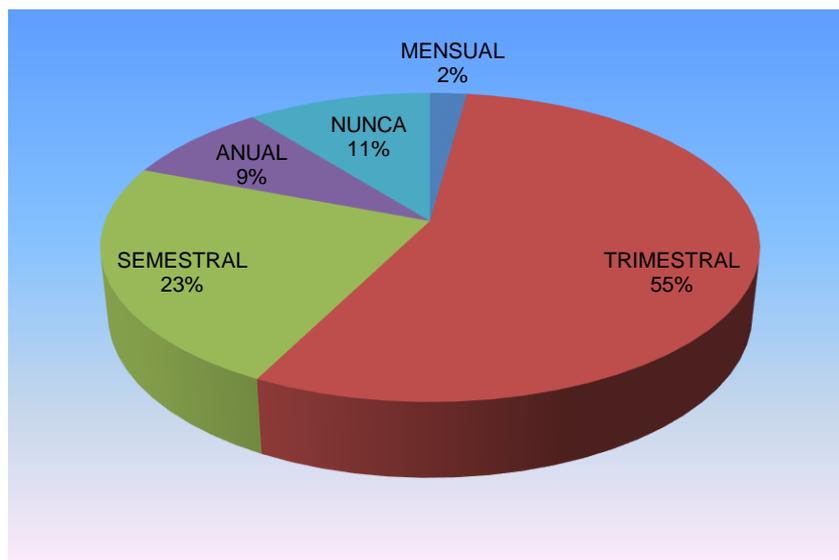
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	3	2
Trimestral	89	55
Semestral	38	23
Anual	14	9
Nunca	17	11
TOTAL	161	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 6
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CAMISA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Aquí se puede observar que la camisa es demandada por la mayoría de personas de manera trimestral, lo que indica que hay una oportunidad de producción, para satisfacer esta demanda.

CUADRO # 14
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CORBATA

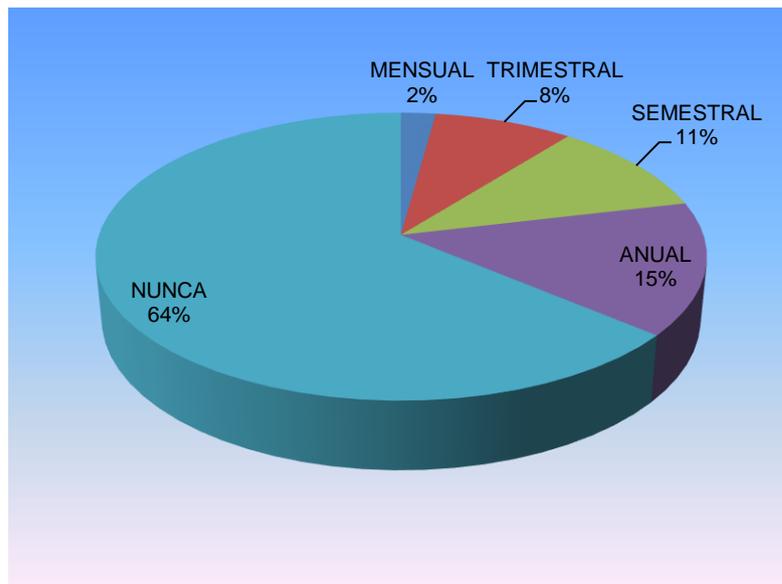
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	3	2
Trimestral	14	9
Semestral	17	11
Anual	24	15
Nunca	103	64
TOTAL	161	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 7
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CORBATA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Se puede conocer que este es un accesorio demandado por una minoría que lo adquiere al mes, y otros reducidos porcentajes que la adquieren mensual y semestral, la mayoría señalan no utilizarla, dato que se debe tomar en cuenta para establecer la producción.

CUADRO # 15
FRECUENCIA DE COMPRA DEL TERNO DE HOMBRE

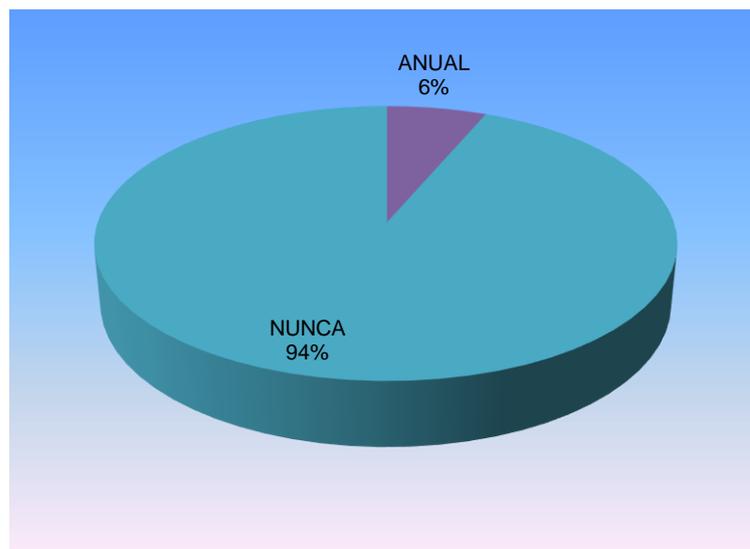
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	0	0
Anual	10	6
Nunca	151	94
TOTAL	161	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO # 8
FRECUENCIA DE COMPRA DEL TERNO DE HOMBRE



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Se conoce que la demanda de este producto es baja por lo tanto, se deberán producir en mínimas cantidades con la finalidad de satisfacer los requerimientos que la minoría afirma adquirirlos.

CUADRO # 16
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CHAQUETA DE MUJER

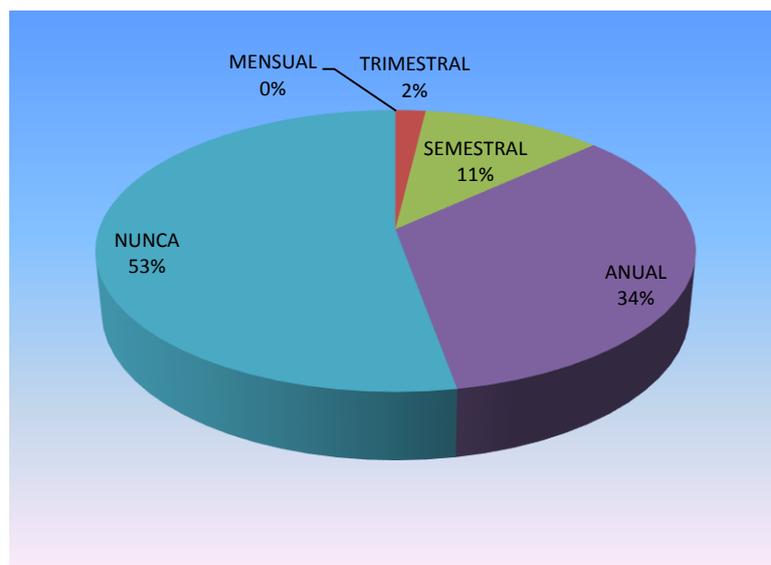
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	0	0
Trimestral	3	2
Semestral	20	11
Anual	61	34
Nunca	95	53
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 9
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA CHAQUETA DE MUJER



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de mujeres no adquiere una chaqueta formal, otra gran parte afirma que adquiere una vez al año, y otro pequeño porcentaje lo hace cada 6 y tres meses, lo que indica que esta prenda es demandada en bajas y escasas ocasiones, por ende la producción deberá ser en mínimas cantidades.

CUADRO # 17
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA BLUSA

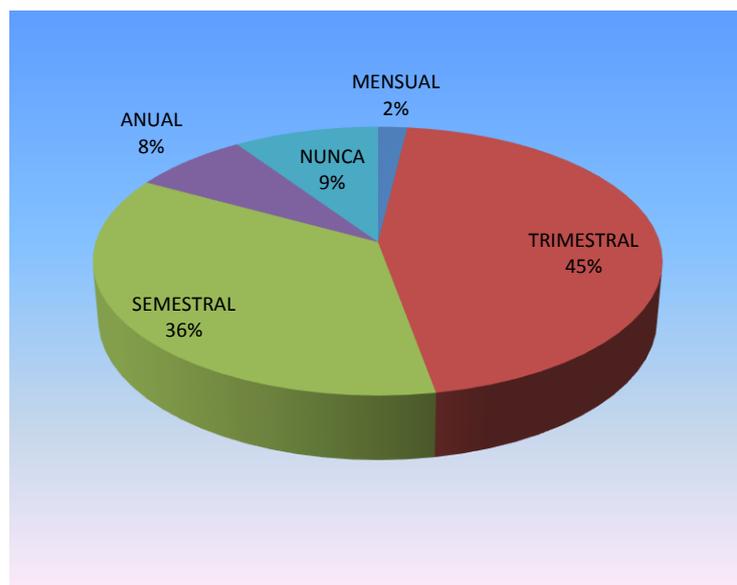
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	3	2
Trimestral	82	45
Semestral	65	36
Anual	14	8
Nunca	17	9
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 10
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA BLUSA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La encuesta muestra que la mayoría de mujeres adquiere una blusa cada 6 y 3 meses, lo que indica que hay una buena demanda de esta prenda por ende la producción debe ser mayoritaria.

CUADRO # 18
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PANTALÓN DE MUJER

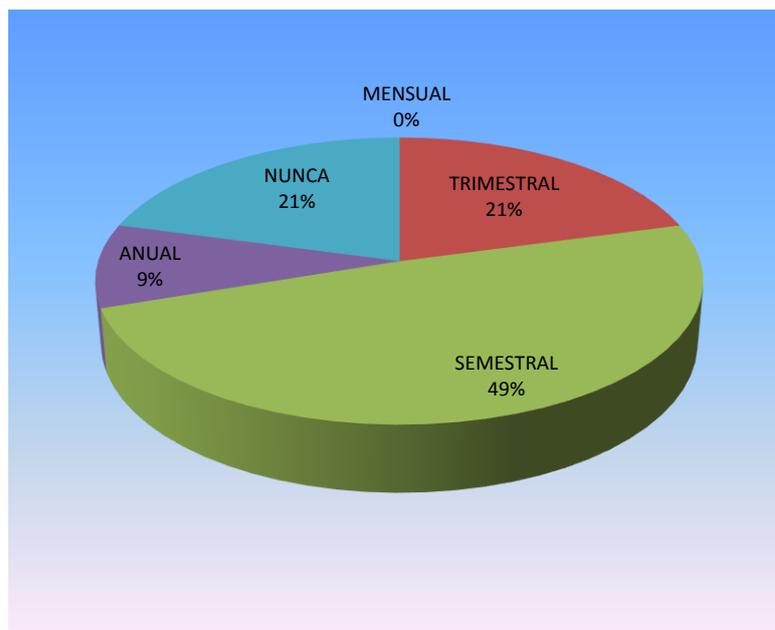
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	0	0
Trimestral	37	21
Semestral	88	49
Anual	17	9
Nunca	37	21
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 11
FRECUENCIA DE COMPRA DEL PANTALÓN DE MUJER



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de mujeres adquieren un pantalón cada seis meses, seguido de otro porcentaje que lo adquiere cada tres meses, lo que representa que existe una demanda moderada del producto.

CUADRO # 19
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA FALDA

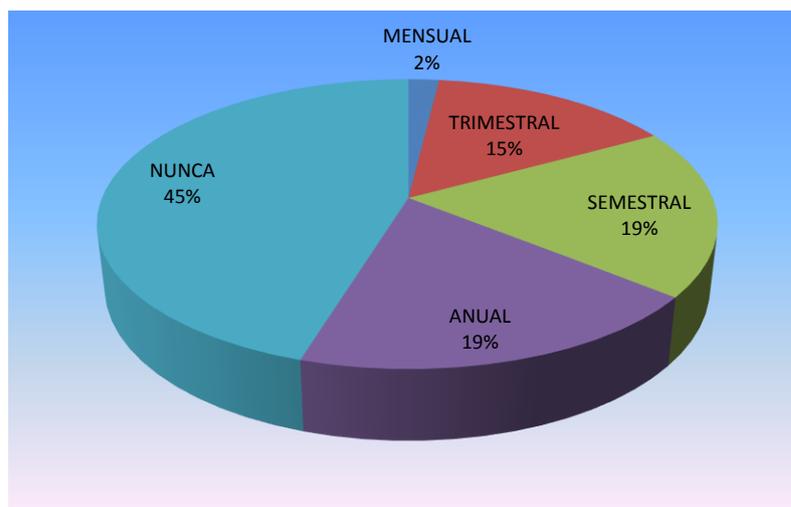
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	3	2
Trimestral	27	15
Semestral	34	19
Anual	34	19
Nunca	82	45
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 12
FRECUENCIA DE COMPRA DE LA FALDA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Una gran parte de mujeres no adquiere faldas formales, sin embargo casi la mitad adquiere, semestral, trimestral y una minoría mensual, lo que representa que si hay una demanda de estas prendas.

CUADRO # 20
FRECUENCIA DE COMPRA DEL TERNO DE MUJER

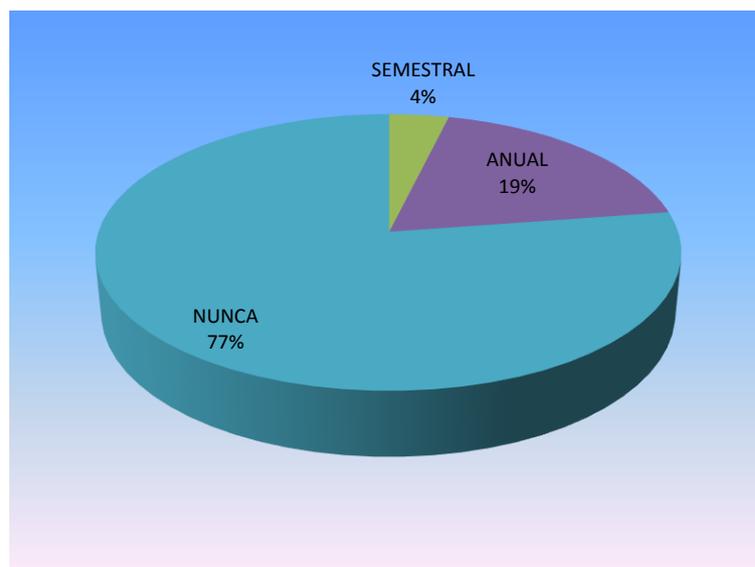
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	7	4
Anual	34	19
Nunca	139	77
TOTAL	180	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 13
FRECUENCIA DE COMPRA DEL TERNO DE MUJER



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de mujeres indican que no compran ternos formales, razón por la cual se deduce que la demanda de estas prendas es escasa, por tanto su producción en conjunto debe ser mínima.

2. ¿Por cuál de las siguientes razones usted adquiere ropa formal?

CUADRO # 21
RAZONES DE USO DE ROPA FORMAL

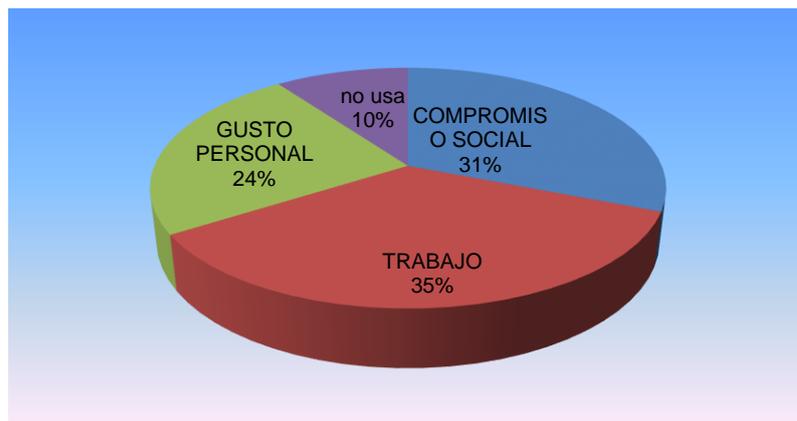
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Compromiso social	106	31
Trabajo	119	35
Gusto personal	82	24
No contesta	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 14
RAZONES DE USO DE ROPA FORMAL



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Los resultados de la pregunta indican que la mayoría usa ropa formal por asuntos de trabajo, seguido de otro gran porcentaje por compromiso social y otras por gusto personal, esto garantiza la existencia de una demanda; por cuanto los empleos que demandan de ropa formal cada vez se incrementan, así como también los compromisos sociales.

3. ¿Qué busca al momento de adquirir una prenda formal?

CUADRO 22
PARÁMETROS DE COMPRA

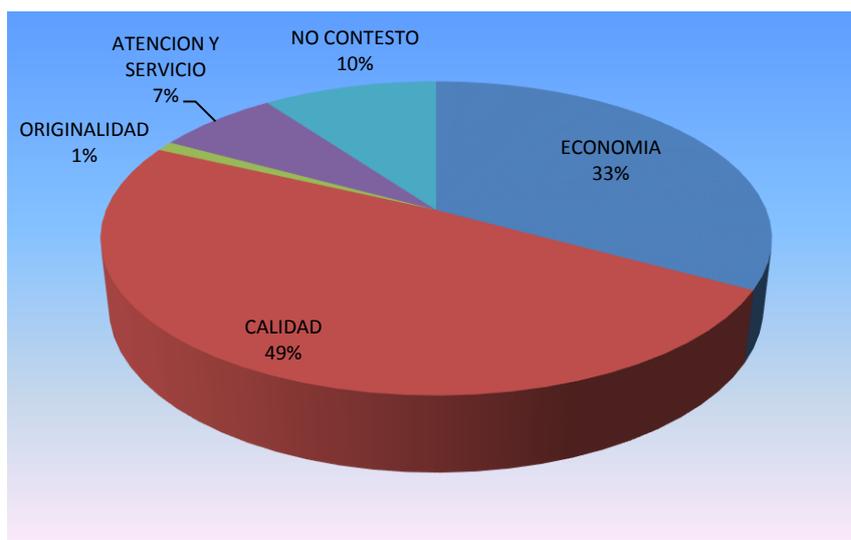
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Economía	113	33
Calidad	167	49
Originalidad	3	1
Atención y servicio	24	7
No contesto	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 15
PARÁMETROS DE COMPRA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de encuestados señalan que buscan calidad en las prendas formales, seguido de otro porcentaje que indica que busca economía, lo que significa que se debe procurar obtener calidad a un mínimo costo.

4. ¿En qué forma adquiere usted ropa formal?

CUADRO#:23
FORMAS DE ADQUISICIÓN

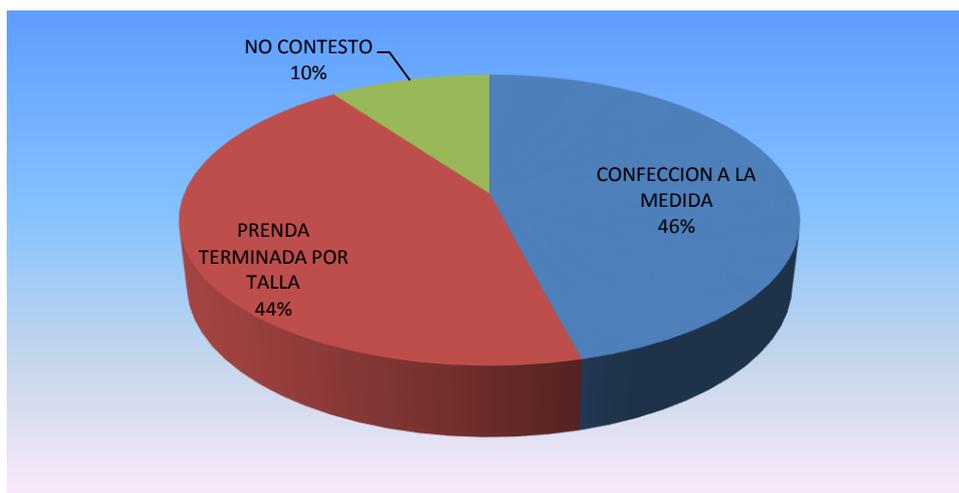
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Confección a la medida	157	46
Prenda terminada por talla	150	44
No contesto	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 16
FORMA DE ADQUISICIÓN



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Una cantidad similar de personas adquieren prendas formales terminadas, y hechas confeccionar a su medida, lo que significa que la producción tiene que dividirse, esto es favorable para la microempresa, ya que contribuirá que no exista gran cantidad en el inventario de productos elaborados.

5. ¿Dónde adquiere usted la ropa formal?

CUADRO#: 24
LUGAR DE COMPRA

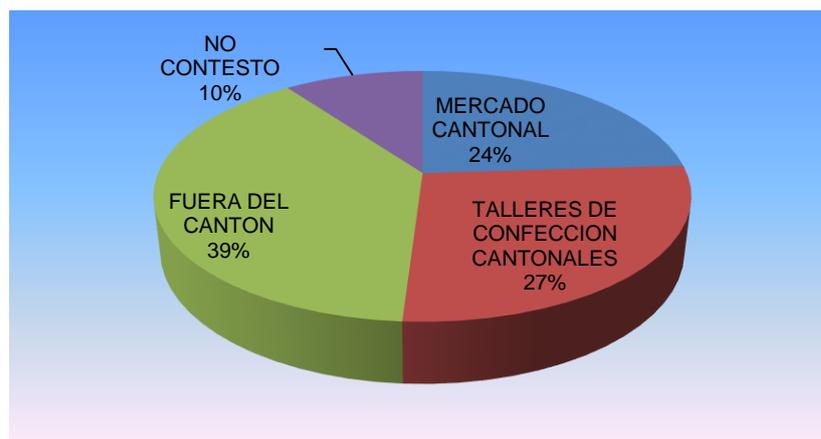
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mercado cantonal	82	24
Talleres de confección	92	27
Fuera del cantón	133	39
No contesto	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 17
LUGAR DE COMPRA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de personas indica que adquiere ropa formal fuera del cantón, seguida de un gran porcentaje que lo adquiere en talleres de confección cantonales, lo que resulta beneficioso para la microempresa, siempre y cuando se cumpla los requerimientos que la población demanda.

6. ¿Cuánto paga usted por cada una de estas prendas?

CUADRO#: 25
PRECIO DE LA CHAQUETA DE HOMBRE

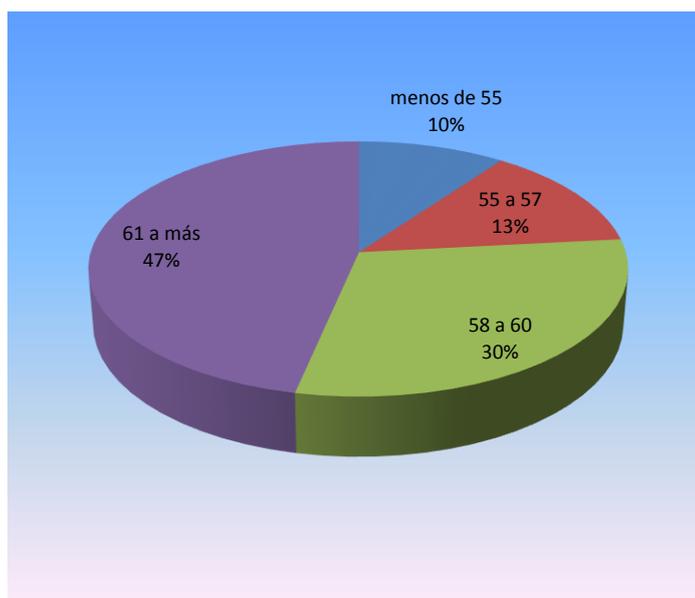
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$55	10	10
\$55 a \$57	14	13
\$58 a \$60	31	30
\$61 a más	48	47
TOTAL	103	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO 18
PRECIO DE LA CHAQUETA DE HOMBRE



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

De las personas que señalaron adquirir una chaqueta, la mayoría de ellas señala los precios más altos, parámetro que coincide con la exigencia de calidad y el acabado que requiere la ropa formal por parte de la mayoría de ellas.

CUADRO#: 26
PRECIO DE LA CAMISA DE HOMBRE

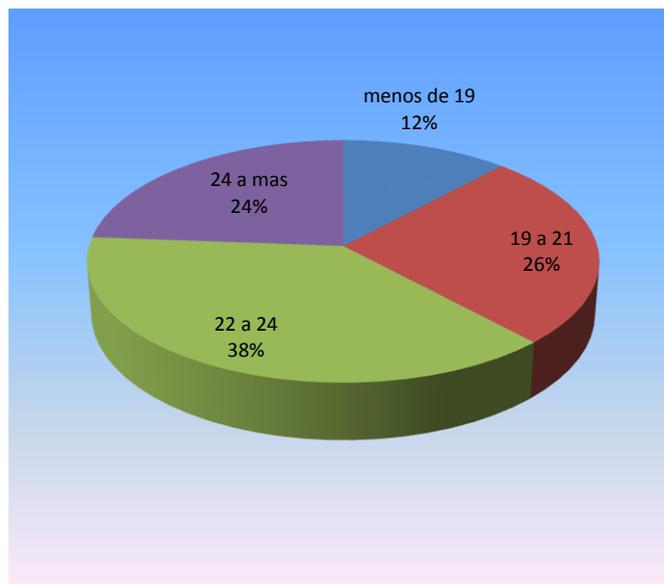
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$19	17	12
\$19 a \$21	38	26
\$22 a \$24	55	38
\$24 a mas	34	24
TOTAL	144	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO 19
PRECIO DE LA CAMISA DE HOMBRE



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de personas indican cancelar un precio alto por las prendas, seguido de un porcentaje que se inclina a los precios más bajos, esto es decisivo para que la microempresa fije precios que equilibren entre la calidad y el costo de producción prendas.

CUADRO#: 27
PRECIO DEL PANTALÓN DE HOMBRE

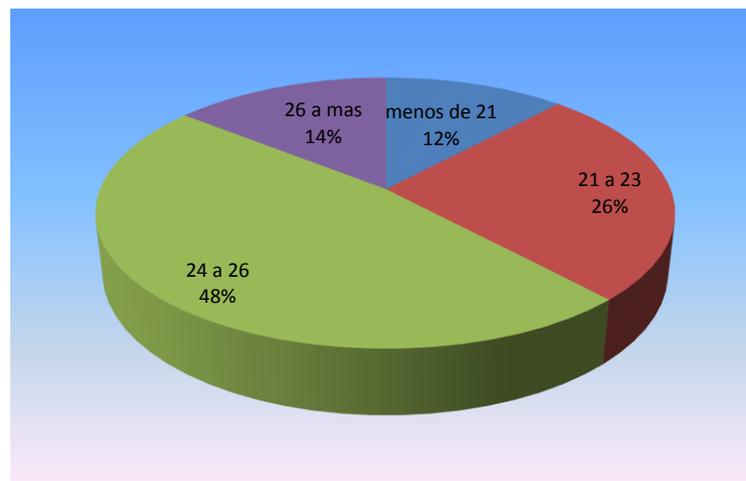
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$21	17	12
\$21 a \$23	38	26
\$24 a\$ 26	69	48
\$26 a más	21	14
TOTAL	144	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 20
PRECIO DEL PANTALÓN DE HOMBRE



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de hombres señalo que está dispuesto un precio considerable por un pantalón, seguido de un porcentaje que elige el moderado y una cantidad considerable que elige el más alto., esta respuesta debe ser tomada en cuenta para fijar la calidad y los costos de prenda.

CUADRO#: 28
PRECIO DE LA CORBATA

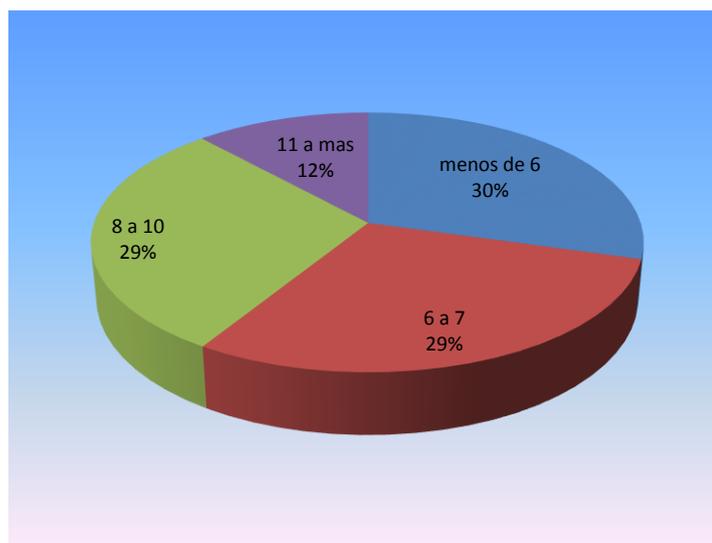
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$6	17	29
6\$ a \$7	17	29
\$8 a \$10	17	29
\$11 a más	7	12
TOTAL	58	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 21
PRECIO DE LA CORBATA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Una gran cantidad de encuestados elige el precio mínimo de la corbata, seguido de quienes eligieron un precio alto, lo que indica que se debe proyectar un precio promedio con la finalidad de llegar a todos los demandantes.

CUADRO#: 29
PRECIO DE LA CHAQUETA DE MUJER

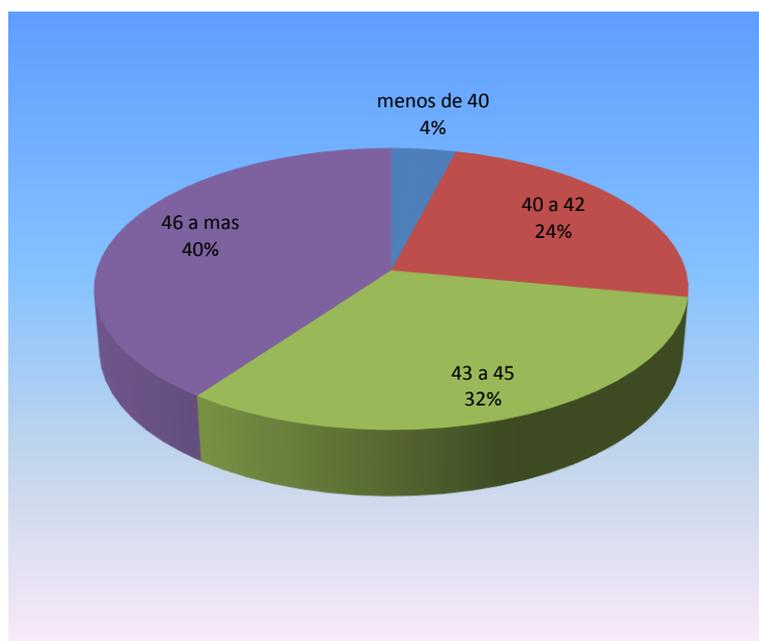
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$40	3	4
\$40 a \$42	20	24
\$43 a \$45	27	32
\$46 a más	34	40
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 22
PRECIO DE LA CHAQUETA DE MUJER



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de mujeres indican que están dispuestas a cancelar el valor más alto por una chaqueta, lo que coincide con las exigencias de calidad y acabado de esta prenda.

CUADRO#: 30
PRECIO DE LA BLUSA

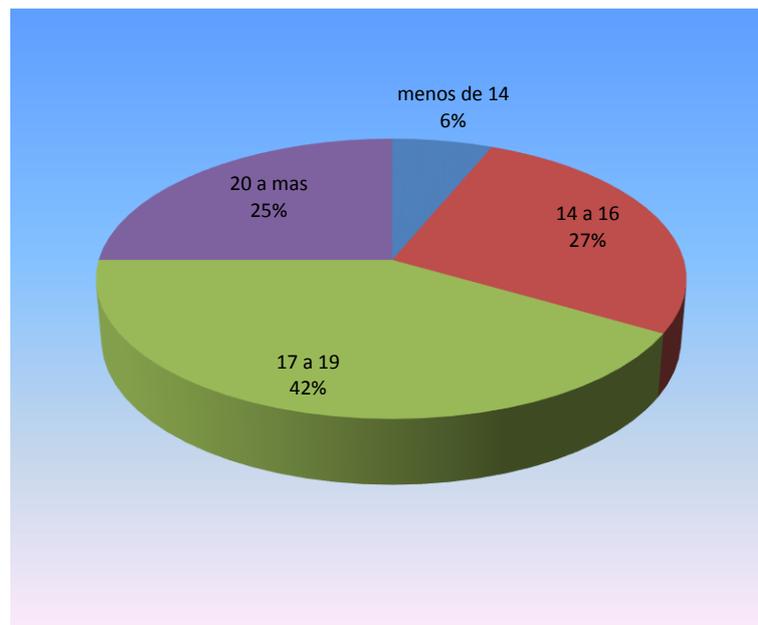
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$14	10	6
\$14 a \$16	44	27
\$17 a \$19	68	42
\$20 a más	41	25
TOTAL	163	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 23
PRECIO DE UNA BLUSA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Aquí se puede observar que la mayoría de personas se inclinan al precio medio, seguido de un porcentaje que indica adquirirla al precio más alto, mismo que debe ser tomado en cuenta para determinar la calidad de la prenda.

CUADRO#: 31
PRECIO DEL PANTALÓN DE MUJER

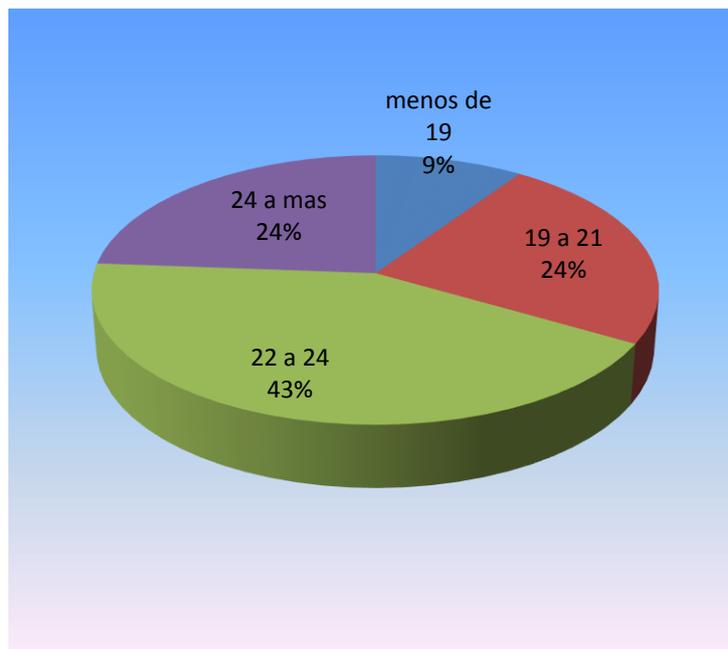
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$19	14	10
\$19 a \$21	34	24
\$22 a \$24	61	43
\$24 a más	34	24
TOTAL	142	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 24
PRECIO DEL PANTALÓN DE MUJER



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de personas indica estar pagando el precio más alto por un pantalón de mujer, se puede manifestar que es un valor adecuado para cumplir con los requerimientos de calidad que el cliente exige.

CUADRO#: 32
PRECIO DE LA FALDA

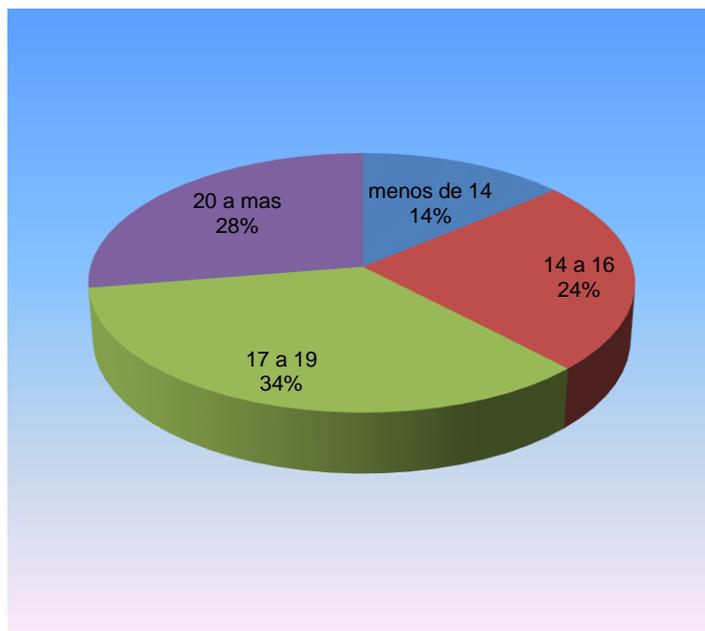
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
menos de \$14	14	14
\$14 a \$16	24	24
\$17 a \$19	34	34
\$20 a más	27	28
TOTAL	98	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 25
PRECIO DE LA FALDA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de personas indica un precio moderado, seguido de otro número de mujeres que indicaron estar pagando el valor más alto, mismo que al no ser el más bajo coincide con las exigencias de calidad y variedad.

7. ¿Cómo le gustaría que sean las formas de pago para estos productos?

CUADRO#: 33
FORMA DE PAGO

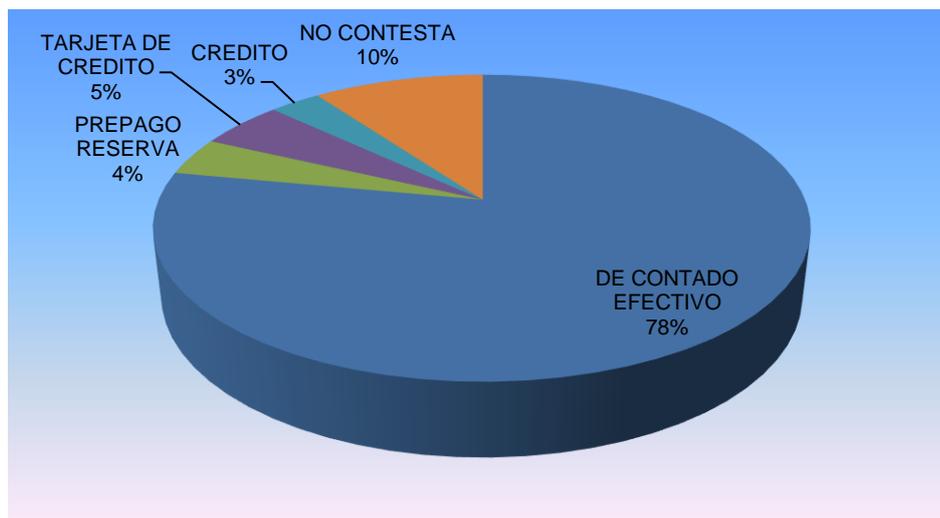
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
De contado efectivo	266	78
De contado con cheque	0	0
Prepago reserva	14	4
Tarjeta de crédito	17	5
Crédito	10	3
No contesta	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 26
FORMA DE PAGO



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

Las personas en su gran mayoría señalaron que la mejor forma de pago para estos productos es de contado en efectivo, lo que resulta conveniente para el proyecto, evitando el riesgo de mantener cuentas de cobro pendientes.

8. ¿Cuál es el medio publicitario al que usted accede y por el que le gustaría informarse sobre estos productos?

CUADRO#: 34
MEDIO PUBLICITARIO

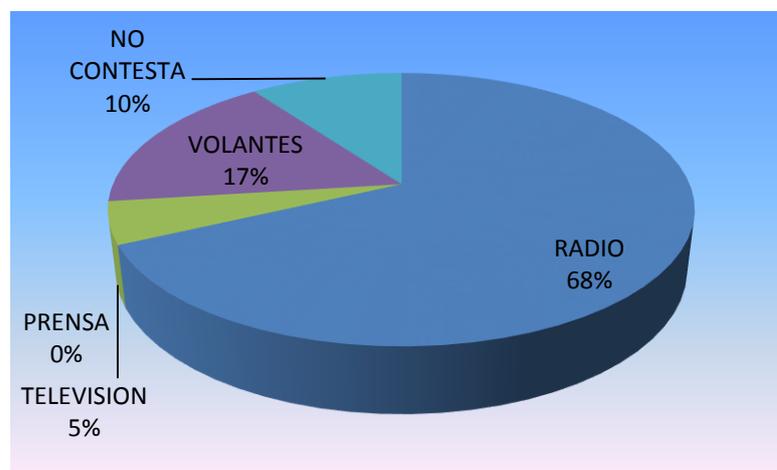
INDICADOR	RESPUESTA	PORCENTAJE
Radio	232	68
Prensa	0	0
Televisión	17	5
Volantes	58	17
No contesta	34	10
TOTAL	341	100

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 27
MEDIO PUBLICITARIO



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de personas indica que, el mejor medio publicitario es la radio, lo que resulta conveniente para la microempresa, por cuanto se encuentra en el cantón y está al alcance de toda la población.

3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE ROPA FORMAL POR POBLACIÓN URBANA EN EL CANTÓN PIMAMPIRO.

Aquí se determina el comportamiento adquisitivo de los consumidores, en este caso la adquisición de prendas formales por parte de la población comprendida de 18 a 65 años. Tomando en cuenta que no existen datos históricos sobre la demanda de ropa formal en el cantón Pimampiro tomamos como base los resultados de las encuestas para conocer la cantidad de prendas formales demandadas al año.

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: Nadia Santos

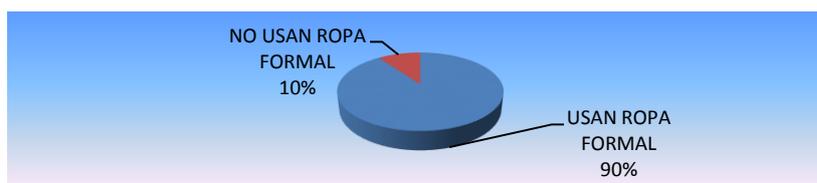
CUADRO#: 35

DEMANDA DE ROPA FORMAL POR PERSONAS

CONDICIÓN	DEMANDA SEGÚN LA MUESTRA	DEMANDA POBLACIÓN TOTAL
USAN ROPA FORMAL	307	2.722
NO USAN ROPA FORMAL	34	301
TOTAL	341	3.023

GRÁFICO: 28

DEMANDA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por Nadia Santos

Se puede observar que un diez % de la población no usa una prenda formal en ninguna ocasión, el 90% de la población que usa este tipo de prendas corresponde a la demanda que viene a ser de 2722 personas que demandan ropa formal, este cálculo se lo obtuvo relacionando el porcentaje de la población encuestada por el porcentaje de la población del mercado en este caso.

DEMANDA ACTUAL ANUAL DE PRENDAS FORMALES EN EL SECTOR

Aquí se calculan el total de prendas elegidas por la población de manera mensual, trimestral, semestral y anual y se obtienen los datos totales anuales correspondientes a la muestra, para de ahí promediarlos y calcular el valor correspondiente al mercado total.

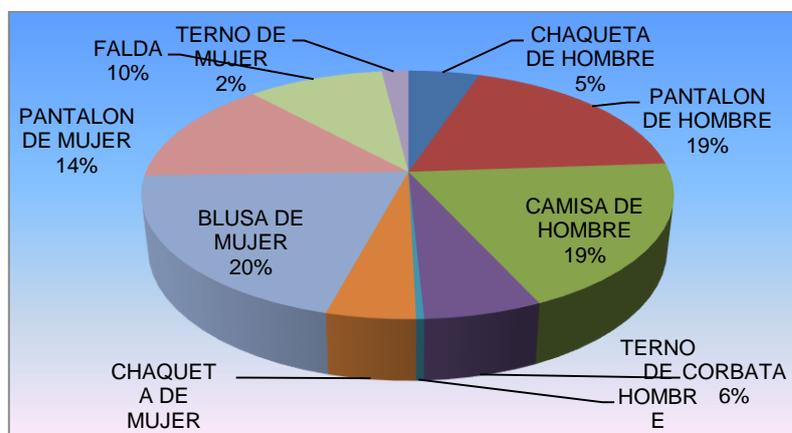
CUADRO#: 36

DEMANDA ANUAL DE PRENDAS FORMALES EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN PIMAMPIRO POR PRENDAS

PRENDA	TOTAL MUESTRA	TOTAL POBLACIÓN
CHAQUETA DE HOMBRE	128	1.135
PANTALÓN DE HOMBRE	467	4.140
CAMISA DE HOMBRE	482	4.273
CORBATA	150	1.330
TERNO DE HOMBRE	10	89
CHAQUETA DE MUJER	113	1.002
BLUSA DE MUJER	508	4.503
PANTALÓN DE MUJER	341	3.023
FALDA	246	2.181
TERNO DE MUJER	48	426

DEMANDA ANUAL DE PRENDAS FORMALES EN EL SECTOR

GRÁFICO: 29



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado
Elaborado por Nadia Santos Año 2013

ANÁLISIS:

Las prendas formales más demandadas son las camisas de hombre, pantalón de hombre, pantalón, falda y blusa para mujer, por tanto la microempresa proyectara la elaboración de estas prendas en mayor cantidad, sin no se puede descartar las otras prendas que son demandadas de manera minoritaria.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda al no tener datos históricos de la misma, se calculara la demanda futura tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de las personas en edades de 18 a 65 años para los siguientes cinco periodos.

CUADRO 37
TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

GENERO	% DE CRECIMIENTO
MASCULINO	0,91%
FEMENINO	1,37%
PROMEDIO	1,14%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

CALCULO DE LA DEMANDA FUTURA

Para el cálculo de la demanda se utiliza el modelo exponencial con la siguiente fórmula.

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Donde

Q_n = Demanda Futura

Q_0 = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento

N = Año Proyectado

CUADRO#: 38**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ANUAL POR PRENDAS**

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE	1.135	1.145	1.156	1.166	1.177	1.188
PANTALÓN DE	4.140	4.178	4.216	4.254	4.293	4.332
CAMISA DE HOMBRE	4.273	4.312	4.351	4.391	4.431	4.471
CORBATA	1.330	1.342	1.354	1.367	1.379	1.392
TERNO DE HOMBRE	89	90	91	91	92	93
CHAQUETA DE MUJER	1.002	1.016	1.030	1.044	1.058	1.073
BLUSA DE MUJER	4.503	4.565	4.627	4.691	4.755	4.820
PANTALÓN DE MUJER	3.023	3.064	3.106	3.149	3.192	3.236
FALDA	2.181	2.211	2.241	2.272	2.303	2.335
TERNO DE MUJER	426	432	438	444	450	456

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ROPA FORMAL EN EL SECTOR URBANO DEL CANTÓN PIMAMPIRO.

La oferta corresponde al número de talleres de confección y almacenes que ofertan prendas formales, actualmente se encuentran en el cantón 4 talleres artesanales de confección y 4 puntos de venta comerciales, cabe manifestar que en los puntos de venta, la existencia de ropa formal se da de forma parcial.

La información de la oferta corresponde a un resumen anual de ventas de cada negocio.

CUADRO#: 39**OFERTA ANUAL EN UNIDADES POR PARTE DE TALLERES Y
MERCADO CANTONAL**

PRENDAS	TALLERES DE CONFECCIÓN				MERCADO CANTONAL		NUEVOS ALMACENES		TOTAL DE UNIDADES OFERTADAS
	CONFECCIONES TATY	CONFECCIONES "ROSITA"	CONFECCIONES GISELA"	SASTRERÍA RAMÍREZ	ALMACENES NANCY	ALMACÉN ANDRÉS	ALMACÉN SALOME	ALMACÉN TAMY	
CHAQUETA DE HOMBRE	112	84	91	112	105	91	49	56	700
PANTALÓN DE HOMBRE	432	324	351	432	405	351	189	216	2.700
CAMISA DE HOMBRE	432	324	351	432	405	351	189	216	2.700
CORBATA	104	78	85	104	98	85	46	52	650
TERNO DE HOMBRE	7	5	6	7	7	6	3	4	45
CHAQUETA DE MUJER	99	74	81	99	93	81	43	50	620
BLUSA DE MUJER	438	329	356	438	411	356	192	219	2.740
PANTALÓN DE MUJER	312	234	254	312	293	254	137	156	1.950
FALDA	216	162	176	216	203	176	95	108	1.350
TERNO DE MUJER	35	26	29	35	33	29	15	18	220
Total prendas vendidas	2.188	1.641	1.778	2.188	2.051	1.778	957	1.094	13.675

Elaborado por Nadia Santos.

Fuente: talleres artesanales y lugares comerciales.

Año 2013.

OFERTA PROYECTADA

Debido a la falta de datos históricos de la oferta de ropa formal en años anteriores, se ha preguntado a los productores y comerciantes de este tipo de prenda, y en el caso de los talleres afirman que la oferta a reducido por cuanto en los últimos cinco años, se cerró 1 taller de confección, y en cuanto a los comerciantes cabe manifestar que en los cinco años aparecieron dos puntos de venta de ropa quienes entre su mercancía vende ropa formal de manera parcial, se conoce también que el taller de confección cerrado fue en el año 2011 y la creación de los dos almacenes se presentó en el año 2012. Basándose en el resumen de ventas de los actuales almacenes y talleres, se obtiene la siguiente tasa de incremento en la oferta.

CUADRO # 40
TASA DE INCREMENTO PARA LA OFERTA

AÑOS	UNIDADES VENDIDAS	% DE CRECIMIENTO O REDUCCIÓN	TASA PARA PROYECCIÓN
2013	15726	1,00	5,01/5=1,0023
2012	15726	1,15	
2011	13675	0,86	
2010	15863	1,00	
2009	15863	1,00	
total		5,01	

Para el cálculo de la Oferta se utiliza el modelo exponencial con la siguiente fórmula. $Q_n = Q_o(1 + i)^n$

Donde

Q_n = Oferta futura Q_o =Oferta Actual i = 0,023% N =Año Proyectado

CUADRO#: 41
OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE HOMBRE	700	702	704	705	707	709
PANTALÓN DE HOMBRE	2.700	2.707	2.714	2.721	2.728	2.735
CAMISA DE HOMBRE	2.700	2.707	2.714	2.721	2.728	2.735
CORBATA	650	652	653	655	657	658
TERNO DE HOMBRE	45	45	45	45	45	46
CHAQUETA DE MUJER	620	622	623	625	626	628
BLUSA DE MUJER	2.740	2.747	2.754	2.761	2.769	2.776
PANTALÓN DE MUJER	1.950	1.955	1.960	1.965	1.970	1.975
FALDA	1.350	1.354	1.357	1.361	1.364	1.368
TERNO DE MUJER	220	221	221	222	222	223

Fuente análisis de oferta.

Elaborado por: Nadia Santos

3.11. DEMANDA INSATISFECHA O POTENCIAL

Es el resultado de la diferencia o comparación entre la oferta actual y demanda.

CUADRO#: 42
DEMANDA INSATISFECHA AÑO 2013

PRENDA	DEMANDA ANUAL DE PRENDAS	OFERTA ANUAL DE PRENDAS	DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES
CHAQUETA DE HOMBRE	1.135	700	435
PANTALÓN DE HOMBRE	4.140	2.700	1.440
CAMISA DE HOMBRE	4.273	2.700	1.573
CORBATA	1.330	650	680
TERNO DE HOMBRE	89	45	44
CHAQUETA DE MUJER	1.002	620	382
BLUSA DE MUJER	4.503	2.740	1.763
PANTALÓN DE MUJER	3.023	1.950	1.073
FALDA	2.181	1.350	831
TERNO DE MUJER	426	220	206

Fuente: Análisis de oferta y demanda.

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

CUADRO # 43
DEMANDA INSATISFECHA POR AÑOS EN UNIDADES

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE HOMBRE	435	443	452	461	470	479
PANTALÓN DE HOMBRE	1.440	1.471	1.502	1.533	1.565	1.597
CAMISA DE HOMBRE	1.573	1.605	1.637	1.670	1.703	1.736
CORBATA	680	690	701	712	722	734
TERNO DE HOMBRE	44	45	46	46	47	47
CHAQUETA DE MUJER	382	394	407	419	432	445
BLUSA DE MUJER	1.763	1.818	1.873	1.930	1.986	2.044
PANTALÓN DE MUJER	1.073	1.109	1.146	1.184	1.222	1.261
FALDA	831	857	884	911	939	967
TERNO DE MUJER	206	211	217	222	228	233

Fuente: Análisis de oferta y demanda.

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

Procede con el mismo cálculo del cuadro anterior, siendo el resultado de la demanda proyectada, menos la oferta proyectada para determinar la demanda insatisfecha de los siguientes años.

3.12. PRECIOS

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de los productos, se promediara de acuerdo a los dos precios preferenciales, indicados por los encuestados con mayor porcentaje.

3.12.1. INFLACIÓN

Para la proyección de los precios y costos a futuro, se toma en cuenta la tasa de inflación o índice de precios al consumidor (IPC) en nuestro país y de los últimos 5 años, siendo esta la siguiente; según datos del Banco Central del Ecuador.

CUADRO#: 44
INFLACIÓN

INFLACIÓN PROMEDIO	
AÑO	% DE INFLACIÓN
2013	4,10
2012	4,16
2011	5,41
2010	4,31
2009	3,33
PROMEDIO	4,26

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

La tasa de inflación para la proyección, se ha calculado tomando en cuenta la inflación de los últimos 5 años y esta será de 4,26 anual.

PRECIOS DETERMINADOS PARA LAS PRENDAS

Los precios están determinados mediante una pro mediación de los precios más elegidos en las encuestas para cada prenda, tomando en cuenta que no fue una opción de cuanto están dispuestos a pagar sino en base a los precios que les está ofreciendo el mercado actual.

CUADRO#: 45
PRECIOS ESTABLECIDOS

PRENDA	PRECIOS DETERMINADOS PARA LAS PRENDAS EN USD
CHAQUETA DE HOMBRE	61,00
PANTALÓN DE HOMBRE	25,00
CAMISA DE HOMBRE	23,00
CORBATA	6,50
CHAQUETA DE MUJER	46,00
BLUSA DE MUJER	18,00
PANTALÓN DE MUJER	23,00
FALDA	18,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

3.13. COMERCIALIZACIÓN

Las prendas formales serán vendidas por separado o en su conjunto según la demanda del cliente, Los precios están fijados de acuerdo a la competencia y a la disponibilidad del cliente, por lo que se buscará superar la calidad y originalidad de las prendas para que estas capten la atención del usuario, tomando en cuenta que aparte de trabajo, un gran porcentaje utiliza este tipo de prendas por compromiso social, lo que requiere de gran elegancia y calidad. La venta de este producto se dará de dos formas, una mediante la oferta de prendas terminadas y otra mediante el servicio de confección a la medida. Según lo señalado por la mayoría de personas en las encuestas, la mejor forma de pago es de contado en efectivo, aspecto que resulta favorable para la microempresa y le permitirá laborar de manera segura y equilibrada, se realizará cuñas radiales en la emisora del cantón; mismo que está al alcance de toda la población Pimampireña.

3.13.1. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LAS CUATRO P.

3.13.1.1 ESTRATEGIA DE PLAZA

La microempresa, su planta productiva y almacén estará ubicada en un barrio central de Pimampiro, lo que facilita la cercanía de clientes, el almacén debe estar organizado y a la vista y con los recursos necesarios.

3.13.1.2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO:

Los productos que oferta la presente microempresa deben tener variedad y originalidad de diseño ya sean estos terminados o mediante catalogo donde el cliente elija lo que desea hacerse confeccionar, mediante atención personalizada, prontitud y cordialidad.

3.13.1.3. ESTRATEGIA DE PRECIO:

Los precios serán determinados en base a la competencia y a la disponibilidad del consumidor y este podrá variar de acuerdo a los requerimientos del cliente.

3.13.1.1. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:

La microempresa realizara publicidad a través de la radio del cantón misma que está al alcance y disposición de toda la población pimampireña como medio de comunicación y fuente de información.

3.14. CONCLUSIÓN:

Este proyecto tiene posibilidad de realizarse debido a la inexistencia de un punto productivo y o comercial que ofrezca calidad y variedad de productos, así como también debido a la comprobación de que existe una demanda insatisfecha que tiene que salir a realizar este tipo de compras fuera del cantón.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo, se pretende resolver algunas preguntas sobre el lugar donde estará ubicado el proyecto, cuando cómo y con que producir, las prendas formales, la capacidad productiva de nuestra microempresa. Este estudio debe guardar congruencia con el objetivo central del proyecto, aportando con información cuantitativa y cualitativa con respecto a los factores productivos y la combinación que debe existir entre los mismos, para el buen funcionamiento de la nueva unidad productora. En este capítulo se definirá el tamaño de la unidad productora tomando cuenta una variable muy importante como es la demanda obtenida mediante el estudio de mercado, misma que permite determinar la capacidad instalada y en base a ello definir los requerimientos de recursos productivos, como son infraestructura, maquinarias, equipos, tecnologías, mano de obra, etc. Tanto en calidad y cantidad, así como también los procesos productivos de las prendas. La información proporcionada al final del presente capítulo en conjunto con la del estudio de mercado, serán fuentes importantes de valoración calcular la inversión, capital de trabajo, productividad, ventas, flujos de caja y evaluadores financieros en el estudio económico del presente proyecto, para determinar de manera numérica cuan factible es.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. GENERAL

- Realizar el estudio técnico para determinar la localización y las inversiones que requiere el proyecto.

4.2.2. ESPECÍFICOS

- Determinar la macro y micro localización de la microempresa.
- Definir el tamaño de la microempresa.
- Definir el diseño de instalaciones que debe tener la microempresa.
- Definir los procesos productivos de la microempresa.
- Establecer en cantidad y cualidad los recursos que requiere la microempresa.
- Establecer la inversión del proyecto.

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

CUADRO#: 56

4.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Imbabura
REGIÓN	Sierra - Zona 1
SECTOR	Norte
CANTÓN	Pimampiro

Fuente: GAD municipal de Pimampiro.

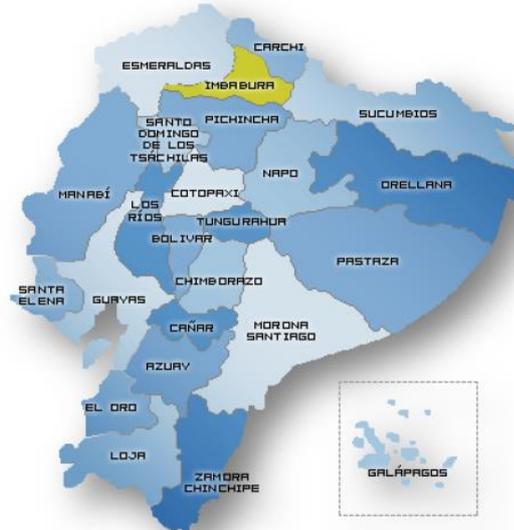
Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

El presente proyecto estará ubicado en el Ecuador, en la región sierra, zona 1 según planificaciones de la SEMPLADES, ubicada al noroeste de

Quito y sur de Tulcán, en el cantón Pimampiro, cuya extensión cantonal es 442 km², equivalente al 3,8% de la superficie total de Imbabura.

GRÁFICO: 30
MAPA DEL ECUADOR UBICACIÓN DE IMBABURA



Fuente: GAD municipal de Pimampiro.

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

MAPA DE IMBABURA UBICACIÓN PIMAMPIRO

GRÁFICO: 31

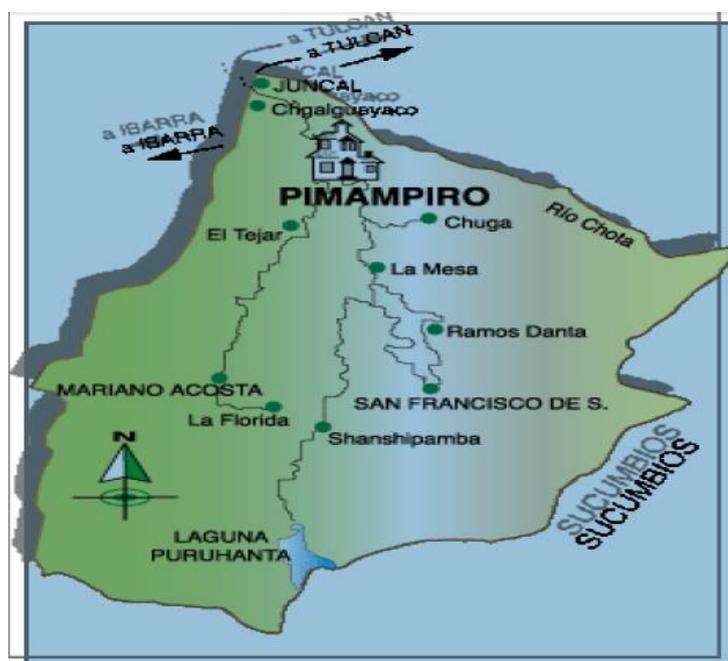


Fuente: GAD municipal de Pimampiro.

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

GRÁFICO: 32
MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN PIMAMPIRO



Fuente: GAD municipal de Pimampiro.
 Elaborado por: Nadia Santos
 Año 2013

CUADRO#: 47

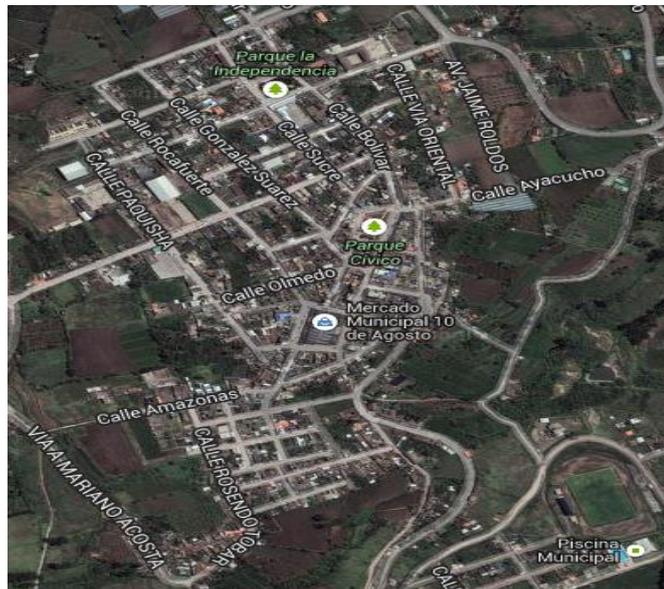
4.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

MICRO LOCALIZACIÓN	
CANTÓN	Pimampiro
BARRIO	San Vicente
DIRECCIÓN	Calle Bolívar

Fuente: GAD Municipal Pimampiro
 Elaborado: la Autora
 Año 2013

La microempresa de confección y comercialización estará ubicada en Pimampiro, un cantón pequeño, ubicado a 52 km de la capital de la provincia, fuera del circuito vial principal, formado por la carretera panamericana que atraviesa el país de sur a norte, goza de un clima templado que oscila entre los 15 y 20° C. por lo que es conocido como la Tierra del Sol, la planta se ubicara en el barrio San Vicente, en la calle bolívar, parte del parque central de Pimampiro.

GRÁFICO: 33
SECTOR URBANO DEL CANTÓN PIMAMPIRO



Fuente: GAD municipal de Pimampiro.
Elaborado por: Nadia Santos
Año 2013

GRÁFICO: 34
BARRIO SAN VICENTE SECTOR CENTRAL DE PIMAMPIRO



Fuente: GAD municipal de Pimampiro.
Elaborado por: Nadia Santos
Año 2013

El gráfico indica la parte central del cantón Pimampiro y el lugar donde estará ubicada la microempresa.

FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN

- **CERCANÍA A LA POBLACIÓN:** Estará ubicada en la zona urbana, en la parte central del cantón y en un lugar visible.
- **DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS:** El lugar cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento toda empresa.
- **FACTORES AMBIENTALES:** Es un proyecto que no genera impacto contra el medio ambiente, si bien el ruido que genera el trabajo de la maquinaria podría generar contaminación ambiental, por lo que en la instalación y puesta en marcha se deberá controlar que este no perjudique a la población.

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

El presente proyecto está encaminado a ser en un principio una microempresa, el mismo deberá tomar en cuenta el número de trabajadores, el capital indicado para tal caso, la disponibilidad de materia prima tecnología, financiamiento, etc. La importancia de definir el tamaño del mismo radica en su incidencia sobre el nivel de inversiones, y costos que se calculen, y este determinara el nivel de operación de la planta.

FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

El tamaño de la microempresa se determina de acuerdo a las características que debe tener una microempresa en cuanto al número de trabajadores, a la demanda y disponibilidad de recursos.

REQUISITOS DE LA MICROEMPRESA: Las microempresas emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

DEMANDA: La demanda es un aspecto muy importante, de acuerdo con el estudio de mercado existen buenas posibilidades de producir prendas formales y en relación al número de trabajadores se producirá el 50% de la demanda insatisfecha en el estudio de mercado.

MATERIA PRIMA: Todo lo referente a telas será obtenido en la ciudad de Ibarra en los Almacenes Mercantil Garzón, material que será transportado a la ciudad de Pimampiro a la planta de producción. Para el material de acabado nuestra principal fuente de abastecimiento serán los almacenes ubicados en la ciudad de Ibarra.

TECNOLOGÍA: La tecnología a utilizar para la confección de ropa formal será obtenida en forma directa en los almacenes más económicos de la provincia como son MAINCO, PROCERCOM, los cuales nos brindarán la asesoría para la instalación y funcionamiento; así como la garantía suficiente para poder instalar en la planta de producción, logrando el desarrollo y cumplimiento del proyecto.

MANO DE OBRA: Se va a requerir personal de mano de obra calificada que sepa del oficio de confección. El sector cuenta con personal titulado y calificado que normalmente se traslada hacia otros lugares en busca de un trabajo, existiendo buena disponibilidad de mano de obra; por tanto la mano de obra del proyecto será local.

4.5. DEFINICIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN O CAPACIDAD INSTALADA

El primer factor que limita la capacidad de planta es, lo que el proyecto va a cubrir tomando en cuenta la demanda insatisfecha, en relación con los límites legales establecidos para una microempresa, de esta manera se define que la capacidad instalada en la microempresa es la producción que se realizará y el máximo nivel de actividad que se puede alcanzar. En este caso la microempresa se propone producir el 50% de la demanda insatisfecha, cabe manifestar que a cada prenda se están sumando las prendas correspondientes a los ternos.

CUADRO#: 48
PRODUCCIÓN A REALIZARSE

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2013	AÑO 2 2014	AÑO 3 2015	AÑO 4 2016	AÑO 5 2017
CHAQUETA DE HOMBRE	240	244	249	253	258	263
PANTALÓN DE HOMBRE	742	758	774	790	806	822
CAMISA DE HOMBRE	809	825	841	858	875	892
CORBATA	362	368	373	379	385	391
CHAQUETA DE MUJER	294	299	305	310	316	322
BLUSA DE MUJER	985	1.003	1.022	1.041	1.060	1.079
PANTALÓN DE MUJER	640	652	665	679	692	705
FALDA	416	429	442	456	470	484

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

Según datos de las costureras profesionales del cantón el tiempo de demora para cada una de estas prendas es el indicado en la tabla posterior, tomándose en cuenta que las horas laborables de trabajo es de 8 horas diarias.

4.6. PROCESO-PRODUCCIÓN

Los procesos de producción que se requiere para confeccionar las prendas están en función a los diagramas y planes definidos en el ámbito del presente proyecto, con la finalidad de que la producción cubra en términos económicos y financieros las inversiones iniciales del proyecto y costos de operación. El proceso de la elaboración de prendas es el siguiente:

- 4.6.1. **PREPARACIÓN DE LA TELA:** En esta etapa se prepara la tela para el trazado, se revisa que no presente fallas, se iguala y se alisa con la plancha para que no presente arrugas y esté lista para el trazado de la prenda.
- 4.6.2. **TRAZADO Y CORTADO:** En esta etapa, sobre la mesa de confección se realiza el trazo de la prenda utilizando cinta métrica, reglas y tiza sastre, seguidamente se procede a cortar el trazo con la maquina cortadora, para mayor rapidez, precisión y comodidad.
- 4.6.3. **ARMADO DE LA PRENDA:** En esta etapa se realiza la unión de prendas, mediante hilván a mano y posteriormente a máquina, en la maquina recta y overlock, así como también se realiza colocación de materiales internos como pelón.
- 4.6.4. **PRUEBA DE LA PRENDA:** En esta etapa se verifica la unión y costura de cada pieza que arma la prenda.
- 4.6.5. **ACABADO DE LA PRENDA:** En esta fase se realiza los acabados de la prenda como son pegado de botones, cierre, y otros accesorios, muchos de estos implican trabajo manual como es el doblado de las prendas.

4.6.6. ETIQUETADO DE LA PRENDA: Una vez terminada la prenda se procede a añadirle una etiqueta en la parte interna de la prenda.

4.6.7. PLANCHADO FINAL DE LA PRENDA: Cuando la prenda ya está colocada la etiqueta se procede a realizar el planchado final, marcando fijamente las líneas de quiebre, pliegues, pinzas y alisando las partes planas.

4.6.8. COLOCACIÓN DE LA PRENDA EN EL MOSTRADOR: Una vez terminada la prenda se procede a colocarla en el mostrador, ya sea poniéndola en armador, vitrina o maniquí.

4.6.9. VENTA O ENTREGA DE LA PRENDA.

En esta fase se entrega la prenda al cliente lo cual ya le corresponde al departamento de ventas.

CUADRO#: 49

TIEMPO DE DEMORA EN MINUTOS POR ETAPA Y PRENDA

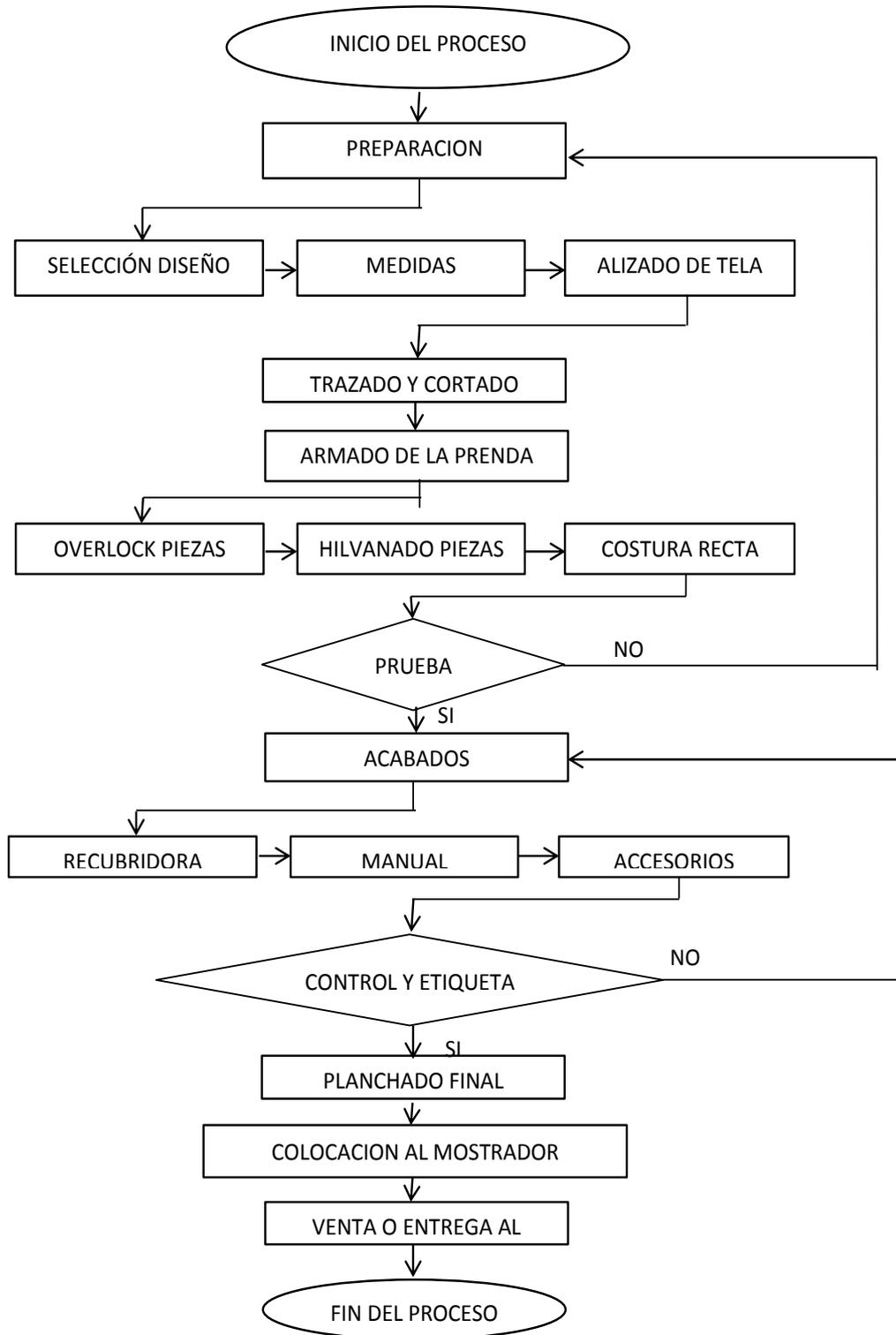
TIEMPO DE DEMORA POR PROCESO Y PRENDA EN MINUTOS								
PRENDA	ETAPA							
	PREPARACIÓN	CORTADO Y TRAZADO	ARMADO	PRUEBA	ACABADOS	ETIQUETADO	PLANCHADO FINAL	TOTAL EN MIN
CHAQUETA DE HOMBRE	10	35	260	15	120	15	25	480
PANTALÓN DE HOMBRE	5	20	80	10	40	10	15	180
CAMISA DE HOMBRE	5	30	90	10	20	10	15	180
CORBATA	2	5	10	2	5	3	3	30
CHAQUETA DE MUJER	10	20	200	10	90	10	20	360
BLUSA DE MUJER	5	10	85	5	30	5	10	150
PANTALÓN DE MUJER	5	15	65	5	15	5	10	120
FALDA	5	10	35	5	20	5	10	90

Fuente: Observación Directa, talleres.

Elaborado por Nadia Santos

Año 2013

GRAFICO #: 35
FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN



Elaborado: La Autora
 Año 2013

4.7. DISEÑO DE INSTALACIONES

Para el diseño de la planta se han tomado varias consideraciones y se ha tomado en cuenta la más lógica y necesaria, en la parte delantera estará el área de ventas o almacén luego se encontrará Administración, junto al área administrativa estará una ruta que nos conducirá directamente al área de confección, para acceder en forma más rápida con la materia prima, sin ningún tipo de obstrucción en su paso.

Gráfico: 36
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Elaborado por Nadia Santos
Año 2013

4.8. REQUERIMIENTOS E INVERSIÓN DEL PROYECTO

4.8.1. REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA

El requerimiento de materia prima para las prendas a elaborarse principalmente son telas, hilos, botones, agujas, pelón, encajes.

MATERIA PRIMA DIRECTA: Entre la materia prima directa podemos manifestar el principal producto que es la tela en el caso del pantalón y chaqueta ya sea de hombre y de mujer utilizaremos como referencia el

casimir, esta tela podemos conseguir en los principales almacenes de la ciudad de Ibarra, por ejemplo “Comercial Garzón”



MATERIA PRIMA INDIRECTA: Entre la materia indirecta a utilizar hacemos referencia a complementos necesarios para la confección de la prenda, entre ellos podemos manifestar agujas, hilo, botones, pelón, encajes, broches, etc.



4.8.2. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA: El número de personas necesarias para la operación del proyecto se clasificará en mano de obra directa e indirecta.

MANO DE OBRA DIRECTA: Aquella que interviene directamente en la transformación de insumos a productos.



MANO DE OBRA INDIRECTA: Aquella que no tiene una relación directa con la producción del artículo; es decir realiza tareas auxiliares. Ejemplo: limpieza, etc.



PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS: Es aquel que se dedica a la administración de la planta, y a la venta y comercialización del producto.



Los salarios serán fijados de acuerdo a la ley vigente.

4.8.3. INSUMOS

Los materiales indirectos que se requiere son:

Fundas de Empaque

Etiquetas.

4.8.4. SERVICIOS BÁSICOS

Además para el funcionamiento se requiere contar con todos los servicios básicos y otros gastos.

ENERGÍA ELÉCTRICA: Este servicio es indispensable por cuanto permitirá la operación de máquinas y equipos y además generará la iluminación requerida para las diferentes áreas del almacén.

AGUA: Este servicio será utilizado para la limpieza e higiene personal y de la empresa.

TELÉFONO: Este servicio permitirá estar en contacto con proveedores y clientes.

INTERNET: Este servicio permitirá estar al tanto de noticias y realizar determinados trámites que hoy son indispensables en el área administrativa y de ventas.

ÚTILES DE OFICINA: Estos estarán a disposición del sector administrativo y de ventas, entre ellos podemos manifestar materiales como esferos, papel, etc.

ÚTILES DE ASEO: Aquí se hace referencia a los implementos que se necesita para mantener la limpieza de la microempresa, como es escoba, trapeador, detergentes, etc.

4.8.5. MAQUINARIA EQUIPO Y ACCESORIOS PARA EL TALLER

Los requerimientos de maquinaria y equipos se lo detallan en el siguiente cuadro.

MAQUINA OVERLOCK: Esta máquina será utilizada en la unión de piezas su costura pasa sobre el borde de una o dos piezas de tela para definir el borde o encapsularlo, o bien para unirlos. Por lo general una máquina de coser overlock, corta los bordes de la tela a la vez que le son insertados, para mayor seguridad y rapidez en la microempresa se utilizara la máquina de tres hilos, misma, que ahorra la pasada de otra costura en el mismo lugar.



MAQUINA RECUBRIDORA: Esta máquina permitirá definir costuras externas de la prenda sobre todo en la ropa de mujer ya que permite el paso de 1 a tres costuras a la vez, estas máquinas son empleadas especialmente para dobladillos.



MAQUINA RECTA: Esta es la máquina que permite la unión de piezas y costuras donde no pueda llegar la overlock, por ejemplo podemos indicarla para la costura de pinzas, cuellos, cierres, etc.



PLANCHA VAPORIZADORA: Este electrodoméstico que sirve para alisar la tela y prendas quitándole las arrugas y las marcas.

CORTADORA: Es una máquina usada en la industria textil. Como su nombre lo indica, es para hacer cortes en todo tipo de tela, esta permite realizar cortes de manera más cómoda, rápida y precisa.



MESA: Las mesas deben ser amplias y en material resistente mismas que estarán a disposición para el trazado, cortado y planchado de la tela.



4.8.6. HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS Aquí se hace referencia a los materiales que complementan el taller artesanal, entre ellos cinta métrica, reglas y tijeras.



4.8.7. MUEBLES Y ENSERES PARA VENTAS Y ADMINISTRACIÓN

ESCRITORIO: Estará ubicado en el área de administración.



SILLAS: Estarán ubicadas en la máquinas de coser, en el área de ventas y administración.



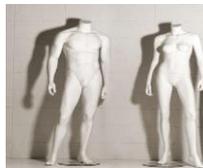
ARCHIVADOR: Estará ubicado en el área de administración.



ESTANTERÍA: Servirán para la colocación y muestra de prendas terminadas.



MANIQUÉS: Servirán para la exhibición de prendas



ESPEJOS: Servirán para que el cliente pueda probarse y mirar su prenda puesta.



ARMADORES: Servirán para colgar la ropa en la estantería.



4.8.8. EQUIPO DE OFICINA

Estos equipos serán utilizados en el área de administración y ventas.

COMPUTADOR: Estará ubicado en el área de administración y ventas.



IMPRESORA: Estará ubicada en el área de administración.

CALCULADORA: Estará a disposición de administración y ventas.

TELÉFONO: Estará disponible en el área de administración.

INSTALACIONES DEL PROYECTO

Debido a la falta de un espacio territorial donde se pueda construir la planta o adquirir ya construida, las instalaciones de la microempresa serán arrendadas.

4.9. RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

Aquí se presentan de manera más detallada lo que el proyecto requiere para su funcionamiento.

CUADRO #50

COSTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA DIRECTA			
DETALLE	CANTIDAD EN METROS	PRECIO	TOTAL EN DÓLARES
TELA			
CASIMIR	2.547,05	10,43	26.565,73
DACRONT Y SEDA	1.984,00	5,21	10.336,64
TOTAL DIRECTO			36.898,66
MATERIAL INDIRECTO			3.689,87
TOTAL MATERIA PRIMA			40.588,53

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: análisis de costos

Año 2013

Hace referencia a la compra de tela necesaria para la elaboración de prendas.

CUADRO # 51

REMUNERACIONES DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER AÑO

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE IESS	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	TOTAL EN DÓLARES
DISEÑADOR	1	383,95	4.607,40	559,80	383,95	348,85	8.762,61
MODISTA	1	383,95	4.607,40	559,80	383,95	348,85	
OPERARIAS	4	348,85	16.744,80	2.034,49	1.395,40	1.395,40	
CONSERJE	1	348,85	4.186,20	508,62	348,85	348,85	
TOTAL		1.465,60	30.145,80	3.662,71	2.512,15	2.441,95	

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Estudio de mercado

Año 2013

Esta dado por el sueldo de cada trabajador, más las correspondientes remuneraciones anuales, tomando en cuenta que el primer año no existen fondos de reserva.

CUADRO #52
SERVICIOS BÁSICOS, MATERIALES E INSUMOS DE PRODUCCIÓN

MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PRECIO POR UNIDAD	TOTAL EN USD
ETIQUETAS	5.000,00	0,03	150,00
FUNDAS	5.000,00	0,02	104,26
AGUA metro cubico	154,47	0,55	84,96
LUZ kW	3.105,63	0,098	303,42
ÚTILES DE ASEO			62,56
ARRIENDO			750,67
TOTAL			1.455,87

Comprenden pagos por rubros necesarios para la operación productiva, sin embargo no influyen directamente en la elaboración de la prenda.

GASTOS INCURRIDOS EN ADMINISTRACIÓN

Están dados por aquellos rubros que egresaran, como parte de la administración de la microempresa.

CUADRO #53
REMUNERACIONES

DETALLE	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE AL IESS	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	TOTAL USD
ADMINISTRADOR	1	438,80	5.265,60	639,77	438,80	348,84	6.693,01

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

CUADRO #54
SERVICIOS BÁSICOS E INSUMOS PARA ADMINISTRACIÓN

MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PRECIO	TOTAL EN USD.
AGUA	154,47	0,55	84,96
LUZ	1.552,81	0,10	151,71
TELEFONÍA	3.034,25	0,04	121,37
INTERNET			156,46
ÚTILES DE ASEO			31,28
ÚTILES DE OFICINA			93,83
ARRIENDO			625,56
TOTAL			1.265,17

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: análisis de costos

CUADRO #55
GASTOS INCURRIDOS EN VENTAS
SUELDOS

CARGO	N°	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE AL IEES	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	TOTAL EN USD
VENDEDOR	1	405,89	4.870,68	591,79	405,89	348,84	6.217,20

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: análisis de costos

Año 2013

CUADRO #56
SERVICIOS BÁSICOS E INSUMOS DE VENTAS

MATERIALES E INSUMOS	UNIDADES	PRECIO	TOTAL EN USD
AGUA	154,47	0,55	72,82
LUZ	1.552,81	0,10	151,71
TELEFONÍA	3.034,25	0,04	121,37
INTERNET			156,46
ÚTILES DE ASEO			31,28
ÚTILES DE OFICINA			93,83
ARRIENDO			1.000,90
PUBLICIDAD			2.252,02
TOTAL			3.880,39

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: análisis de costos

Año 2013

CUADRO #57
INVERSIONES FIJAS
INVERSIÓN FIJA PARA PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL EN USD
MAQUINA OVERLOCK	2	600,00	1.200,00
MAQUINA RECTA BÁSICA	1	200,00	200,00
MAQUINA RECTA	3	400,00	1.200,00
PLANCHA VAPORIZADOR	2	50,00	100,00
CORTADORA	2	0,00	0,00
MESA	2	100,00	200,00
TIJERAS	4	15,00	60,00
TOTAL			2.960,00

CUADRO # 58
INVERSIONES FIJAS PARA ADMINISTRACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL EN USD
ESCRITORIO	1	100,00	100,00
SILLAS	7	15,00	105,00
ARCHIVADOR	2	70,00	140,00
COMPUTADOR	1	800,00	800,00
IMPRESORA	1	150,00	150,00
CALCULADORA	1	13,00	13,00
TELÉFONO	1	40,00	40,00
TOTAL			1.348,00

CUADRO # 59
INVERSIONES FIJAS PARA VENTAS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL EN USD
ESCRITORIO	1	100,00	100,00
SILLAS	1	15,00	15,00
ESTANTERÍA	4	50,00	200,00
MANIQUÍES	4	50,00	200,00
ESPEJOS	4	15,00	60,00
CAJA REGISTRADORA	1	250,00	250,00
ARMADORES	20	2,50	50,00
COMPUTADOR	1	800,00	800,00
CALCULADORA	1	13,00	13,00
TELÉFONO	1	40,00	40,00
TOTAL			1.728,00

CUADRO # 60
INVERSIÓN DIFERIDA

DESCRIPCIÓN	VALOR EN USD
ESTUDIOS DEL PROYECTO	1.000,00
ASESORÍA LEGAL	300,00
GATOS PREOPERATIVOS	700,00
IMPREVISTOS	2.000,00

CUADRO # 61
INVERSIÓN TOTAL ANUAL

DESCRIPCIÓN	VALOR EN USD
COSTOS DE PRODUCCIÓN	80.787,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	7.958,20
GASTOS DE VENTAS	10.005,6
ACTIVOS FIJOS	6.036,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00
INVERSIÓN ANUAL	106.786,80

Elaborado por: Nadia Santos.
Fuente: Análisis costos
Año 2013

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio pretende aportar una estrategia que permita acercarse a los recursos necesarios para la implantación de la microempresa y contar con la suficiente liquidez y solvencia; permitiendo desarrollar ininterrumpidamente las operaciones productivas y comerciales.

Además permite establecer el origen de la inversión a realizarse, en el proyecto, estimar ingresos y egresos, así como también establecer parámetros de evaluación como son el VAN, la TIR y por ende tomar la decisión correcta de invertir o no en el mismo.

5.1. INVERSIONES

Es la determinación del consolidado de las inversiones para la fabricación y comercialización de prendas formales, en los que consta la adquisición de activos fijos, diferidos y el capital de trabajo, que será necesario para que la empresa pueda ejecutar las actividades y estar en capacidad de transformar un determinado conjunto de insumos en un producto terminado. Las principales inversiones que se realizarán se detallan a continuación para la producción y comercialización de estas prendas.

ACTIVO FIJO

Activo fijo o tangible es una cuenta contable que corresponde a un bien o derecho de carácter duradero con una expectativa de duración mayor que el ciclo productivo; necesario para que la empresa funcione de forma duradera.

A continuación se muestran las cantidades y precios de cada uno de los activos fijos que se requieren para la operación de la microempresa.

CUADRO #: 62
ACTIVOS FIJOS

PRODUCCIÓN

RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN USD	VALOR TOTAL EN USD
MAQUINA OVERLOCK	2	600,00	1.200,00
MAQUINA RECTA BÁSICA	1	200,00	200,00
MAQUINA RECTA	3	400,00	1.200,00
PLANCHA VAPORIZADOR	2	50,00	100,00
MESA	2	100,00	200,00
TIJERAS	4	15,00	60,00
TOTAL			2.960,00

ADMINISTRACIÓN

RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN USD	VALOR TOTAL EN USD
ESCRITORIO	1	100,00	100,00
SILLAS	7	15,00	105,00
ARCHIVADOR	2	70,00	140,00
COMPUTADOR	1	700,00	800,00
IMPRESORA	1	100,00	150,00
CALCULADORA	1	13,00	13,00
TELÉFONO	1	40,00	40,00
			1.348,00

VENTAS

RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN USD	VALOR TOTAL EN USD
ESCRITORIO	1	100,00	100,00
SILLAS	1	15,00	15,00
ESTANTERÍA	4	50,00	200,00
MANIQUÍES	4	50,00	200,00
ESPEJOS	4	15,00	60,00
CAJA REGISTRADORA	1	250	250,00
ARMADORES	20	2,50	50,00
COMPUTADOR	1	700,00	800,00
CALCULADORA	1	13,00	13,00
TELÉFONO	1	40,00	40,00
	58	985,50	1.728,00

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Resumen de inversiones

Año 2013

CUADRO # 63

RESUMEN ACTIVOS FIJOS

CUENTA	VALOR EN USD
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.700,00
EQUIPO DE COMPUTO	2.080,00
MUEBLES Y ENSERES	1.060,00
Otros	196,00
TOTAL	6.036,00

Fuente: Almacenes Ibarra

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

ACTIVOS DIFERIDOS

Las inversiones en activos diferidos, se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha de esta microempresa.

PLANEACIÓN DEL PROYECTO. Constituye activo intangible y de valor denominado como inversión de investigación.

ASESORÍA LEGAL. Comprende la asesoría, y constitución del proyecto.

GASTOS PRE OPERATIVOS. Bien intangible que corresponde al trámite a seguir para el funcionamiento del proyecto.

CUADRO NRO. 64

ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR EN USD
INGENIERÍA DEL PROYECTO	1.000,00
ASESORÍA LEGAL	300,00
GASTOS PRE OPERATIVOS	700,00
TOTAL	2.000,00

Elaborado por: Nadia Santos.

Año 2013

CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, formado por activos corrientes o circulantes, que se deben financiar para la producción, antes de recibir ingresos; ya que servirán para la compra de materia prima, pago de mano de obra directa y otros rubros importantes para el funcionamiento de la microempresa

CUADRO #65

CAPITAL DE TRABAJO ANUAL

DESCRIPCIÓN	VALOR EN USD
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
MATERIA PRIMA	40.588,53
SUELDOS OPERATIVOS	38.762,62
ARRIENDO PLANTA	750,67
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
SUELDOS ADMINISTRACIÓN	6.693,01
SERVICIOS BÁSICOS	514,49
ARRIENDO	652,21
SUMINISTROS	125,16
GASTOS DE VENTAS	
SUELDOS ADMINISTRACIÓN	6.217,20
SERVICIOS BÁSICOS	502,35
ARRIENDO	1.043,33
PUBLICIDAD	2.252,02
SUMINISTROS	125,16
TOTAL	98.750,80

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA: Hace referencia al material que influirá directamente y de manera mayoritaria en la elaboración del producto, pudiendo cuantificarse unilateralmente la cantidad requerida para cada producto, en este caso viene a ser la tela que es utilizada por metros en cada producto.

CUADRO #66
DETERMINACIÓN DE EGRESOS

EGRESOS	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Materia prima directa TELA					
CHAQUETA DE HOMBRE					
Cantidad en metros	366,00	373,50	379,50	387,00	394,50
Precio	10,43	10,87	11,33	11,82	12,32
Valor en USD	3.815,92	4.060,00	4.300,96	4.572,80	4.859,99
PANTALÓN DE HOMBRE					
Cantidad en metros	833,80	851,40	869,00	886,60	904,20
Precio	10,43	10,87	11,33	11,82	12,32
Valor en USD	8.693,20	9.254,84	9.848,56	10.476,08	11.139,18
CAMISA DE HOMBRE					
Cantidad en metros	907,50	925,10	943,80	962,50	981,20
Precio	5,21	5,44	5,67	5,91	6,16
Valor en USD	4.730,80	5.027,99	5.348,14	5.686,46	6.043,88
CORBATA					
Cantidad en metros	73,60	74,60	75,80	77,00	78,00
Precio	5,21	5,44	5,67	5,91	6,16
Valor en USD	383,68	405,46	429,53	454,92	480,46
CHAQUETA DE MUJER					
Cantidad en metros	373,50	381,25	387,50	395,00	402,50
Precio	10,43	10,87	11,33	11,82	12,32
Valor en USD	3.894,11	4.144,24	4.391,62	4.667,32	4.958,55
PANTALÓN DE MUJER					
Cantidad en metros	652,00	665,00	679,00	692,00	705,00
Precio	10,43	10,87	11,33	11,82	12,32
Valor en USD	6.797,75	7.228,65	7.695,25	8.176,68	8.685,16
BLUSA					
Cantidad en metros	1.003,00	1.022,00	1.041,00	1.060,00	1.079,00
Precio	5,21	5,44	5,67	5,91	6,16
Valor en USD	5.228,64	5.554,65	5.898,94	6.262,49	6.646,30
FALDA					
Cantidad en metros	321,75	331,50	342,00	352,50	363,00
Precio	10,43	10,87	11,33	11,82	12,32
Valor en USD	3.354,57	3.603,45	3.875,96	4.165,14	4.471,93
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	36.898,66	39.279,28	41.788,97	44.461,88	47.285,45
MPI (0,1% MPD)	3.689,87	3.927,93	4.178,90	4.446,19	4.728,54
TOTAL	40.588,52	43.207,21	45.967,86	48.908,06	52.013,99

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de Mercado

Año 2013

En el cuadro anterior se hace referencia a los materiales directos de cada una de las prendas, como es la tela, los precios de la tela son acordes a la calidad de las prendas y estos son proyectados de acuerdo a la tasa de inflación calculada. También se hace referencia a los materiales secundarios indispensables en la elaboración de las prendas de vestir que representan un 10% del total de la materia prima directa.

La cantidad hace referencia a los metros de tela que deberán adquirirse al año.

COSTOS DE MANO DE OBRA DE PRODUCCIÓN

Se hace referencia al personal del área de producción y a continuación se detalla el número de trabajadores con sus respectivas remuneraciones a percibir.

CUADRO # 67

REMUNERACIONES AÑO BASE 2013

DETALLE	N° DE TRABAJADORES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE AL IESS	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO
DISEÑADOR	1	350,00	4.200,00	510,3	350,00	318,00
MODISTA	1	350,00	4.200,00	510,3	350,00	318,00
OPERARIAS	4	318,00	15.264,00	1.854,576	1272,00	1.272,00
CONSERJE	1	318,00	3.816,00	463,644	318,00	318,00
TOTAL		1.336,00	27.480,00	3.338,82	2.290,00	2.226,00
TOTAL ANUAL						35.334,82

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Resumen de Inversiones

Año 2013

CUADRO # 68

COSTO DE MANO DE OBRA (Proyectada)

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Sueldo Básico Unificado	27480,00	30145,56	33069,68	36277,44	39796,35	43656,60
Aporte patronal (12,15%)	3338,82	3662,69	4017,97	4407,71	4835,26	5304,28
Fondos de reserva			2755,81	3023,12	3316,36	3638,05
Décimo tercer Sueldo	2290,00	2512,13	2755,81	3023,12	3316,36	3638,05
Décimo cuarto sueldo	2544	2441,92	2639,86	2874,81	3130,67	3409,29
TOTAL	35652,82	38762,30	45239,12	49606,19	54395,00	59646,27

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

Para el incremento de sueldos se toma en cuenta, el 9,7% correspondiente un incremento salarial promediado de los últimos cinco años, el aporte patronal representa el 9,35% de las remuneraciones totales, los fondos de reserva, se calculan a partir del segundo año de operación cuando el proyecto comience arrojar utilidades, el décimo cuarto sueldo equivale a una remuneración básica por cada trabajador, y el décimo tercer comprende la doceava parte de la remuneración anual total de cada trabajador.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Hace referencia a los demás costos relacionados con el área o espacio productivo, en este cuadro tomamos en cuenta los servicios básicos; al igual que los accesorios para las prendas, en el caso de fundas y etiquetas, se toma en cuenta el precio de cada una de ellas, por el total de producción anual.

CUADRO # 69

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

RUBROS/AÑOS	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
ETIQUETAS	125,00	130,33	135,88	141,67	147,70	153,99
FUNDAS	100,00	104,26	108,70	113,33	118,16	123,19
AGUA	84,00	84,96	85,93	86,91	87,90	88,90
ENERGÍA ELÉCTRICA	300,00	303,42	306,88	310,38	313,92	317,49
ÚTILES ASEO	60,00	62,56	65,22	68,00	70,90	73,92
ARRIENDO PLANTA	720,00	750,67	782,65	815,99	850,75	886,99
TOTAL	1389,00	1436,19	1485,25	1536,27	1589,32	1644,49

Elaborado por Nadia Santos

Fuente Estudio de mercado

Año 2013

Para el incremento de los costos indirectos de fabricación se toma en cuenta el incremento de la producción, para determinar las cantidades y a eso multiplicado el precio proyectado de cada rubro en base al crecimiento según la tasa de inflación.

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL.

Es el resumen de los costos que incurren en la elaboración de las prendas y su área de producción.

CUADRO # 70

COSTO DE PRODUCCIÓN

RUBROS/AÑOS	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
MP Directa e Indirecta	40.588,52	43.207,21	45.967,86	48.908,06	52.013,99
MO Directa e Indirecta	38.762,30	45.239,12	49.606,19	54.395,00	59.646,27
CIF	1.436,19	1.485,25	1.536,27	1.589,32	1.644,49
TOTAL	80.787,01	89.931,58	97.110,33	104.892,38	113.304,75

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Estudio financiero

Año 2013.

En este cuadro resumen se toman los datos proyectados de los cuadros anteriores y se puede ver que el rubro más representativo es el de la mano de obra.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos en que incurre el área administrativa, en la presente microempresa tenemos la remuneración del administrador, el pago de los servicios básicos correspondientes, y arriendo.

**CUADRO 71
SUELDOS ADMINISTRACIÓN 2013**

DETALLE	N° DE TRABAJADORES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE AL IESS	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO
ADMINISTRADOR	1	400,00	4.800,00	583,2	400,00	318,00
TOTAL ANUAL						6.101,20

Elaborado por: Nadia Santos

Año 2013

**CUADRO #72
PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

RUBRO	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Sueldo Básico Unificado	4.800,00	5.265,60	5.692,42	6.199,05	6.750,76	7.351,58
Aporte patronal (12,15%)	583,20	639,77	691,63	753,18	820,22	893,22
Fondos de reserva			474,37	516,59	562,56	612,63
Décimo tercer Sueldo	400,00	438,80	474,37	516,59	562,56	612,63
Décimo cuarto sueldo	318,00	348,85	382,68	419,80	460,53	505,20
TOTAL	6.101,20	6.693,02	7.715,47	8.405,21	9.156,63	9.975,26

Elaborado por: Nadia Santos.

Año 2013

Los sueldos y bonificaciones se proyectan de acuerdo a los porcentajes y leyes establecidas en el país y el incremento del sueldo es de 9,7% cada año.

CUADRO # 73

SERVICIOS BÁSICOS CORRESPONDIENTES ADMINISTRACIÓN

RUBROS/AÑOS	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
AGUA	84,00	84,96	85,93	86,91	87,90	88,90
TELÉFONO	120,00	121,37	122,75	124,15	125,57	127,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	150,00	151,71	153,44	155,19	156,96	158,75
INTERNET	150,00	156,46	163,19	170,21	177,54	185,18
TOTAL SB	504,00	514,49	525,31	536,46	547,96	559,82
ÚTILES ASEO	30,00	31,29	32,64	34,04	35,51	37,04
ÚTILES DE OFICINA	90,00	93,87	97,91	102,13	106,52	111,11
TOTAL	120,00	125,16	130,55	136,17	142,03	148,14

RESUMEN					
RUBROS/AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDOS Y SALARIOS	6.693,02	7.715,47	8.405,21	9.156,63	9.975,26
SERVICIOS BÁSICOS	514,49	525,31	536,46	547,96	559,82
SUMINISTROS OFICINA	125,11	130,44	136,00	141,79	147,83
ARRIENDO OFICINA	625,56	652,21	679,99	708,96	739,16
TOTAL	7.958,18	9.023,43	9.757,66	10.555,34	11.422,07

Elaborado por Nadia Santos

Año 2013

Estos rubros se proyectan de acuerdo al incremento de la demanda y tomando en cuenta la tasa de inflación para el incremento de precios año tras año.

GASTOS DE VENTAS

Aquí se hace mención en los gastos que incurrirán para el funcionamiento del área de ventas y a la vez la publicidad.

CUADRO # 74

REMUNERACIÓN A VENDEDOR AÑO 2013

DETALLE	Nº	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE AL IESS	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CURATO
CONTADOR VENDEDOR	1	370,00	4.440,00	539,46	370,00	318,00
TOTAL ANUAL EN USD						5667,46

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Remuneraciones sectoriales del Ecuador

CUADRO #75

PROYECCIÓN DE REMUNERACIONES PERSONAL DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Sueldo Básico Unificado	4.440,00	4.870,68	5.343,14	5.861,42	6.429,98	7.053,69
Aporte patronal (12,15%)	539,46	591,79	649,19	712,16	781,24	857,02
Fondos de reserva			445,26	488,45	535,83	587,81
Décimo tercer Sueldo	370,00	405,89	445,26	488,45	535,83	587,81
Décimo cuarto sueldo	318,00	348,85	382,68	419,80	460,53	505,20
TOTAL	5.667,46	6.217,20	7.265,53	7.970,29	8.743,41	9.591,52

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Remuneraciones sectoriales del Ecuador

Año 2013

La proyección se realiza tomando en cuenta el porcentaje de incremento salarial.

CUADRO # 76

SERVICIOS BÁSICOS Y SUMINISTROS

RUBROS/AÑOS	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
AGUA	72,82	73,65	74,49	75,34	76,20
TELÉFONO	121,37	122,75	124,15	125,57	127,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	151,71	153,44	155,19	156,96	158,75
INTERNET	156,46	163,19	170,21	177,54	185,18
TOTAL SB	502,35	513,03	524,04	535,40	547,12
ÚTILES ASEO	31,29	32,64	34,04	35,51	37,04
ÚTILES DE OFICINA	93,87	97,91	102,13	106,52	111,11
TOTAL	125,16	130,55	136,17	142,03	148,14
ARRIENDO PLANTA	1.000,90	1.043,53	1.087,9	1.134,3	1.182,6
TOTAL	83,44	87,03	90,78	94,69	98,76
PUBLICIDAD RADIAL	2.160,00	2.252,02	2.347,95	2.447,97	2.552,26

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Empresas

Año 2013

Los valores se proyectan de acuerdo al incremento productivo y a la tasa de inflación establecida de acuerdo a los últimos años.

CUADRO # 77
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS					
RUBROS/AÑOS	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
SUELDOS Y SALARIOS	6.217,20	7.265,53	7.970,29	8.743,41	9.591,52
SERVICIOS BÁSICOS	502,35	513,03	524,04	535,40	547,12
SUMINISTROS OFICINA	125,13	130,47	136,04	141,85	147,91
ARRIENDO OFICINA	1.000,90	1.043,53	1.087,99	1.134,34	1.182,66
PUBLICIDAD	2.160,00	2.252,02	2.347,95	2.447,97	2.552,26
TOTAL	10.005,58	11.204,59	12.066,32	13.002,98	14.021,47

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Investigación anterior

Año 2013

Corresponde al total de los gastos anteriores pertenecientes al área de ventas.

COSTOS Y GASTOS TOTALES: Es el resumen de costos y gastos en los que incurre la microempresa.

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Aquí se muestra de manera resumida el total de costos de producción y gastos operativos y administrativos.

CUADRO # 78

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS	80.078,00	
GASTOS	17.963,80	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		7.958,20
GASTO DE VENTAS		10.005,6
INVERSIÓN TOTAL ANUAL		98.750,80

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Inversiones

Los rubros mostrados en el cuadro anterior hacen referencia a los valores totales correspondientes a los activos circulantes para el funcionamiento de la empresa.

CUADRO # 79

VALOR DE CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

Es el valor que tomamos en cuenta como indispensable para el inicio y mantenimiento de la actividad económica de la microempresa.

98.750.80	/12 =	8.229,23
		*2 Meses
Capital de trabajo		16.458,46

Elaborado Por: Nadia Santos

Fuente análisis anteriores.

Año 2013

Para el cálculo del capital de trabajo inicial, tomamos en cuenta dos meses del capital de trabajo anual, mismo que permitirá cumplir con las obligaciones de la empresa, como es adquisiciones de materiales e insumos y pagos de sueldos.

5.2. INVERSIÓN INICIAL REQUERIDA

Aquí se calculan los valores necesarios para iniciar la actividad económica, incluyendo los activos fijos que requieren la empresa, los gastos de constitución y el capital de trabajo.

CUADRO # 80

INVERSIÓN

CUENTA	VALOR
Activos fijos	6.036,00
Activos Diferidos	2.000,00
Capital de Trabajo	16.458,46
= INVERSIÓN	24.494,46

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Inversiones

Año 2013

La microempresa para iniciar sus actividades requiere una inversión inicial de 24.494,46 correspondiente a valores calculados en los cuadros anteriores.

5.3. FINANCIAMIENTO

Este proyecto será financiado con una parte de capital propio y un crédito concedido por el Banco Nacional de Fomento.

CUADRO # 81
FINANCIAMIENTO

RUBROS/AÑOS	VALOR EN USD	%
Capital propio	14.494,46	57,17
Crédito	10.000,00	42,83
TOTAL	24.494,46	100

Elaborado por Nadia Santos

Fuente: Datos Banco Nacional De Fomento.

Año 2013

Tales datos muestran que la mayor parte de la inversión está constituida por capital propio.

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Indica la reducción que tiene la deuda año tras año. La deuda se amortiza a cinco años, con un interés del 11% que concede el Banco Nacional de Fomento, para las pequeñas empresas productivas.

CUADRO #82
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA MENSUAL

PERÍODOS	SALDO INS.	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO FINAL
1	10.000,00	166,67	91,67	258,33	9.833,33
2	9.833,33	166,67	90,14	256,81	9.666,67
3	9.666,67	166,67	88,61	255,28	9.500,00
4	9.500,00	166,67	87,08	253,75	9.333,33
5	9.333,33	166,67	85,56	252,22	9.166,67
6	9.166,67	166,67	84,03	250,69	9.000,00
7	9.000,00	166,67	82,50	249,17	8.833,33
8	8.833,33	166,67	80,97	247,64	8.666,67
9	8.666,67	166,67	79,44	246,11	8.500,00
10	8.500,00	166,67	77,92	244,58	8.333,33
11	8.333,33	166,67	76,39	243,06	8.166,67
12	8.166,67	166,67	74,86	241,53	8.000,00
13	8.000,00	166,67	73,33	240,00	7.833,33
14	7.833,33	166,67	71,81	238,47	7.666,67
15	7.666,67	166,67	70,28	236,94	7.500,00
16	7.500,00	166,67	68,75	235,42	7.333,33
17	7.333,33	166,67	67,22	233,89	7.166,67
18	7.166,67	166,67	65,69	232,36	7.000,00
19	7.000,00	166,67	64,17	230,83	6.833,33
20	6.833,33	166,67	62,64	229,31	6.666,67
21	6.666,67	166,67	61,11	227,78	6.500,00
22	6.500,00	166,67	59,58	226,25	6.333,33
23	6.333,33	166,67	58,06	224,72	6.166,67
24	6.166,67	166,67	56,53	223,19	6.000,00
25	6.000,00	166,67	55,00	221,67	5.833,33
26	5.833,33	166,67	53,47	220,14	5.666,67
27	5.666,67	166,67	51,94	218,61	5.500,00
28	5.500,00	166,67	50,42	217,08	5.333,33
29	5.333,33	166,67	48,89	215,56	5.166,67
30	5.166,67	166,67	47,36	214,03	5.000,00
31	5.000,00	166,67	45,83	212,50	4.833,33
32	4.833,33	166,67	44,31	210,97	4.666,67
33	4.666,67	166,67	42,78	209,44	4.500,00
34	4.500,00	166,67	41,25	207,92	4.333,33
35	4.333,33	166,67	39,72	206,39	4.166,67
36	4.166,67	166,67	38,19	204,86	4.000,00
37	4.000,00	166,67	36,67	203,33	3.833,33
38	3.833,33	166,67	35,14	201,81	3.666,67
39	3.666,67	166,67	33,61	200,28	3.500,00
40	3.500,00	166,67	32,08	198,75	3.333,33
41	3.333,33	166,67	30,56	197,22	3.166,67
42	3.166,67	166,67	29,03	195,69	3.000,00
43	3.000,00	166,67	27,50	194,17	2.833,33
44	2.833,33	166,67	25,97	192,64	2.666,67
45	2.666,67	166,67	24,44	191,11	2.500,00
46	2.500,00	166,67	22,92	189,58	2.333,33
47	2.333,33	166,67	21,39	188,06	2.166,67
48	2.166,67	166,67	19,86	186,53	2.000,00
49	2.000,00	166,67	18,33	185,00	1.833,33
50	1.833,33	166,67	16,81	183,47	1.666,67
51	1.666,67	166,67	15,28	181,94	1.500,00
52	1.500,00	166,67	13,75	180,42	1.333,33
53	1.333,33	166,67	12,22	178,89	1.166,67
54	1.166,67	166,67	10,69	177,36	1.000,00
55	1.000,00	166,67	9,17	175,83	833,33
56	833,33	166,67	7,64	174,31	666,67
57	666,67	166,67	6,11	172,78	500,00
58	500,00	166,67	4,58	171,25	333,33
59	333,33	166,67	3,06	169,72	166,67
60	166,67	166,67	1,53	168,19	-
TOTAL		10.000,00	2.795,83	12.795,83	

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Año 2013

CUADRO # 83

RESUMEN DE AMORTIZACIÓN ANUAL EN USD

AÑO	CAPITAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
2013	10.000,00	2.000,00	1.200,00	3.200,00	8.000,00
2014	8.000,00	2.000,00	960,00	2.960,00	6.000,00
2015	6.000,00	2.000,00	720,00	2.720,00	4.000,00
2016	4.000,00	2.000,00	480,00	2.480,00	2.000,00
2017	2.000,00	2.000,00	240,00	2.240,00	0,00

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Año 2013

Al ser el crédito sin periodo de gracia, se deberá pagar a partir del año 2013.

CUADRO # 84

GASTOS FINANCIEROS

RUBROS/AÑOS	AÑO 1 2013	AÑO 2 2014	AÑO 3 2015	AÑO 4 2016	AÑO 5 2017
INTERESES	1.200,00	960,00	720,00	480,00	240,00

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Tabla de amortización

Año 2013

Los gastos financieros hacen referencia a los intereses que la empresa tiene que cancelar por el préstamo adquirido.

5.4. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Disminución del valor de los activos fijos de la empresa, producido por el paso del tiempo con el uso y la obsolescencia, para la depreciación de los activos fijos, se toma en cuenta el método de línea recta y el valor residual corresponderá al valor en libros al culminarse el proyecto.

CUADRO # 85

DEPRECIACIONES EN DÓLARES

RUBROS/AÑOS	VALOR DEL	DEPRECIACIONES					VALOR EN LIBROS
	ACTIVO	AÑO 1 2013	AÑO 2 2014	AÑO 3 2015	AÑO 4 2016	AÑO 5 2017	
Maquinaria y equipo	2.700,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	1.350,00
Equipo de computo	2.080,00	693,33	693,33	693,33	693,33	693,33	693,33
Muebles y enseres	1.060,00	106,00	106,00	106,00	106,00	106,00	530,00
TOTAL EN USD		1069,33	804,63	1069,33	1069,33	1069,33	2838,04

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: NIF

Año 2013

La maquinaria y equipo se depreciara en 10 años, al igual que los muebles y enseres, excepto el equipo de cómputo que se depreciara en 3 años por lo que habrá que hacer una reinversión.

5.5. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Se compone de todos los recursos que se estima captar durante un año financiero. Está basado en el volumen de las ventas y el precio de venta. Para la elaboración del presupuesto de ingresos es necesario establecer el volumen de venta por producto al año, y sus respectivos precios estimados, en este caso los ingresos se constituyen por el volumen de prendas elaboradas al año, multiplicado por el precio.

PRODUCCIÓN A VENDERSE EN UNIDADES

Es la producción que la microempresa estima vender cada año, está constituida por el 50% de la demanda insatisfecha.

CUADRO #86

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE HOMBRE	240	244	249	253	258	263
PANTALÓN DE HOMBRE	742	758	774	790	806	822
CAMISA DE HOMBRE	809	825	841	858	875	892
CORBATA	362	368	373	379	385	390
CHAQUETA DE MUJER	294	299	305	310	316	322
BLUSA DE MUJER	985	1.003	1.022	1.041	1.060	1.079
PANTALÓN DE MUJER	640	652	665	679	692	705
FALDA	416	429	442	456	470	484

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de Mercado

Año 2013

PROYECCIÓN DE PRECIOS PARA LAS PRENDAS

La proyección de precios se ha fijado en base al promedio señalado por las personas, y se proyecta para los siguientes años de acuerdo a la tasa de inflación anual, para el presente caso 4,26%.

CUADRO # 87

PROYECCIÓN DE PRECIOS EN DÓLARES

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE HOMBRE	61,00	63,60	66,31	69,13	72,08	75,15
PANTALÓN DE HOMBRE	25,00	26,07	27,18	28,33	29,54	30,80
CAMISA DE HOMBRE	23,00	23,98	25,00	26,07	27,18	28,33
CORBATA	6,50	6,78	7,07	7,37	7,68	8,01
CHAQUETA DE MUJER	46,00	47,96	50,00	52,13	54,35	56,67
BLUSA DE MUJER	18,00	18,77	19,57	20,40	21,27	22,17
PANTALÓN DE MUJER	23,00	23,98	25,00	26,07	27,18	28,33
FALDA	18,00	18,77	19,57	20,40	21,27	22,17

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de mercado

Año 2013

DETERMINACIÓN DE INGRESOS

Está constituido por las cantidades monetarias, que provienen de la venta de prendas; es decir la producción ofertada por la microempresa por el precio determinado.

CUADRO # 88

PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES DÓLARES

PRENDA	AÑO BASE 2013	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
CHAQUETA DE HOMBRE	14.640,00	15.518,06	16.510,67	17.490,55	18.596,04	19.763,97
PANTALÓN DE HOMBRE	18.550,00	19.757,27	21.033,74	22.383,10	23.809,26	25.316,31
CAMISA DE HOMBRE	18.607,00	19.783,34	21.026,13	22.364,97	23.779,72	25.274,43
CORBATA	2.353,00	2.493,90	2.635,47	2.791,94	2.956,96	3.122,96
CHAQUETA DE MUJER	13.524,00	14.339,92	15.250,82	16.161,17	17.175,75	18.247,46
BLUSA DE MUJER	17.730,00	18.823,10	19.996,72	21.236,18	22.544,95	23.926,69
PANTALÓN DE MUJER	14.720,00	15.634,83	16.625,89	17.699,08	18.806,36	19.975,86
FALDA	7.488,00	8.050,96	8.648,29	9.302,30	9.996,35	10.732,64
TOTAL	107.612,00	114.401,37	121.727,72	129.429,29	137.665,39	146.360,31

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de mercado

Año 2013

5.6. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son necesarios para realizar evaluaciones y tomar decisiones acertadas para la empresa.

CUADRO # 89
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivos a largo plazo	
Bancos	16.458,46	Crédito por pagar	10000,00
Activos fijos		TOTAL PASIVO	
Maquinaria y equipo	2700,00	10000,00	
Equipo de computo	2080,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	1060,00	Capital social	14.494,46
Útiles y suministros	196,00		
	6036,00		
Activos diferidos			
Estudios de ingeniería	1000,00		
Asesoría legal	300,00		
Imprevistos	700,00		
	2000,00		
TOTAL ACTIVOS	24.494,46	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	24.494,46

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Resumen de Inversiones.

Año 2013

5.6.1. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de pérdidas y ganancias presenta el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un periodo de tiempo determinado (un año). El estado de resultados proyectado se sustenta en estimaciones de ingresos, costos y gastos, elaborados objetivamente permitirán definir la utilidad, la relación costo de ventas/ventas totales, rentabilidad y sobre sus resultados se puede calcular el flujo neto de caja, que servirá para aplicar los diversos criterios de evaluación de proyectos, que explican la viabilidad o no de este proyecto.

CUADRO # 90

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Ingresos operacionales	114.401,37	121.727,72	129.429,29	137.665,39	146.360,31
- Costo de producción	80.787,01	89.931,58	97.110,33	104.892,38	113.304,75
= Utilidad Bruta	33.614,36	31.796,14	32.318,96	32.773,01	33.055,56
- Gastos administrativos	7.958,18	9.023,43	9.757,66	10.555,34	11.422,07
- Gastos de ventas	10.005,58	11.204,59	12.066,32	13.002,98	14.021,47
-Gastos financieros	999,17	779,17	559,17	339,17	119,17
- Depreciaciones	1.069,33	804,63	1.069,33	1.069,33	1.069,33
= Utilidad operacional	13.582,10	9.984,33	8.866,48	7.806,18	6.423,51
- 15% Trabajadores	2.037,31	1.497,65	1.329,97	1.170,93	963,53
= Utilidad antes de impuestos	11.544,78	8.486,68	7.536,51	6.635,26	5.459,98
- 22% Impuestos	2.539,85	1.867,07	1.658,03	1.459,76	1.201,20
= Utilidad Neta	9.004,93	6.619,61	5.878,48	5.175,50	4.258,79

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de mercado

Año 2013

El estado de resultados proyectado, genera resultados favorables en el periodo de ejecución del proyecto, proyectándose los gastos a una tasa inflacionaria del 4,26%, también se toma en cuenta el porcentaje de pago de impuesto a la renta del 22% como está establecido en la Ley de Régimen Tributario.

5.6.2. FLUJO DE FONDOS

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima, que tendrá la empresa en un periodo determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las obligaciones que mantiene.

CUADRO # 91

FLUJO DE CAJA

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
INVERSIÓN TOTAL						
INVERSIÓN PROPIA	14.494,46					
FINANCIAMIENTO	10.000,00					
UTILIDAD OPERATIVA		13.582,10	9.984,33	8.866,48	7.806,18	6.423,51
+DEPRECIACIONES		1.069,33	1.069,33	1.069,33	1.069,33	1.069,33
AMORTIZACIÓN DIFERIDA		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
- REINVERSIÓN		-	-	0,00	-2.461,88	0,00
- UTILIDAD TRABAJO		-2.037,31	-1.497,65	-1.329,97	-1.170,93	-963,53
- IMPUESTOS		-2.539,85	-1.867,07	-1.658,03	-1.459,76	-1.201,20
PAGO DE LA DEUDA		-2.999,17	-2.779,17	-2.559,17	-2.339,17	-2.119,17
VALOR EN LIBROS ACTIVOS						2.838,04
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.						14.494,46
FLUJO NETO DE CAJA	-24.494,46	7.475,09	5.309,77	4.788,64	4.305,66	22.905,45

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Estudio de mercado

Año 2013

En los movimientos operativos y administrativos que tiene la empresa, se puede observar, que se obtiene una utilidad neta moderada, en cada año, sin embargo el proyecto permite cubrir los costos, operativos y administrativos de la microempresa, sin necesidad de recurrir, a un segundo financiamiento.

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

La evaluación del proyecto tiene por objetivo definir la mejor alternativa para la inversión, una vez que se ha determinado que el proyecto es

viable financieramente, se aplicará los criterios de evaluación, para determinar su importancia tanto para el inversionista, como para la economía nacional. La evaluación financiera se basará en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero del proyecto.

5.7.1. COSTO DE OPORTUNIDAD (TMRA)

Para tomar la decisión de invertir en este proyecto se deberá exigir que la inversión rinda por lo menos a una tasa igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento. La TMAR es conocida también como premio al riesgo; a mayor riesgo mayor ganancia y viceversa.

Para realizar el cálculo del costo de oportunidad se tomará en cuenta la tasa pasiva para la inversión propia; y la tasa activa para la inversión financiada, que es el 11%, la tasa establecida para el capital propio se la obtiene promediando, el posible rendimiento de un depósito a plazo fijo al 6% y una tasa de riesgo país del 4% según el Banco Nacional de fomento y Banco Central.

CUADRO # 92
TASA DE REDESCUENTO

RUBROS	VALOR	%	INTERÉS	TASA. TOTAL
Crédito	10.000,00	42,83	0,11	4,49
Capital	14.494,46	57,17	0,06	3,55
				8,04

Elaborado por: Nadia Santos.

Fuente: Banco de Nacional de Fomento y Banco Central

Año 2013

TASA DE REDESCUENTO + INFLACIÓN Y RIESGO PAÍS

$$=8,04\%+4,13\%= 12,17\%$$

La tasa de rendimiento para el presente proyecto está en 12.17%.

5.7.2. VALOR ACTUAL NETO VAN

El valor presente neto VAN es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual, el cual se acepta si su valor es igual o mayor a cero.

CUADRO # 93

VALOR PRESENTE NETO

AÑOS	FNC	FLUJO NETO 12,17%	FLUJO NETO ACTUALIZADO 19,5%
2014	7.475,09	6.664,00	6.334,83
2015	5.309,77	4.220,00	3.813,40
2016	4.788,64	3.392,87	2.914,52
2017	4.305,66	2.719,65	2.220,81
2018	20.941,45	11.792,30	9.153,70
TOTAL	42.820,62	28.788,82	24.437,25
		4.292,36	-57,21

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Flujo de caja

CALCULO DEL VAN SUPERIOR E INFERIOR

$$\text{VAN } i = \Sigma(\text{FNA}-\text{INVERSIÓN})$$

$$\text{VAN } i = (28.788,82-24.494,46)$$

$$\text{VAN } i = 4.292,36$$

$$\text{VAN } s = \Sigma(\text{FNA}-\text{INVERSIÓN})$$

$$\text{VAN } s = (24.437,25-24.494,46)$$

$$\text{VAN } s = -57,21$$

El VAN correspondiente a los flujos netos actualizados con la tasa de rendimiento medio, menos el valor de la inversión, generando un resultado positivo, esto significa que la microempresa, cubrirá la inversión inicial y genera una utilidad, señalando que el proyecto puede ejecutarse sin que la empresa pierda valor en el mercado.

5.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido. La TIR es el tipo de interés efectivo de una operación y se define como el tipo de interés que hace que una serie de flujos monetarios futuros tanto positivos como negativos, hace que el valor actual neto sea cero.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti)[VANi / (VANi - VANs)]$$

$$TIR = 0,1217 + (0,175 - 0,1217)[4.292,36 / (4.292,36 - (-57,21))]$$

$$TIR = 0,171$$

$$TIR = 17\%$$

De acuerdo con esta tasa, que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto que es de 12,17%, se puede afirmar que el proyecto es factible.

5.7.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Es un método que no difiere mucho del VAN ya que se fundamenta en los mismos conceptos sobre los flujos descontados, tanto de las entradas como salidas de efectivo. La diferencia está en que, la sumatoria de las entradas a caja actualizadas se divide entre la inversión neta.

Ingresos y egresos actualizados.

$$= \text{ingreso anual} / (1 + TR)^n$$

CUADRO # 94
RELACIÓN COSTO BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	ING. ACT.	EGR. ACT
2014	114401,37	100819,27	101988,11	89879,76
2015	121727,72	111743,39	96744,47	88809,31
2016	129429,29	120562,81	91703,85	85421,73
2017	137665,39	129859,21	86955,71	82024,97
2018	146360,31	139936,80	82416,66	78799,53
TOTAL	649584,08	602921,48	459808,80	424935,29

Elaborado por: Nadia Santos

Fuente: Análisis anteriores

$C/B = \Sigma \text{Flujos netos} / \text{Inversión}$

$C/B = 28.788,82 / 24.494,46 \quad C/B = 1,18$

ANÁLISIS: Por cada dólar invertido se está recuperando 0,18 centavos de dólar.

5.7.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN

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

CUADRO # 95 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Muestra el año en que el proyecto permitirá recuperar el valor invertido.

CUADRO # 96 FLUJOS NETOS ACUMULADOS

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS ACUMULADOS	VALOR RECUPERADO
2014	6.664,00	6.664,00	
2015	4.220,00	10.884,00	
2016	3.392,87	14.276,87	
2017	2.719,65	16.996,52	16996,52
2018	12.898,24	29.894,77	7.517,08

Elaborado por Nadia Santos

Fuente: Flujo de caja

Año 2013

Para la recuperación de la inversión se procede a tomar el flujo neto del año que más se acerque al valor de la inversión:

Para el caso, es el cuarto año, que restado de la inversión falta recuperar 7.497,04.

$$24.494,46 - 16.996,52 = 7497,94$$

El valor faltante se lo recupera en el año siguiente mediante rubros mensuales por lo tanto: $29.894,77/12=2.491,23$.

$$2.491,23 \times 3 = 7.473,36$$

El valor faltante será recuperado en días del mes siguiente del cuarto año. La inversión se la recupera en el cuarto año y tres meses y 4 días aproximadamente.

5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción óptimo en que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y variables de la empresa.

5.8.1. **Costos Fijos.** Son los que se causan en forma invariable, independientemente del nivel de ventas.

5.8.2. **Costos Variables.** Son los que se incrementan proporcionalmente con el nivel de ventas de la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Aquí se presenta un resumen de las unidades, que se requieren producir y el precio al que se debe vender, con el fin de cubrir los costos y no tener pérdidas en ventas.

CUADRO # 97

PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio en unidades	
P.E.=	$\frac{\text{Costo fijo total}}{Pv - Cvu}$

Punto de equilibrio en dólares	
P.E.=	$\frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{Cvu}{Pv}}$

CHAQUETA DE HOMBRE	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	240,00	244,00	249,00	253,00	258,00
COSTO FIJO TOTAL	6.530,00	6.627,95	7.555,86	8.613,68	9.819,60
Costo variable unitario	26,49	28,89	30,71	32,52	34,47
Precio de venta	63,60	66,31	69,13	72,08	75,15
Punto de equilibrio en unidades	175,96	177,15	196,64	217,78	241,37
Punto de equilibrio en dólares	11.190,70	11.746,48	13.593,90	15.696,81	18.138,48

Utilidad 18%

PANTALÓN DE HOMBRE	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	742,00	758,00	774,00	790,00	806,00
COSTO FIJO TOTAL	3.605,81	3.926,13	4.221,45	4.494,03	4.793,77
Costo variable unitario	19,18	20,91	22,13	23,43	24,81
Precio de venta	26,07	27,18	28,33	29,54	30,80
Punto de equilibrio en unidades	524,04	627,07	680,15	734,93	800,67
Punto de equilibrio en dólares	13.659,18	17.040,90	19.270,73	21.709,77	24.659,48

Utilidad 8%

CAMISA DE HOMBRE	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	825,00	841,00	858,00	875,00	892,00
COSTO FIJO TOTAL	3.405,48	3.708,01	3.986,92	4.244,36	4.527,45
Costo variable unitario	16,65	18,18	19,24	20,38	21,59
Precio de venta	23,98	25,00	26,07	27,18	28,33
Punto de equilibrio en unidades	464,42	543,49	584,13	624,38	671,67
Punto de equilibrio en dólares	11.136,68	13.588,07	15.226,12	16.968,63	19.031,42

Utilidad 15%

CORBATA	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	368,00	373,00	379,00	385,00	390,00
COSTO FIJO TOTAL	850,00	862,75	983,54	1.121,23	1.278,20
Costo variable unitario	2,20	2,41	2,56	2,72	2,91
Precio de venta	6,78	7,07	7,37	7,68	8,01
Punto de equilibrio en unidades	185,52	185,36	204,72	226,24	250,51
Punto de equilibrio en dólares	1.257,28	1.309,65	1.508,08	1.737,62	2.006,00

Utilidad 40%

CHAQUETA DE DAMA	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	299,00	305,00	310,00	316,00	322,00
Costo fijo total	6.500,00	6.597,50	7.521,15	8.574,11	9.774,49
Costo variable unitario	16,21	17,69	18,80	19,92	21,11
Precio de venta	47,96	50,00	52,13	54,35	56,67
Punto de equilibrio en unidades	204,74	204,19	225,61	248,98	274,90
Punto de equilibrio en dólares	9.819,07	10.209,85	11.761,58	13.532,80	15.578,38

Utilidad 26%

BLUSA DE MUJER	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	1.003,00	1.022,00	1.041,00	1.060,00	1.079,00
COSTO FIJO TOTAL	3.405,48	3.708,01	3.986,92	4.244,36	4.527,45
Costo variable unitario	13,69	14,96	15,86	16,82	17,85
Precio de venta	18,77	19,57	20,40	21,27	22,17
Punto de equilibrio en unidades	671,15	804,86	877,94	954,55	1.047,21
Punto de equilibrio en dólares	12.595,38	15.748,18	17.909,75	20.302,13	23.221,79

Utilidad 10%

PANTALÓN DE MUJER	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	652,00	665,00	679,00	692,00	705,00
Costo fijo total	2.403,87	2.617,42	2.814,30	2.996,02	3.195,85
Costo variable unitario	14,87	16,23	17,16	18,19	19,29
Precio de venta	23,98	25,00	26,07	27,18	28,33
Punto de equilibrio en unidades	263,84	298,35	316,07	333,36	353,19
Punto de equilibrio en dólares	6.326,88	7.459,06	8.238,80	9.059,61	10.007,34

Utilidad 26%

FALDA	AÑO 1 2014	AÑO 2 2015	AÑO 3 2016	AÑO 4 2017	AÑO 5 2018
Cantidad de producto	429,00	442,00	456,00	470,00	484,00
Costo fijo total	1.402,26	1.526,83	1.641,67	1.747,68	1.864,24
Costo variable unitario	13,18	14,24	14,91	15,62	16,39
Precio de venta	18,77	19,57	20,40	21,27	22,17
Punto de equilibrio en unidades	251,09	286,80	298,89	309,51	322,10
Punto de equilibrio en dólares	4.712,08	5.611,56	6.097,37	6.582,96	7.142,47

Utilidad 14%

Elaborado por Nadia Santos

Fuente: Estudio de mercado e inversiones.

Año 2013

5.9. Conclusiones de la evaluación financiera

De la evaluación financiera se concluye que la TMAR para este proyecto se sitúa en un 12,17 % que corresponde a una tasa de rendimiento superior a la tasa aplicada por las fuentes de financiamiento por lo que resulta atractivo invertir; existiendo un mayor rendimiento del dinero.

Criterios de evaluación

De acuerdo al criterio Valor Actual Neto el proyecto debe ser aceptado puesto que considerando el monto de inversión y con la TMAR establecida de 12,17% el VAN se mantiene positivo; pudiéndose ejecutar el proyecto sin riesgo de que la empresa presente pérdidas en el mercado.

La tasa interna de retorno se ubica en un 17%; es un valor superior al de la TMAR por lo que resulta factible invertir en este proyecto productivo.

De acuerdo al criterio Relación costo beneficio por cada dólar de la inversión se recuperará 0,18 centavos de USD, siendo factible la puesta en marcha de este proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión para este proyecto es de 4 años 3 meses; siempre y cuando se dé cumplimiento con los niveles de producción considerados en los estudios anteriores.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

6.1. OBJETIVO DE LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Crear una microempresa productora y comercializadora de prendas formales de alta calidad, con modelos exclusivos, novedosos que sean competitivos en el mercado, manteniendo un proceso de producción, coordinado en el que todas las actividades realizadas, aporten a cumplir con lo propuesto en el proyecto.

6.1.1. BASE LEGAL

La empresa es toda razón social, creada y asentada en un lugar determinado con fines y objetivos claramente definidos, que busca lograr una ganancia o lucro, con la ayuda de recursos humanos y económicos. El crear esta empresa propia es una contribución al crecimiento económico y social del país ya que se genera empleo y se enfrenta a la globalización de las grandes empresas. Es necesario personas emprendedoras que asuman el riesgo de crear empresas de producción que satisfagan las necesidades del mercado consumidor, es por este motivo que se emprendió el estudio para la creación de una microempresa de confección y comercialización de prendas formales. La creación de una microempresa con estas características contribuye al desarrollo del sector productivo del cantón Pimampiro, que a la vez ayudará a la activación de la economía, como una iniciativa que podría servir de ejemplo para el mejoramiento global y satisfacción del mercado.

6.1.2. FINALIDAD DE LA MICROEMPRESA

- Ofrecer productos de calidad.
- Generar fuentes de trabajo

6.1.3 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA MICROEMPRESA

La razón social de la empresa es la denominación mediante la cual sus propietarios o directivos podrán realizar cualquier tipo de transacción comercial, además de cumplir con las disposiciones legales que para efecto, rigen en el país.

La razón social de esta empresa será: **C y C “GABRIELLE”**; que será creada en el cantón Pimampiro, cuyas siglas C y C significan confección y Comercialización y el nombre GABRIELLE parte del nombre de la autora del proyecto y del nombre de la modista francesa que evoluciono el mundo de la ropa elegante comenzando por el traje de mujer y continuando con el de hombre.

GRAFICO 37

6.1.4. LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



DESCRIPCIÓN

En el logotipo de la empresa se puede observar dos maniqués con ropa elegante, mismos que representan la ropa formal de hombre y mujer, las letras “c y c” que indican el nombre de la empresa y los y los accesorios representan que es una microempresa de confección.

6.1.5. SLOGAN DE LA MICROEMPRESA

“Mantiene el estilo, aun cuando la moda cambia; para vestirse elegante”

Este slogan parte del termino de confeccionar prendas formales, a pesar de que estas aparentemente han sido sustituidas por la ropa casual y extravagante que ofrece la moda actual, sin embargo no ha sido razón, para desaparecer la existencia de ropa formal, en aquellas ocasiones especiales o incluso cotidianas, dando mayor elegancia y personalidad a quien la usa.

6.2. PROPIEDAD DE LA MICROEMPRESA

Según el código civil son personas jurídicas, los entes susceptibles de adquirir derecho y contraer obligaciones; los que pueden ser de existencia visible o imaginaria. Microempresa es una Empresa de tamaño pequeño; su definición varía de acuerdo a la legislación de cada país, aunque, en general, puede decirse que una Microempresa cuenta con un máximo de diez empleados; por otra parte, el dueño de la Microempresa suele trabajar en la misma.

La Microempresa podrá enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ya que se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes ya sea de productos o servicios) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra sobre lo que se desea realizar). Más allá de que la característica principal de la Microempresa es su tamaño limitado; este tipo de Microempresas tendrán una gran importancia en la vida económica de un país. Según la actividad a desarrollarse esta es una microempresa productiva, de acuerdo a la constitución de capital esta es una empresa unipersonal.

6.2.1. TIPO DE EMPRESA

Empresa unipersonal: Su capital pertenece a un solo propietario.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la organización jurídica constituida por una persona natural para emprender en una actividad económica exclusiva, en la que ésta persona responde por las obligaciones de la empresa ni viceversa, por cuanto su responsabilidad civil por las operaciones empresariales se limita al monto de capital que hubiere destinado para ello. **De acuerdo a la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada.**

Se conforma esta empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente. A esta persona se la conoce como gerente-propietario y no como socio.

La compañía unipersonal de responsabilidad limitada no admite una transformación por otra especie de compañía, salvo el caso de que los herederos del gerente-propietario sean varios, en cuyo caso deberán transformar la compañía unipersonal en otra tipo de compañía. Se puede conformar esta compañía por una persona que tenga la capacidad legal para realizar actos de comercio, esto es lo contemplado en el artículo 6 del Código de Comercio y artículo 1461 del Código Civil. De ninguna forma se puede constituir este tipo de compañía con una persona jurídica ni con personas naturales que no puedan ejercer el comercio según la Ley, esto es el artículo 7 del Código de Comercio.

6.2.2. TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL

Al igual que para un constitución de una compañía de responsabilidad limitada, es mejor que el futuro empresario que vaya a actuar como empresa unipersonal sea asesorado por un abogado, legalmente autorizado para ejercer su profesión. A continuación se detallan los pasos necesarios para construir legalmente este tipo de empresa Obtención de la matrícula de comercio, con petición a un Juez de lo Civil, preparada por un abogado.

- Afiliación a una de las Cámaras de la Producción.
- Obtención de la Patente Municipal.
- Inscripción de la minuta de constitución en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes.

El tiempo aproximado que demora la obtención de la constitución de una empresa unipersonal es de treinta días calendario, para este proyecto como es una microempresa de confección unipersonal. Para el funcionamiento de esta micromepresa, se requiere la relación con dos instituciones como son Municipio de Pimampiro, y para el funcionamiento del taller de confección con la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

POR TANTO PARA INICIAR CUALQUIER TIPO DE TRÁMITE SE NECESITA:

- Un capital de operación
- La responsabilidad será únicamente de su propietario
- La microempresa debe actuar bajo una razón social y puede ser administrada a través de administradores según la disposición de su dueño.

6.2.3. RELACIÓN CON EL MUNICIPIO

Según información del Departamento Jurídico del Municipio de Pimampiro no se requiere línea de fábrica, para el funcionamiento de un microempresa de confección. El Municipio solicita la presentación de la Patente Municipal, realiza la inspección y autoriza. Para obtener el permiso de funcionamiento.- Es un documento que autoriza el Municipio para que la empresa funcione dentro de los límites legales.

Se necesita:

- RUC de la empresa o negocio, tramitado en SRI.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del propietario.
- Pago del impuesto predial de la propiedad.
- Categorización de la actividad que realiza
- Obtener la patente municipal, impuesto que grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el cantón Pimampiro
- Permisos del Cuerpo de Bomberos, da cumplimiento a la Ley contra incendios.

6.3. ORGANIZACIÓN

Es la forma en que se dispone y se asigna el trabajo entre el personal de la microempresa, a fin de alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma. Toda empresa por más pequeña que sea requiere de una organización para de una manera eficiente llegar al mejor desarrollo de las actividades, por lo tanto es necesario contar con una estructura organizacional que ejecute la planificación, organización, dirección y control de los resultados.

6.3.1 MISIÓN

Es la razón de la existencia y la naturaleza de un negocio.

“Somos una empresa dedicada a la confección y comercialización de ropa formal tanto para damas y caballeros, con excelente calidad en materia prima y variedad de diseños para dar una mayor satisfacción y comodidad a nuestros clientes”

6.3.2. VISIÓN

La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, debe ser clara, concisa, fácil de recordar, que muestre el marco referencial de lo que una empresa quiere y espera ver en un futuro.

“Para el año 2015 seremos líderes en la confección y venta de ropa formal en el cantón, mediante la permanente innovación y desarrollo del personal, manteniendo y mejorando la calidad y variedad de nuestras prendas, se generará, satisfacción en el personal interno y externo de la microempresa”

6.3.3. OBJETIVOS

- Captar y mantener clientes, mediante la oferta de calidad y variedad de diseños.
- Lograr posición en el mercado.
- Ser la microempresa líder en confección de ropa formal.
- Fomentar procesos tecnológicos, innovación y desarrollo en la elaboración de prendas.
- Brindar cordialidad y asesoramiento a nuestros clientes.

6.3.4. VALORES

- Los valores con los que se identificará C y C GABRIELLE son:
- Responsabilidad: En el trabajo cotidiano.
- Respeto: A clientes, proveedores y sociedad en general.
- Honestidad: Con el personal interno y externo.

- Puntualidad: En el trabajo a cumplirse y entregarse.
- Solidaridad: Con el personal interno y externo de la microempresa.
- Equidad: Con nuestros trabajadores y clientes.

6.3.5. ESTRATEGIAS MICRO EMPRESARIALES

La estrategia de la microempresa representa las respuestas de la administración sobre aspectos importantes, como si debe estar concentrada en un solo negocio o si desarrollar un grupo diversificado, si debe complacer a una amplia gama de clientes o enfocarse en un nicho de mercado particular, entre ellas tenemos.

6.3.5.1. DE CRECIMIENTO: Al igual que todo negocio nuestra empresa crecerá paulatinamente, buscando con el paso del tiempo el crecimiento y consolidación en el mercado, para ello primero se debe entrar al mercado, y desarrollar el producto con calidad y diversidad, para que el consumidor nos identifique como buenos productores, diferenciándonos de los demás, también se propone lograr mediante la buena atención, calidad, cordialidad y el programa publicitario.

6.3.5.2. DE COMPETENCIA: Esta estrategia tiene como finalidad la búsqueda de una posición competitiva para que la empresa pueda desarrollarse y competir de mejor forma en el mercado. Nuestra estrategia consiste en ofrecer modelos distintos, atención personalizada, atendiendo cada una de las expectativas del cliente, en cuanto a modelos, color y precios.

6.3.5.3. DE OPERACIÓN: Considerando que el talento humano es esencial en la actividad de una empresa, se buscará generar conciencia y entrega, de tal manera que el trabajo sea de agrado de los colaboradores para un desempeño eficaz para beneficio de todos. Se contratará

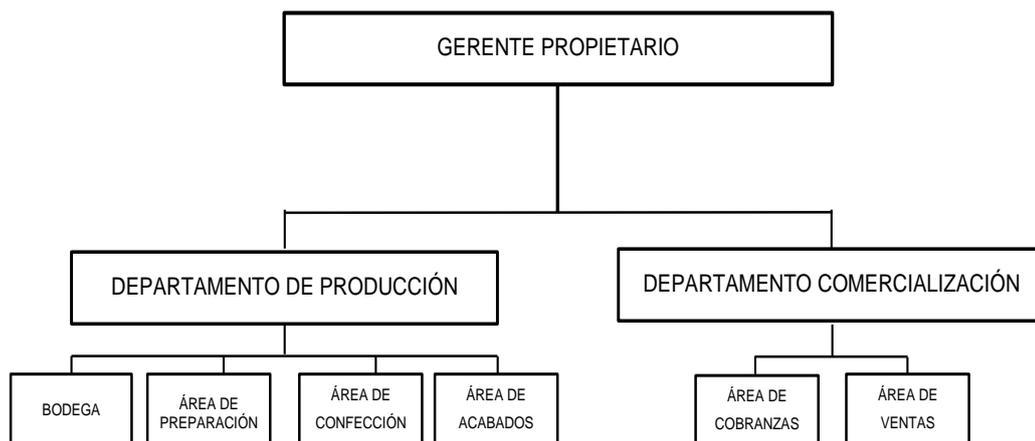
específicamente el personal necesario y calificado con la finalidad de optimizar tiempo durante el proceso de producción.

6.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica se refiere a las relaciones respectivamente fijadas que existen entre los puestos de la organización. C y C “GABRIELLE” Se basará en una estructura lineal vertical donde la delegación de autoridad fluye de arriba hacia abajo.

GRÁFICO: 38

ORGANIGRAMA EMPRESARIAL



DESCRIPCIÓN

En el presente organigrama se detalla los departamentos y secciones que tendrá la empresa, esta estará representada por el propietario y administrada por la gerencia administrativa, y desde ahí se desprenden los niveles inferiores hacia abajo, al ser una microempresa pequeña se cuenta con dos departamentos que son contabilidad y producción; el departamento de producción para desarrollar mejor sus procesos subdivide su trabajo en diferentes áreas.

6.5. DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES

En este paso se hace una revisión de los conceptos básicos del análisis y descripción de puestos, aquí se detalla el perfil, que debe tener el trabajador y a la vez se describe las funciones que tiene a cargo cumplir.

GERENTE PROPIETARIO

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE NIVEL EJECUTIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Estudios Superiores en Administración de Empresas, Contabilidad Superior, Comercio Exterior o similares.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la microempresa. Es el responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera de la microempresa. • Definir y hacer cumplir las políticas y normas para el funcionamiento de la microempresa. • Administrar de buena forma los recursos de la microempresa. • Utilizar la información contable para la toma de decisiones oportunas. • Remover a cualquier funcionario de los siguientes niveles: operativo y de apoyo al encontrar actos dolosos, de mala fe o que vayan en contra de la ética o la moral.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Honradez. • Capacidad administrativa y de liderazgo • Ética. • Puntualidad.

CONTADOR VENDEDOR

NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR VENDEDOR
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título profesional de Contador Público Autorizado CPA, con licencia actualizada. Experiencia mínima de dos años en trabajos similares, indispensable haber tomado cursos de actualización profesional contable, tributación, legislación laboral y uso de paquetes informáticos.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">• Construir la contabilidad de la empresa según el sistema contable.• Fijar el sistema ideal para calcular costos y precios de venta.• Atender a los clientes.• Manejo de paquetes informáticos para facturación.• Control de caja chica.• Mantener el orden, privacidad y seguridad de los documentos del área de ventas.• Organizar los documentos que sustenten las ventas.• Sugerir a los clientes la calidad y el tipo de producto que se ofrece.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad en el mantenimiento de la contabilidad y elaboración de estados financieros.• Honradez, criterio y ética profesional.• Excelentes relaciones humanas con clientes y empleados.• Puntualidad.• Capacidad de trabajar bajo presión.• Excelentes conocimientos de contabilidad

SASTRE

NOMBRE DEL PUESTO	SASTRE
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título de Maestro sastre. Institucional o adquirido por los propios derechos. Tener conocimiento en actividades de costura. Experiencia mínima de un año en confección de ropa sastre
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar el ensayo, en la sección de sastrería. • Organizar y distribuir el vestuario en el local • Planificar las necesidades para ajustarse a los condicionantes de producción. • Supervisar y realizar la elaboración de prendas • Tomar medidas de clientes de acuerdo con el formato establecido. • Preparar, y elaborar prendas. • Organizar, y realizar las primeras pruebas del vestuario. • Organizar y realizar el mantenimiento de maquinarias a su cargo. • Organizar, gestionar y en su caso, realizar la limpieza y planchado del vestuario.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable con las funciones encomendadas. • Excelentes relaciones humanas y trabajo en equipo. • Puntualidad. • Colaboración. • Creatividad, trabajo a presión.

DISEÑADORA O MODISTA

NOMBRE DEL PUESTO	MODISTA
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título de modista o diseñadora. Tener conocimiento en actividades de costura. Experiencia mínima de un año en confección de ropa especialmente (Dama)
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar prototipos o diseños para iniciar el trabajo. • Cumplir con las actividades de corte, confección y acabados de ropa formal. • Trazo y transformación de moldes. • Cortado de telas en diferentes características. • Operación de todo tipo de maquinaria de confección básica e industrial. • Realizar mantenimiento a las máquinas utilizadas para la producción. • Realizar el costo y presupuesto del trabajo solicitado. • Aplicar criterios de evaluación de calidad en los procesos y productos relacionados con diseño. • Informar del estado de la materia prima e insumos para futuras adquisiciones.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable con las funciones encomendadas. • Excelentes relaciones humanas y trabajo en equipo. • Puntualidad. • Colaboradores. • Creatividad, trabajo a presión.

OPERARIAS DE CONFECCIÓN

NOMBRE DEL PUESTO	OPERARIAS
REQUISITOS DEL PUESTO:	Maestra titulada en la rama artesanal de corte y confección. Con título obtenido en los últimos 5 años u certificado de curso de capacitación, o certificado de trabajo en corte y confección.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Operar máquinas y herramientas para realizar: el ensamble, cosido, y acabado de prendas y artículos textiles. • Realizar el mantenimiento preventivo de las máquinas, limpiando, lubricando y cambiando accesorios deteriorados para evitar pequeñas averías. • Aplicar técnicas y métodos de costuras para unir las piezas que componen la prenda o artículos textiles respetando orden de trabajo. • Aplicar métodos y técnicas de acabados de las prendas utilizando apropiadamente los materiales y herramientas. • Definir y utilizar correctamente los medios y equipos de seguridad empleados en el ámbito de producción de indumentaria.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de tiempo • Responsabilidad. • Puntualidad.

CONSERJE

NOMBRE DEL PUESTO	CONSERJE
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: No requiere título profesional, mínimo instrucción primaria.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza general de la infraestructura física de la microempresa. • recepción y entrega de correspondencia y documentos. • Encendido, apagado y mantenimiento de los servicios básicos. • Informar sobre anomalías o averías que observe en la microempresa. • Será familiar y profesional en todo momento y de ayuda para aquel propietario que lo solicite, sin abandonar las labores específicas del servicio.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de tiempo. • Responsabilidad. • Honestidad.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se detallan las posibles consecuencias que pueden presentarse al implantar la microempresa productora, por lo tanto, es importante analizar su efecto, cualificando y cuantificando; ya que este nos permite establecer las posibles beneficios y prejuicios que tiene el proyecto. Para ello primeramente se establece un rango de nivel de impacto, para la evaluación de impactos en el presente proyecto se aplicará la siguiente escala:

CUADRO#: 98

VALORACIÓN DEL IMPACTO

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN
IMPACTO ALTO NEGATIVO	-3
IMPACTO MEDIO NEGATIVO	-2
IMPACTO BAJO NEGATIVO	-1
NO HAY IMPACTO	0
IMPACTO BAJO POSITIVO	+1
IMPACTO MEDIO POSITIVO	+2
IMPACTO ALTO POSITIVO	+3

A continuación se establecen las matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados lo cual nos permite obtener información precisa del área analizada.

7.1.1. IMPACTO SOCIAL

Generará fuentes de trabajo, aportará al desarrollo laboral y productivo, contribuirá con la presentación y estética de clientes y se constituirá como muestra y ejemplo de trabajo con responsabilidad, mejorando la imagen

de sus trabajadores y habitantes, y guiando a la población en general a fomentar el desarrollo productivo del cantón.

CUADRO#: 99
IMPACTO SOCIAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
FUENTES DE TRABAJO					X		
DESARROLLO LABORAL					X		
PRESENTACIÓN Y ESTÉTICA						X	
EJEMPLO DE TRABAJO						X	
DESARROLLO PRODUCTIVO						X	
TOTAL					2	6	

Nivel de impacto = $\frac{\sum}{n}$ **Nivel de impacto = $\frac{8}{5}=1,6$**

El nivel de impacto social de la microempresa es de 1,6 lo que significa que el impacto se aproxima a medio positivo.

FUENTES DE TRABAJO: El presente proyecto generara fuentes de trabajo a un grupo de personas, ofreciéndoles seguridad y estabilidad laboral.

DESARROLLO LABORAL: El presente proyecto ofrece desarrollo laboral para su personal, por cuanto mantendrá periodos constantes de innovación dentro de lo que cuenta la capacitación al personal.

PRESENTACIÓN Y ESTÉTICA: El presente proyecto ha realizado una investigación a fondo; para que ello permita laborar con la mayor calidad, precisión y orden, cuidando la imagen empresarial interna y externa, así como también para sus clientes internos y externos.

EJEMPLO DE TRABAJO: El presente proyecto se constituirá como una muestra de trabajo, que motivara a otros sectores a implantar nuevas empresas productivas.

DESARROLLO PRODUCTIVO: El proyecto al ser una microempresa dedicada a la elaboración de prendas formales, está contribuyendo a mejorar la productividad sectorial del cantón Pimampiro.

7.1.2. IMPACTO ECONÓMICO

Al, haber más fuentes de trabajo, obtendrán mayores ingresos las persona que puedan acceder a él y por ende se generarán mayores rentas para el gobierno local, aportando de esta manera al desarrollo socio-económico local.

CUADRO#: 100
IMPACTO ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INCREMENTO DE INGRESOS					X		
RENTABILIDAD GAD						X	
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO						X	
TOTAL					1	4	

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \qquad \text{Nivel de impacto} = \frac{5}{3}=1,67$$

El impacto económico del proyecto es medio alto.

INCREMENTO DE INGRESOS: El proyecto generará incremento de ingresos, para el personal interno de la empresa, mediante la distribución de utilidades y participaciones de cada periodo económico.

RENTABILIDAD GAD: El proyecto mediante el pago de impuestos, incrementará los ingresos al Gobierno Municipal del cantón, mismo que contribuirá a su mejoramiento.

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO: El proyecto en sí genera desarrollo socioeconómico para el cantón, por cuanto contribuye con ingresos para sus trabajadores y hace que el dinero no fluya hacia afuera del cantón, sino quede ahí mismo.

7.1.3. IMPACTO EMPRESARIAL

Las personas que disponen del capital, van a verse tentadas, a invertir y conformar nuevas empresas.

CUADRO#: 101
IMPACTO EMPRESARIAL

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
CUMPLIMIENTO LEGAL						X	
CULTURA ORGANIZACIONAL						X	
CRECIMIENTO EMPRESARIAL						X	
TOTAL						6	

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{3}=2$$

El impacto económico del proyecto es medio alto.

CULTURA ORGANIZACIONAL: La adecuada organización de la microempresa con su respectivo manual de funciones facilitará la correcta marcha de la misma para el cumplimiento de los objetivos

CUMPLIMIENTO DE LEYES: El debido cumplimiento de las leyes tributarias, laborales, entre otras da como resultado el buen funcionamiento de una empresa, sin complicaciones ni sanciones.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL: El presente proyecto motivará a quienes tenga capitales, a invertir en actividades productivas, que generen rentabilidad.

7.1.4. IMPACTO EDUCATIVO.

Las personas encontraran en el proyecto, una fuente de información productiva y económica.

CUADRO#:102
IMPACTO EDUCATIVO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
MODELO DE CONSULTA							X
TOTAL							3

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \qquad \text{Nivel de impacto} = \frac{3}{1}=3$$

El impacto económico del proyecto es positivo alto.

MODELO DE CONSULTA

La creación de la microempresa de ropa formal, servirá como base para la implementación de nuevos proyectos en todo lo referente a contabilidad, costos, confección, comercialización

7.1.5. IMPACTO AMBIENTAL

Producirá una gran cantidad de residuos que si no son bien tratados generará contaminación, con la finalidad de impedir esto, la empresa deberá elaborar un plan, para el manejo adecuado de desechos y evitar la contaminación ambiental.

CUADRO#:102

IMPACTO AMBIENTAL

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
MODELO DE CONSULTA					x			

No existe impacto ambiental, por cuanto no genera desechos peligrosos, y los materiales de desperdicio serán manejados cuidadosamente dentro de la microempresa.

RESULTADO

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTO SOCIAL						X	
IMPACTO ECONÓMICO						X	
IMPACTO EMPRESARIAL						X	
IMPACTO EDUCATIVO							X
TOTAL						6	3

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \qquad \text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4}=2,25$$

El impacto económico del proyecto es medio positivo.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de haber terminado todo el proceso de investigación, en todas sus fases, se puede determinar que:

En el cantón Pimampiro, aún no existe en su totalidad una concientización por parte de las autoridades o gobiernos locales, para implantar, otros tipos de actividades ajenos a la agricultura, por lo que se deduce que en el cantón únicamente existen micro talleres artesanales que no cuentan con innovación, y desarrollo para cubrir la demanda en cantidad, calidad y variedad de prendas formales. Se pudo constatar también que si existe una demanda de prendas formales, sin embargo este tipo de producción se ha incrementado en una mínima cantidad en los últimos 5 años, dando lugar al sector comercial que venden estos productos de forma intermediaria. Se pudo determinar que el proceso productivo de prendas formales es un trabajo netamente laborioso, demandando de precisión y prolongado tiempo, requiere de estricta maquinaria y mano de obra, debido a la elegancia y calidad de sus prendas.

En lo relacionado al estudio económico-financiero, se puede concluir que el presente proyecto es factible, en vista de que los índices de evaluación financiera son favorables: la TIR con un 17% supera a la TMRA que es del 12,17% y el valor del VAN es positivo lo que significa que supera a 0, esto implica una ganancia adicional dentro del periodo de cinco años. Además se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 18 centavos.

En la microempresa su extensión orgánica estructural no puede ser extensa, sin embargo requiere de una buena dirección y su departamento más amplio es el productivo, en su administración, se establecen funciones y cargos, para un desempeño eficiente por parte del talento humano, así como también se define la misión, visión y estrategias,

encaminadas al mantenimiento y desarrollo de la microempresa. El presente proyecto no arroja impactos negativos a la sociedad, sin embargo dentro del micro empresa se debe cumplir con estrictas normas de higiene y seguridad industrial, con el fin de evitar accidentes laborales, enfermedades y afecciones a su personal.

RECOMENDACIONES

- a) Al no existir en Pimampiro una microempresa de confección, debido a que su actividad principal es la agricultura, se debe aprovechar la oportunidad para implantar este tipo de microempresa, así como también se debe poner especial atención en la creación de estrategias que permitan posesionar y crecer dentro del mercado local.

- b) Aprovechar la demanda existente en el cantón, implantando buenas prácticas de trabajo e innovación en los en sus procesos productivos, para lograr la calidad y diseños que la demanda requiere, y así asegurar la captación de un buen mercado.

- c) Realizar una adecuada selección de personal y capacitarlo tomando en cuenta que es un recurso costoso, por lo que su trabajo debe ser optimo en el tiempo y uso de materiales, con la finalidad de lograr una correcta relación en el costo y calidad de los productos.

- d) Mantener una buena cultura organizacional, respetando el nivel jerárquico, mediante la revisión constante, de la existencia y cumplimiento de políticas micro empresariales, normas y leyes vigentes relacionadas con la actividad y recursos de la entidad.

- e) Elaborar un manual de seguridad laboral, que garantice el bienestar de su personal interno.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA:

PÁEZ Roberto N. 2008 “DESARROLLO DE LA MENTALIDAD EMPRESARIAL”

VÁSQUEZ Blúmer Beatriz 2009 “COMO CREAR TU EMPRESA”

Giovany Lasso Marmolejo (2009),_Álvaro Parrado “CONTABILIDAD SIGLO XXI”

MONTEROS, Edgar; (2005) “MANUAL DE GESTIÓN MICRO EMPRESARIAL”

LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009),” MARQUETING DE SERVICIOS”

LIMAYCO, María (2005) “FOLLETO DE CORTE Y CONFECCIÓN”

ARBOLEDA German, (2005). “PROYECTOS, FORMULACIÓN Y CONTROL”

BACA U. Gabriel 2005 “EVALUACIÓN DE PROYECTOS”

PHILIP KOTHER, (2008) “FUNDAMENTOS DEL MARKETING”

JÁCOME, Walter. (2005). “BASES TEÓRICAS Y PRACTICAS PARA EL DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS”

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). “ECONOMÍA POLÍTICA”

KERIN, HARTLEY, RUDELIUS, (2007) “MARKETING MCGRAW”

CHILQUINGA Manuel. (2007) COSTOS

BERK Jonathan, (2008) “FINANZAS COORPORATIVAS”

SARMIENTO, R. Rubén, (2005), “Contabilidad General”

BESLEY Scott y BRIGHAM Eugene 2008 “FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA”

Michael Hitt Black Porter(2009) “ADMINISTRACIÓN”

FRED R, David (2008) “CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA”

LINKOGRAFÍA

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Taller-De-Corte-y-Confeccion/7419547.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n>

http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra

<http://iesgarciamorato.org/tecno/industrial.html>

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/>

<http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

<http://definicion.de/presupuesto/>

<http://www.definicion.org/financiamiento>

<http://definicion.de/depreciacion/>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Estados-Financieros-Concepto-Objetivo-Clasificacion-Reglas-De/1784933.html>

<http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Estructura_funcional

[Población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento](#)

[Población y tasas de crecimiento intercensal de 2010-2001-1990 por sexo, según parroquias](#)

<http://www.monografias.com/trabajos11/tecnol/tecnol.shtml>

<http://empreendedor.unitec.edu/pnegocios/Taller%20de%20Costura.htm>

http://www.inti.gob.ar/textiles/indumentaria/info_confeccion.htm

<http://es.scribd.com/doc/45846175/Pautas-para-la-Organizacion-del-Taller-Ocupacion-de-Confecciones>

<http://www.generaciones-i.net/aplicaciones-tecnologia/la-tecnologia-textil/>

<http://www.tecotextiles.blogspot.com/>

<http://cajondesastre.juegos.free.fr/Ejercicios/escrito/ropa.htm>

<http://www.todotelas.cl/definicion-telas.htm>

<http://belleza.uncomo.com/articulo/que-es-un-codigo-de-vestimental-formal-7368.html>

<http://www.remediando.com/2011/04/vestir-formal-o-informal.html>

ANEXOS

FICHA DE OBSERVACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Observación aplicada en el cantón, con la finalidad de conocer las formas de uso y adquisición de ropa formal en el cantón Pimampiro.

1. USO DE PRENDAS FORMALES

- Mayoría de personas
- Minoría de personas

2. VARIEDAD DE PRENDAS FORMALES

- Variedad de prendas y modelos
- Modelos repetitivos

3. CALIDAD EN LAS PRENDAS FORMALES

- Calidad de Tela
- Elaboración
- Acabados manuales

4. ATENCIÓN EN EL SERVICIO DE CONFECCIÓN Y VENTA DE PRENDAS FORMALES.

- Asesoramiento sobre la compra
- Cordialidad en el trámite.

5. PRECIOS DE LAS PRENDAS FORMALES EN EL CANTÓN

- Altos
- Moderados
- Bajos



GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista dirigida a propietarios de talleres de confección del cantón Pimampiro.

El objetivo de la presente entrevista, es recopilar información clara y verídica; para conocer las condiciones en las que opera el sector de confección y comercialización de ropa formal en el cantón Pimampiro.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el desempeño de esta actividad?
2. ¿Cree que en el cantón se ha existido desarrollo tecnológico en el sector textil?, por ejemplo nuevos conocimientos sobre métodos de producción, maquinarias, equipos, etc.
3. ¿Cuál es el tipo de maquinarias que utiliza el sector textil en el cantón Pimampiro? ¿son estas industriales, básicas, manuales?
4. ¿Tiene conocimiento sobre el mobiliario que debe existir en un taller artesanal, y dispone usted de todos ellos?
5. ¿Qué tipo de materia prima utiliza en su taller, porqué y existe esta dentro del cantón?
6. ¿El personal con el que labora posee mano de obra calificada, no calificada? Cuantos.
7. ¿Ha tomado en cuenta la innovación dentro de algún aspecto físico o laboral de su taller? ¿Cuál?
8. ¿Desde la creación de su taller cual es el desarrollo que ha logrado en el ámbito, físico, laboral y productivo?



FICHA DE OBSERVACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Observación con la finalidad de conocer la infraestructura y equipamiento de los talleres de confección del cantón Pimampiro.

1. INFRAESTRUCTURA Y PLANTA

- Amplio
- Pequeño
- Organizado
- Desorganizado

2. SERVICIOS BÁSICOS

- Energía eléctrica
- Agua Potable
- Alcantarillado
- Teléfono
- Internet

3. TECNOLOGÍA

- Manual
- semiautomática
- Automática

4. MAQUINARIA

- A Pedal
- Eléctrica Básica
- Eléctrica Industrial

5. MUEBLES Y ENSERES

- Cumple con las normas de las apropiadas para el taller
- No cumple con las normas apropiadas para el taller



ENCUESTA DEL ESTUDIO DE MERCADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Pimampiro comprendidos entre 18 y 65 años.

El objetivo de la presente encuesta es conocer el mercado de ropa formal en el cantón Pimampiro, para determinar la factibilidad de crear una microempresa de confección y comercialización en antes mencionada actividad.

GÉNERO: M () F () **EDAD () Años** **OCUPACIÓN** _____
NIVEL SOCIOECONÓMICO:
 Inferior al salario básico () Salario básico () Superior al salario básico ()

1. ¿Cuál o cuáles de las siguientes prendas formales adquiere y con qué frecuencia?

PRENDA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
Chaqueta de hombre	()	()	()	()
Pantalón de hombre	()	()	()	()
Camisa de hombre	()	()	()	()
Chaqueta de mujer	()	()	()	()
Pantalón de mujer	()	()	()	()
Blusa de mujer	()	()	()	()
Falda	()	()	()	()
Corbata	()	()	()	()
Terno de hombre	()	()	()	()
Terno de mujer	()	()	()	()
Otro	(.....)			

2. ¿Por cuál de las siguientes razones usted adquiere ropa formal?

Compromiso social () Trabajo () Gusto Personal ()

3. ¿Qué busca al momento de adquirir una prenda formal?

Economía () Originalidad ()
 Calidad () Buena atención y servicio ()
 Otro.....

4. ¿Cómo prefiere adquirir una prenda formal?

Confeccionada a medida () Prenda terminada por talla ()

5. ¿Dónde adquiere usted la ropa formal?

Mercado Cantonal () Boutiques Cantonales ()
 Talleres de confección Cantonales () Fuera del cantón ()

6. ¿Cuánto paga usted por cada una de estas prendas?

Chaqueta de hombre	menos de 45()	45 a 50()	50 a 55()	55 a más ()
Camisa de hombre	menos de 15()	15 a 18()	18 a 20()	20 a más ()
Pantalón de hombre	menos de 20()	20 a 25()	25 a 30()	30 a más ()
Chaqueta de mujer	menos de 30()	30 a 35()	35 a 40()	40 a más ()
Blusa de mujer	menos de 12()	12 a 15()	15 a 18()	18 a más ()
Pantalón de mujer	menos de 15()	15 a 20()	20 a 25()	25 a más ()
Falda	menos de 15()	15 a 20()	25 a 30()	20 a más ()
Corbata	menos de 5 ()	5 a 7 ()	7a 10 ()	10 a más ()
Terno de hombre	menos de 85()	85 a 95()	95 a 100()	100 a más ()
Terno de mujer	menos de 55()	55 a 65()	65 a 75 ()	75 a más ()

7. ¿Cómo le gustaría que sean las formas de pago para estos productos?

De contado en efectivo	()	Prepago reserva	()
De contado en cheque	()	Tarjeta de crédito	()
Otro.....			

8. ¿Cuál es el medio publicitario al que usted accede y por el que le gustaría informarse sobre estos productos?

Radio () Prensa () Televisión Volantes ()

GRACIAS



ENTREVISTA DEL ESTUDIO DE MERCADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entrevista dirigida a propietarios de talleres de confección del cantón Pimampiro.

El objetivo de la presente entrevista, es recopilar información clara y verídica; para conocer la situación productiva, laboral y comercial, del sector de confección de ropa formal en el cantón Pimampiro.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el desempeño de esta actividad?

.....

2. ¿El personal que labora en su taller es?

Cuantos

Titulado	()	()
Aprendiz	()	()

8. ¿En qué cantidad aproximadamente se demandan las siguientes prendas?

PRENDA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
Chaqueta de hombre	()	()	()	()
Pantalón de hombre	()	()	()	()
Camisa de hombre	()	()	()	()
Chaqueta de mujer	()	()	()	()
Pantalón de mujer	()	()	()	()
Blusa de mujer	()	()	()	()
Falda	()	()	()	()
Corbata	()	()	()	()
Otro	(.....)			

3. ¿Los materiales e insumos que requiere su taller los adquiere?

En el cantón () Fuera del cantón en la provincia. () Fuera de la provincia ()

4. ¿Qué considera usted que busca el cliente a la hora de comprar?

Diseño () Economía () Atención () Otro.....

5. ¿Qué parámetro toma en cuenta para fijar los precios?

Costos () Demanda () Competencia ()

6. ¿El sistema de cobro por el servicio y de confección y venta de prendas es?

Contado () Crédito () Prepago () Otro.....

7. ¿Publica o difunde su servicio?

Si () No () Como.....

GRACIAS