



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
VESTIDOS DE MUJER, EN LA PARROQUIA CARANQUI, CIUDAD DE
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

AUTORA: JENNY LIZBETH RUANO ENRÍQUEZ

TUTOR: Msc. ANA ARCINIEGAS

IBARRA, NOVIEMBRE 2016

RESUMEN EJECUTIVO

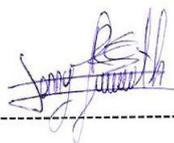
El presente trabajo de grado se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una microempresa llamada Vesti Moda cuya actividad económica es la confección y comercialización de vestidos de mujer, ubicada en la parroquia Caranqui, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, para ello se consideró el análisis de varios aspectos como el diagnóstico situacional, mismo que se efectuó para conocer la situación actual en la zona de estudio, se establecieron factores geográficos, demográficos, culturales y económicos determinando que la parroquia Caranqui presenta condiciones positivas que deberán ser aprovechadas para obtener mayores beneficios; mediante la recopilación de información bibliográfica y en sitios web de varios temas de interés se facilitó la comprensión e interpretación de los diferentes contenidos a tratarse; se examinó la oferta y demanda de los productos utilizando las técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta, se obtuvieron datos relevantes de la aceptación de las diferentes prendas, estableciendo así la existencia de una demanda insatisfecha que representa una oportunidad de negocio en el mercado; en el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto, tras tomar en cuenta factores como: disponibilidad de materia prima y mano de obra, servicios básicos, vías de acceso y otros, se escogió al barrio 10 de Agosto como el lugar apropiado para el establecimiento de la planta de producción, además se consideró la asignación de recursos para inversión fija, diferidos y capital de trabajo; se construyó en el estudio financiero los diferentes estados necesarios y mediante la aplicación y análisis de indicadores como el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación costo beneficio, periodo de recuperación, se mostró la viabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero porque generará beneficios económicos durante la vida útil; se elaboró una propuesta de estructura organizacional donde se diseñó la misión, visión, principios y valores de la entidad, así como un organigrama estructural y la instauración de la base legal necesaria para que la microempresa pueda desarrollar su actividad económica de forma normal; el análisis de los impactos reveló un nivel medio positivo, lo que simboliza que se presentarán mayores beneficios a nivel económico, educativo, social y ambiental.

ABSTRACT

The present work of degree was realized with the purpose of determining the feasibility of the creation of a micro-enterprise called Vesti Moda whose economic activity is the confection and commercialization of women dresses located in the parish Caranqui, city of Ibarra, province of Imbabura, for It was considered the analysis of several aspects such as the situational diagnosis, which was made to know the current situation in the study area, geographic, demographic, cultural and economic factors were established determining that the parish Caranqui presents positive conditions that should be exploited To obtain greater benefits; Through the compilation of bibliographical information and websites of various topics of interest, facilitated the understanding and interpretation of the different contents to be treated; We examined the supply and demand of products using research techniques such as the interview and the survey, we obtained relevant data from the acceptance of the different garments, thus establishing the existence of an unsatisfied demand representing a business opportunity in the market ; The technical study determined the size of the project, after taking into account factors such as availability of raw material and labor, basic services, access roads and others, the 10 de Agosto neighborhood was chosen as the appropriate place for the establishment Of the production plant, in addition the allocation of resources for fixed, deferred investment and working capital was considered; The different financial statements were constructed in the financial study and, through the application and analysis of indicators such as net present value, internal rate of return, cost-benefit ratio, recovery period, the project's viability was shown from the financial point of view Will generate economic benefits during the useful life; A proposal for an organizational structure was drawn up in which the entity's mission, vision, principles and values were designed, as well as a structural organization chart and the establishment of the legal basis necessary for the micro-business to be able to carry out its economic activity in a normal way; The analysis of the impacts revealed a high positive level, which symbolizes that there will be greater economic, educational, social and environmental benefits.

AUTORÍA

Yo, Jenny Lizbeth Ruano Enríquez, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 1003670955, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE MUJER, EN LA PARROQUIA CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que este trabajo no ha sido presentado previamente para ningún trabajo de grado, ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Jenny Ruano

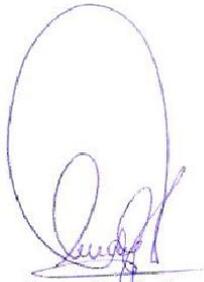
1003670955

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Jenny Lizbeth Ruano Enríquez, con cédula de identidad N° 1003670955, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE MUJER, EN LA PARROQUIA CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 29 días del mes de noviembre del 2016

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by 'rciniegas C.' in a cursive script.

Msc. Ana Arciniegas C.

DIRECTORA 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, JENNY LIZBETH RUANO ENRÍQUEZ, con cédula de identidad N°. 1003670955, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículo 4, 5 y 6, en calidad de la obra o autora de la obra de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE MUJER, EN LA PARROQUIA CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Jenny Ruano

1003670955

Ibarra, a los 29 días del mes de noviembre del 2016

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		1003670955	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Ruano Enríquez Jenny Lizbeth	
DIRECCIÓN:		Barrio 10 de Agosto, Manuela Espejo 4-110 y Teresa de Jesús	
EMAIL:		jenny117@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	2 651-921	TELÉFONO MÓVIL	0959170852

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTIDOS DE MUJER, EN LA PARROQUIA CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTOR (ES):	Jenny Lizbeth Ruano Enríquez
FECHA: AAAAMMDD	2016/11/29
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. Ana Arciniegas

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, JENNY LIZBETH RUANO ENRÍQUEZ, con cédula de ciudadanía N°. 1003670955, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 29 días del mes de noviembre del 2016

EL AUTOR:



Nombre: Jenny Ruano

C.C: 1003670955

DEDICATORIA

A Dios, porque es el forjador de la vida y es quien guía mis actos por el camino del bien, permitiendo desarrollarme de una forma adecuada en mi vida personal y profesional.

A mis padres, Pedro Ruano y Amparo Enríquez por darme la vida y ser mi ejemplo de trabajo y perseverancia, por su incansable amor, apoyo, comprensión y enseñanzas brindadas durante toda mi vida para cumplir mis metas y en especial para la culminación de este trabajo.

A mi familia, que de una u otra manera me han apoyado para cumplir con mis objetivos sin decaer, ya que sus palabras de aliento y compañía hacen que se incremente el deseo de superación.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su protección, por ser quien guía mis acciones y me permite obrar de tal forma que pueda cumplir mis propósitos con sabiduría, por colocar en mi camino a buenas personas que me apoyan incondicionalmente.

A la Universidad Técnica del Norte que durante cinco años se convirtió en mi segundo hogar, a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que son una parte esencial en la formación académica de nuevos profesionales.

A la Msc. Ana Arciniegas, quien mediante la transmisión de sus conocimientos, apoyo y tolerancia permitió la culminación satisfactoria del proyecto.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y comercialización de vestidos de mujer en la parroquia Caranqui, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; fue desarrollado con la finalidad de conocer la viabilidad que éste tendría mediante el desarrollo y análisis de los siguientes componentes:

El diagnóstico situacional permitió conocer la situación actual de la parroquia Caranqui que es el sector de estudio, evaluando aspectos: geográficos, demográficos, económicos, culturales y políticos, lo que permitió establecer la existencia de condiciones favorables para llevar a cabo el proyecto.

Se elaboró el marco teórico el cual consistió en recopilar información en diferentes fuentes como: libros, sitios web y otros, sobre temas de conocimiento necesario que permitirán entender e interpretar correctamente los diferentes asuntos a desarrollarse.

En el estudio de mercado se determinó datos importantes sobre la oferta y la demanda de los diferentes productos, mediante la utilización de técnicas de investigación como entrevista y encuesta, éste es un tema de análisis muy significativo debido a que al comparar éstos datos arrojaron la existencia de demanda insatisfecha que es una oportunidad de negocio y se mostró la factibilidad desde ésta consideración, se examinó también precio, producto y promoción.

En el estudio técnico se realizó una investigación de diferentes factores como: disponibilidad de materia prima y mano de obra, servicios básicos y otros, que ayudaron a la determinación de la mejor localización del proyecto, la ingeniería del mismo consistió en establecer todo lo referente a la instalación de la planta, en el tamaño se consideró el volumen de producción que se tendrá de acuerdo a los recursos disponibles, para finalmente establecer la inversión necesaria.

Al elaborar el estudio financiero se establecieron los ingresos y egresos necesarios para llevar a cabo la actividad económica, para posteriormente en base a esta información construir estados financieros e indicadores que revelaron la factibilidad del proyecto desde esta consideración, porque mostraron que el inversionista tendría rentabilidad durante los cinco años de vida del proyecto.

En el estudio organizacional se presentó la definición de aspectos estratégicos como: razón social, misión, visión, logotipo, eslogan, principios y valores y políticas; se elaboró una estructura organizacional y funcional representada en organigramas; fue importante también el establecimiento de la normativa legal necesaria para la instauración de la microempresa.

Se estableció los impactos que generará la puesta en marcha del proyecto, mediante la construcción de matrices se mostró la valoración que éstos tendrán, concluyendo que se presentarán condiciones positivas en el aspecto económico, social, ambiental, educativo y legal que facilitan que la entidad desarrolle sin dificultades su actividad productiva.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXII
ÍNDICE DE TABLAS	XXIV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XXX
JUSTIFICACIÓN.....	XXXI
TEMA Y OBJETIVOS	32
Tema.....	32
Objetivo General	32
Objetivos Específicos.....	32
CAPÍTULO I.....	34
Diagnóstico situacional	34
1.1 Antecedentes	34
Determinación del problema	36
1.2 Objetivos del diagnóstico	36
1.2.1 Objetivo general	36
1.2.2 Objetivos específicos.....	37
1.3 Variables diagnósticas.....	37
1.4 Indicadores del diagnóstico	37
1.5 Matriz de relación diagnóstica	39
1 Situación geográfica.....	40
2 Situación demográfica.....	42
3. Situación cultural.....	46

4. Situación económica	48
5. Situación política.....	50
1.6 Matriz AOOR.....	57
1.7 Cruces estratégicos matriz AOOR	59
1.8 Identificación de oportunidad de inversión.....	60
CAPÍTULO II	62
Marco teórico	62
2.1 Objetivo general	62
2.2 Metodología a utilizar	62
2.3 Aspectos generales	62
2.3.1 Empresa.....	62
2.3.2 Empresa manufacturera o de transformación.....	63
2.3.3 Microempresa.....	64
2.3.4 Elementos del funcionamiento de la empresa	64
2.3.5 Personas naturales	66
2.3.6 Personas jurídicas	66
2.3.7 RUC.....	67
2.4 Aspectos específicos	67
2.4.1 Industria textil	67
2.4.2 Confección textil	67
2.4.3 Prendas de vestir.....	68
2.4.4 Vestido	68
2.4.5 Tela.....	69
2.5 Aspectos de mercado.....	69
2.5.1 Mercado.....	69
2.5.2 Estudio de mercado	69
2.5.3 Oferta.....	70
2.5.4 Demanda.....	70
2.5.5 Producto	71
2.5.6 Precio.....	71
2.5.7 Plaza	72
2.5.8 Publicidad.....	72

2.5.9 Promoción de ventas	72
2.5.10 Segmentación de mercado.....	73
2.5.11 Comercialización.....	73
2.5.12 Canal de distribución.....	73
2.6 Aspectos técnicos	73
2.6.1 Inversión.....	73
2.6.2 Proyecto de inversión.....	74
2.6.3 Estudio técnico	74
2.6.4 Tamaño del proyecto.....	74
2.6.5 Localización del proyecto	75
2.6.6 Ingeniería del proyecto.....	75
2.6.7 Producción.....	76
2.6.8 Materiales o materia prima.....	77
2.6.9 Mano de obra.....	77
2.6.10 Capital de trabajo	78
2.6.11 Tecnología.....	79
2.7 Aspectos contables	79
2.7.1 Contabilidad	79
2.7.2. Ciclo contable.....	80
2.7.3 Estados financieros.....	81
2.7.4 Elementos de los Estados Financieros	82
2.7.5 Activo	82
2.7.6 Pasivo	83
2.7.7 Patrimonio	83
2.7.8 Ingreso	83
2.7.9 Gasto.....	83
2.7.10 Costo.....	84
2.7.11 Depreciación.....	84
2.7.12 Clases de Estados Financieros.....	85
2.7.13 Indicadores financieros	86
2.8 Aspectos organizacionales	89
2.8.1 Estudio organizacional	89
2.8.2 Organización	89

2.8.3 Estructura organizacional	89
2.8.4 Organigrama.....	90
2.8.5 Misión.....	90
2.8.6 Visión	90
2.8.7 Principios y valores del negocio.....	90
2.8.8 Dirección	91
2.8.9 Control.....	91
2.9 Aspectos de impactos	91
2.9.1 Impacto.....	91
2.9.2 Impactos de un proyecto	92
2.9.3 Impacto social	92
2.9.4 Impacto económico	92
2.9.5 Impacto ambiental	92
CAPÍTULO III	94
Estudio de mercado	94
3.1 Introducción	94
3.2 Objetivos del estudio de mercado	95
3.2.1 Objetivo general	95
3.2.2 Objetivos específicos.....	95
Variables.....	95
Indicadores	95
3.3 Matriz de variables de estudio de mercado	97
3.4 Identificación del producto.....	98
3.4.1 Características	98
3.4.2 Ventajas.....	98
3.5 Segmentación del mercado.....	99
3.5.1 Variables de segmentación.....	99
3.5.2 Mercado meta.....	99
3.6 Cálculo de la muestra	100
3.7 Técnicas e instrumentos	101
3.8 Tabulación y análisis de información.....	103
3.9 Demanda.....	120

Cantidad demandada	121
3.9.1 Proyección de la demanda.....	121
3.10 Oferta.....	122
3.10.1 Resultado de la entrevista.....	123
3.10.2 Oferta actual	127
3.10.3 Proyección de la oferta.....	127
3.11 Balance oferta-demanda.....	128
3.12 Análisis de precios	129
3.13 Fijación de precios competencia	130
3.14 Sensibilidad de la investigación	130
3.14.1 Comercialización.....	130
3.14.2 Producto	131
3.14.3 Promoción	134
3.14.4 Plaza	134
3.14.5 Publicidad.....	136
3.15 Conclusiones del estudio de mercado	138
CAPÍTULO IV	140
Estudio Técnico.....	140
Introducción	140
4.1 Objetivos	140
4.1.1 Objetivo general	140
4.1.2 Objetivos específicos.....	141
4.2 Localización del proyecto	141
4.2.1 Macrolocalización	141
4.2.2 Microlocalización.....	142
4.3 Ingeniería del proyecto.....	145
4.3.1 Ingeniería del proyecto. Distribución de la planta	145
4.4 Tamaño del proyecto.....	146
4.4.1 Disponibilidad de materia prima	146
4.4.2 Disponibilidad de mano de obra.....	147
4.4.3 Disponibilidad de financiamiento	147
4.5 Capacidad instalada.....	148

4.6	Diseño del proceso productivo	150
4.7	Descripción técnica del procesamiento	152
4.8	Requerimiento de maquinaria y equipo	154
4.9	Inversiones en propiedad, planta y equipo	158
4.10	Resumen de propiedad, planta y equipo.....	160
4.11	Costos de producción	160
4.11.1	Materia prima directa	160
4.11.2	Mano de obra directa.....	161
4.11.3	Costos indirectos de fabricación	162
	Materia prima indirecta	162
	Mano de obra indirecta.....	163
	Otros costos indirectos de fabricación	163
4.12	Gastos de administración	164
4.12.1	Gastos de constitución-activos diferidos.....	164
4.12.2	Remuneraciones del personal administrativo.....	164
4.12.3	Servicios básicos administrativos y arriendo	165
4.12.4	Suministros de oficina.....	165
4.13	Gastos de ventas	166
4.13.1	Remuneraciones del personal de ventas.....	166
4.13.2	Gastos de publicidad	166
4.13.3	Suministros de oficina ventas.....	167
4.13.4	Gasto movilización y transporte.....	167
4.14	Capital de trabajo	167
4.14.1	Inversión total.....	168
4.14.2	Financiamiento	169
CAPÍTULO V		171
Estudio financiero		171
5.1	Introducción	171
5.2	Objetivo del estudio financiero	171
5.3	Determinación de ingresos proyectados.....	171
5.4	Determinación de egresos	173
5.5	Costos de producción	174

5.5.1 Materia prima directa	174
5.5.2 Mano de obra directa.....	176
Determinación tasa promedio incremento salarial	176
5.5.3 Costos indirectos de fabricación	177
5.5.3.1 Materia prima indirecta	178
5.5.3.2 Mano de obra indirecta.....	181
5.5.3.3 Otros costos indirectos de fabricación	181
Resumen CIF.....	182
5.5.3.4 Resumen costos de producción	182
5.6 Gastos administrativos	182
5.6.1 Sueldos del personal administrativo.....	182
5.6.2 Servicios básicos administrativos.....	183
5.6.3 Suministros de oficina de administración	183
5.6.4 Resumen gastos administrativos	184
5.7 Gastos de ventas	185
5.7.1 Sueldos de personal de ventas	185
5.7.2 Gasto publicidad.....	186
5.7.3 Suministros de oficina de ventas	186
5.7.4 Gasto movilización.....	187
5.7.5 Resumen de gasto de ventas.....	187
5.8 Gastos financieros	188
5.8.1 Tabla de amortización del crédito	188
5.8.2 Resumen del crédito	189
5.9 Depreciación de propiedad planta y equipo	189
5.9.1 Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo	189
5.9.2 Depreciación maquinaria y equipo.....	189
5.9.3 Depreciación muebles y enseres	190
5.9.4 Depreciación equipo de cómputo	191
5.9.5 Resumen de depreciaciones	191
5.10 Amortización activos diferidos	193
5.11 Estado de Situación Financiera	194
5.12 Estado de Resultados.....	195
5.13 Flujo de caja	196

5.14 Análisis financiero.....	197
5.14.1 Costo de oportunidad	197
5.14.2 Tasa de rendimiento medio	197
5.14.3 Valor actual neto	198
5.14.4 Tasa interna de retorno	200
5.14.5 Relación costo beneficio	201
5.14.6 Tasa de rendimiento beneficio costo	202
5.14.7 Período de recuperación de la inversión	203
5.14.8 Punto de equilibrio	205
5.14.9 Resumen indicadores.....	206
5.15 Análisis de sensibilidad.....	207
5.16. Plan de Contingencia de riesgos de matriz AOOR	210
CAPÍTULO VI.....	215
Estudio organizacional	215
6.1 Introducción	215
6.2 Objetivo del estudio organizacional	215
6.2.1 Objetivo general	215
6.3 Aspecto estratégico	216
6.3.1 Nombre o razón social.....	216
6.3.2 Logotipo	216
6.3.3 Eslogan empresarial	217
6.4 Filosofía empresarial	217
6.4.1 Misión.....	217
6.4.2 Visión	217
6.4.3 Principios y valores	218
6.4.4 Políticas de la empresa	220
6.5 Estructura organizacional	222
6.5.1 Organigrama estructural	223
6.5.2 Organigrama funcional.....	223
6.6 Guía de funciones.....	224
6.7 Aspecto legal	233
6.7.5 Obligaciones tributarias.....	235

CAPÍTULO VII.....	237
Impactos	237
7.1 Análisis de impactos.....	237
7.2 Impacto económico	238
7.4 Impacto ambiental	241
7.5 Impacto educativo	243
7.6 Impacto legal	245
7.7 Impacto general	247
CONCLUSIONES	249
RECOMENDACIONES	251
BIBLIOGRAFÍA.....	253
ANEXOS.....	257

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa de la Parroquia Caranqui.....	40
Gráfico 2. Mapa barrios Caranqui.....	42
Gráfico 3. Clasificación empresas según actividad económica	63
Gráfico 4. Elementos de funcionamiento de la empresa.....	66
Gráfico 5. Aspectos de mercado	71
Gráfico 6. Estudio técnico.....	76
Gráfico 7. Contabilidad.....	80
Gráfico 8. Ciclo contable	81
Gráfico 9. Elementos de los estados financieros.....	82
Gráfico 10. Clases de Estados Financieros	86
Gráfico 11. Indicadores financieros	88
Gráfico 12. Edad de las encuestadas	103
Gráfico 13. Uso vestidos	104
Gráfico 14. Motivo de uso.....	105
Gráfico 15. Frecuencia de uso.....	106
Gráfico 16. Importancia para compra	107
Gráfico 17. Preferencia de compra de vestimenta.....	108
Gráfico 18. Lugar de compra	109
Gráfico 19. Nivel de satisfacción	110
Gráfico 20. Preferencia telas	111
Gráfico 21. Frecuencia de compra	112
Gráfico 22. Disposición de pago vestido casual	113
Gráfico 23. Disposición de pago blusa.....	114
Gráfico 24. Disposición de pago pantalón casual	115

Gráfico 25. Aceptación creación microempresa	116
Gráfico 26. Disposición de compra.....	117
Gráfico 27. Preferencia de compra.....	118
Gráfico 28. Preferencia publicidad.....	119
Gráfico 29. Vestido casual	132
Gráfico 30. Blusa casual.....	133
Gráfico 31. Pantalón casual.....	134
Gráfico 32. Letrero de la microempresa.....	137
Gráfico 33. Diseño de volante.....	137
Gráfico 34. Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra	141
Gráfico 35. Plano del sector	143
Gráfico 36. Predio de instalación de la microempresa.....	144
Gráfico 37. Distribución de la planta	145
Gráfico 38. Diagrama de flujo de producción.....	151
Gráfico 39. Máquina recta.....	155
Gráfico 40. Máquina Overlock.....	155
Gráfico 41. Máquina recubridora	156
Gráfico 42. Cortadora.....	157
Gráfico 43. Plancha	157
Gráfico 44. Logotipo de la microempresa.....	216
Gráfico 45. Filosofía Empresarial	222
Gráfico 46. Organigrama estructural.....	223
Gráfico 47. Organigrama funcional	224

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores del diagnóstico.....	38
Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica	39
Tabla 3. Barrios y comunidades de Caranqui	41
Tabla 4. Población Imbabura	42
Tabla 5. Proyección población cantón Ibarra.....	42
Tabla 6. Proyección población ciudad de Ibarra por parroquia Urbana.....	43
Tabla 7. Población por sexo ciudad de Ibarra	43
Tabla 8. Población por grupos de edad mujeres ciudad de Ibarra.....	44
Tabla 9. Densidad poblacional	45
Tabla 10. Población económicamente activa ciudad de Ibarra	45
Tabla 11. Población área urbana y rural.....	46
Tabla 12. Etnias.....	48
Tabla 13. Sectores productivos Ibarra.....	48
Tabla 14. Matriz AOOR.....	58
Tabla 15. Indicadores estudio de mercado	96
Tabla 16. Matriz de variables de estudio de mercado	97
Tabla 17. Determinación mercado meta	100
Tabla 18. Edad de las encuestadas	103
Tabla 19. Uso vestidos	104
Tabla 20. Motivo de uso.....	105
Tabla 21. Frecuencia de uso.....	106
Tabla 22. Importancia para compra.....	107
Tabla 23. Preferencia de compra de vestimenta.....	108
Tabla 24. Lugar de compra	109

Tabla 25. Nivel de satisfacción	110
Tabla 26. Preferencia telas	111
Tabla 27. Frecuencia de compra	112
Tabla 28. Disposición de pago vestido casual.....	113
Tabla 29. Disposición de pago blusa.....	114
Tabla 30. Disposición de pago pantalón casual	115
Tabla 31. Aceptación creación microempresa	116
Tabla 32. Disposición de compra	117
Tabla 33. Preferencia de compra.....	118
Tabla 34. Preferencia publicidad.....	119
Tabla 35. Demanda anual.....	121
Tabla 36. Proyección demanda en unidades	122
Tabla 37. Empresas de confección y comercialización de vestidos, blusas y pantalones.....	123
Tabla 38. Oferta actual en unidades	127
Tabla 39. Proyección oferta en unidades	127
Tabla 40. Balance oferta-demanda en unidades	128
Tabla 41. Demanda total en prendas	129
Tabla 42. Fijación precios competencia	130
Tabla 43. Método de valoración cualitativa	142
Tabla 44. Capacidad instalada diaria.....	149
Tabla 45. Prendas de vestir a producir	150
Tabla 46. Maquinaria y equipo	158
Tabla 47. Menaje o suministros	158
Tabla 48. Muebles y enseres	159
Tabla 49. Equipo de cómputo	160

Tabla 50. Resumen de propiedad, planta y equipo	160
Tabla 51. Materia prima directa	161
Tabla 52. Mano de obra directa.....	161
Tabla 53. Materia prima indirecta	162
Tabla 54. Mano de obra indirecta.....	163
Tabla 55. Otros costos indirectos de fabricación	163
Tabla 56. Gastos constitución	164
Tabla 57. Personal administrativo	165
Tabla 58. Servicios básicos de administración.....	165
Tabla 59. Servicios básicos de administración.....	165
Tabla 60. Personal de ventas	166
Tabla 61. Gasto publicidad.....	166
Tabla 62. Suministros de oficina ventas.....	167
Tabla 63. Gasto movilización y transporte.....	167
Tabla 64. Capital de trabajo	168
Tabla 65. Inversión total.....	168
Tabla 66. Financiamiento	169
Tabla 67. Tasa de inflación	172
Tabla 68. Ingresos proyectados vestidos.....	172
Tabla 69. Ingresos proyectados blusas	172
Tabla 70. Ingresos proyectados pantalones	173
Tabla 71. Ingresos proyectados resumen	173
Tabla 72. Materia prima directa vestidos	174
Tabla 73. Materia prima directa blusas	175
Tabla 74. Materia prima directa pantalones	175

Tabla 75. Resumen del costo de materia prima directa.....	175
Tabla 76. Mano de obra directa.....	176
Tabla 77. Tasa promedio de incremento salarial.....	177
Tabla 78. Proyección de mano de obra directa	177
Tabla 79. Materia prima indirecta vestidos	178
Tabla 80. Materia prima indirecta blusas	179
Tabla 81. Materia prima indirecta pantalones	180
Tabla 82. Resumen materia prima indirecta.....	180
Tabla 83. Mano de obra indirecta.....	181
Tabla 84. Otros costos indirectos de fabricación	181
Tabla 85. Resumen CIF.....	182
Tabla 86. Resumen costos de producción	182
Tabla 87. Requerimiento de personal administrativo.....	183
Tabla 88. Proyección personal administrativo	183
Tabla 89. Proyección servicios básicos administrativos	183
Tabla 90. Requerimiento de suministros de oficina de administración	184
Tabla 91. Proyección de suministros de oficina de administración	184
Tabla 92. Resumen gastos administrativos	184
Tabla 93. Requerimiento de personal de ventas.....	185
Tabla 94. Proyección de personal de ventas	185
Tabla 95. Proyección gasto publicidad	186
Tabla 96. Requerimiento de suministro de oficina de ventas	186
Tabla 97. Proyección de suministro de oficina de ventas	187
Tabla 98. Gasto movilización.....	187
Tabla 99. Resumen de gasto de ventas.....	187

Tabla 100. Amortización del crédito.....	188
Tabla 101. Resumen del crédito.....	189
Tabla 102. Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo.....	189
Tabla 103. Depreciación maquinaria y equipo.....	190
Tabla 104. Depreciación muebles y enseres.....	190
Tabla 105. Depreciación equipo de cómputo.....	191
Tabla 106. Resumen de depreciaciones.....	191
Tabla 107. Amortización activos diferidos.....	193
Tabla 108. Estado de resultados.....	195
Tabla 109. Flujo de caja.....	196
Tabla 110. Costo de oportunidad.....	197
Tabla 111. Valor actual neto.....	199
Tabla 112. Tasa interna de retorno.....	200
Tabla 113. Relación costo beneficio.....	202
Tabla 114. Período de recuperación de la inversión valor corriente.....	203
Tabla 115. Periodo de recuperación de la inversión valor real.....	204
Tabla 116. Punto de equilibrio.....	205
Tabla 117. Resumen indicadores.....	206
Tabla 118. Flujos de caja análisis de sensibilidad.....	207
Tabla 119. VAN Análisis sensibilidad.....	208
Tabla 120. TIR Análisis sensibilidad.....	208
Tabla 121. Período de recuperación análisis de sensibilidad.....	209
Tabla 122. Resumen indicadores análisis de sensibilidad.....	209
Tabla 123. Plan contingencia escasez materia prima.....	210
Tabla 124. Plan de contingencia falta de capacitación personal.....	211

Tabla 125. Plan de contingencia fallos funcionamiento maquinaria	212
Tabla 126. Plan de contingencia desconocimiento de la empresa	213
Tabla 127. Guía de funciones Administrador	225
Tabla 128. Guía de funciones Contador	227
Tabla 129. Guía de funciones Personal Operativo	229
Tabla 130. Guía de funciones Vendedor	231
Tabla 131. Consideraciones para la medición de impactos	237
Tabla 132. Matriz de impacto económico	238
Tabla 133. Matriz de impacto social	240
Tabla 134. Matriz de impacto ambiental.....	242
Tabla 135. Matriz de impacto educativo	243
Tabla 136. Matriz de impacto legal.....	245
Tabla 137. Matriz de impacto general.....	247

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista Técnico de Participación Ciudadana	257
Anexo 2. Entrevista Técnico de sistema de Información Geográfica Ibarra	258
Anexo 3. Encuesta estudio de mercado.....	259
Anexo 4. Entrevista propietarios microempresas de confección	262
Anexo 5. Proforma máquinas.....	263
Anexo 6. Proforma computador e impresora	264
Anexo 7. Telas a utilizarse en vestidos	265
Anexo 8. Telas a utilizarse en blusas	266
Anexo 9. Telas a utilizarse en pantalones	267

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, el desarrollo de la rama textil constituye una actividad económica importante, pero de igual forma presenta inconvenientes como el desconocimiento por parte de los inversionistas para estructurar una microempresa de este tipo de forma adecuada por lo que con la presente investigación se pretende indicar todo el proceso que se requiere para la creación de una microempresa de confecciones en la parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra.

El proyecto de estudio contribuirá en el ámbito económico debido a que la microempresa percibirá ingresos por la venta de los diferentes productos, se obtendrá utilidad para el inversionista y por lo tanto para los involucrados, generará fuentes de empleo para las áreas de producción, administración y ventas y propicia el desarrollo de la zona del proyecto y posicionamiento en el mercado fomentando la actividad comercial, mejorando así la estabilidad económica de los moradores.

En el área social, Vesti Moda tiene resultados favorables porque fomentará el desarrollo personal de los trabajadores al permitirles realizar su actividad, mejorando también la calidad de vida de los mismos porque al percibir un sueldo pueden satisfacer sus necesidades y las de sus familias generando seguridad familiar al contar con un trabajo fijo; genera bienestar en el sector porque fomenta el desarrollo del mismo, al enfocarse en la población femenina se preocupa por satisfacer los gustos de la mujer actual, la cual busca versatilidad, elegancia, calidad en sus prendas de vestir, dándole la oportunidad de adquirir ropa de producción nacional, con acabados adecuados y a precios competitivos.

En tema ambiental, la realización del proyecto no tendrá repercusiones negativas significativas, debido a que se dará un manejo adecuado de los desechos que se generen utilizando los retazos de tela para elaboración accesorios como cintas y moños; no se genera contaminación del aire ni auditiva debido a que las máquinas son eléctricas y silenciosas y al no realizarse construcción de la planta no se genera escombros, polvo ni ruido.

En el aspecto educativo la microempresa velará porque el personal de las diferentes áreas se encuentre capacitado para desarrollar sus actividades sin dificultades; promueve el desarrollo de una adecuada cultura organizacional que se verá reflejada en resultados positivos, además del compromiso de fortalecer de forma continua los conocimientos y habilidades. De forma legal no se presentan inconvenientes porque las diferentes legislaciones del país como son la tributaria, laboral, mercantil y educativa, se encargan de dictar normas que fomentan el desarrollo adecuado de las diferentes actividades.

TEMA Y OBJETIVOS

Tema

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y comercialización de vestidos de mujer, en la parroquia Caranqui, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y comercialización de vestidos de mujer, en la parroquia Caranqui, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, a través de la utilización de diferentes técnicas e instrumentos de investigación, con la finalidad de determinar si el proyecto es factible.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio diagnóstico situacional en la parroquia Caranqui, mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permita conocer la situación actual del sector y determinar la oportunidad de inversión de la creación de una microempresa.
- Construir el marco teórico a través de la indagación de información bibliográfica y linkográfica, considerando los aspectos de necesario conocimiento que permita entender y sustentar la investigación.
- Realizar el estudio de mercado mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, producto, precio, plaza, publicidad y promoción, lo que permitirá determinar la demanda insatisfecha y las características de los productos esperados por los clientes.
- Efectuar un estudio técnico mediante la utilización de técnicas de investigación y proyecciones financieras con el propósito de determinar el tamaño del proyecto, infraestructura física, procesos productivos, capacidad productiva y recursos necesarios.

- Realizar un estudio económico financiero del proyecto mediante el desarrollo de procesos como: elaboración de proyecciones y aplicación de indicadores, con el propósito de determinar la factibilidad del mismo.
- Elaborar una propuesta de estructura organizativa de la microempresa mediante la realización de un organigrama estructural, determinación de la misión, visión, principios, valores y aspectos legales de constitución a fin de garantizar el adecuado funcionamiento de la microempresa.
- Examinar los probables impactos que genere el desarrollo del proyecto en el ámbito social, económico, empresarial y ambiental, a través de la utilización de una matriz de impactos con la finalidad de mitigar los efectos negativos y potenciar los efectos positivos.

CAPÍTULO I

Diagnóstico Situacional

1.1 Antecedentes

La industria textil es una actividad productiva que se desarrolla en todo el mundo, ésta incluye al vestido, calzado y cuero, emplea a una amplia cantidad de personas para el proceso productivo y de comercialización, existen empresas de todo tamaño que surgen en el mercado imponiendo marcas, generando diseños nuevos, con la finalidad de obtener utilidad y satisfacer los gustos de las personas en cuanto al vestir. China es el principal exportador de tejidos y prendas terminadas, seguido por países de la Unión Europea, a nivel de la región Perú presenta un crecimiento acelerado.

La producción de tejidos y textiles es una actividad muy antigua en Ecuador debido a la presencia de la cultura Inca, las microempresas dedicadas al sector de confecciones han tenido un gran desarrollo y en los últimos años se incrementa la producción de prendas de vestir variadas generando empleo.

En la provincia de Imbabura se han desarrollado empresas industriales textiles, pero también existe producción artesanal, por lo que Imbabura cuenta con la mayor actividad textil de la región Sierra lo cual ha cobrado significativa importancia como los trabajos en cuero, tejidos, bordados, elaboración de manteles, cobertores y confección de todo tipo de prendas de vestir aportando así a la economía local y nacional.

Al norte de Ecuador se encuentra ubicada la provincia de Imbabura también conocida como la provincia de los lagos. Posee una extensión territorial de 4.587,51 km², se encuentra limitada hacia el norte con la provincia del Carchi, al sur con Pichincha, al Este con Sucumbios y al Oeste con la provincia de Esmeraldas, cuenta actualmente con 451.476 habitantes aproximadamente, (GAD Provincial de Imbabura, s.f.)

Imbabura cuenta con hermosos y variados paisajes de majestuosas montañas, cristalinos ríos y lagos, un agradable paisaje andino y diversidad de culturas lo cual atrae a turistas nacionales y extranjeros de forma permanente, el idioma que prevalece es el español pero debido a la existencia de comunidades indígenas también se habla kichua.

La provincia cuenta con seis cantones: Ibarra, Pimampiro, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo y San Miguel de Urucuquí. (GAD Provincial de Imbabura, s.f.)

Ibarra capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C, según el último censo de población y vivienda tiene proyectado al año 2016, 207.907 habitantes aproximadamente, cuenta con cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita. (GAD Municipal Ibarra, s.f.).

En esta ciudad existe una amplia variedad de culturas, tradiciones y atractivos turísticos que la engrandecen, sus pobladores desarrollan variadas actividades económicas como: ganadería, agricultura, artesanías, confecciones de variadas prendas de vestir, entre otras, las cuales les traen retribuciones económicas para el sustento de sus hogares al ser en su mayoría pequeñas empresas.

Caranqui una de las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra ubicada al sureste de Ibarra, es considerada como un símbolo de importancia local y nacional debido al asentamiento de la cultura Inca, en esta parroquia se realizan diversas actividades una de ellas que hay que destacar es la confección de prendas de vestir y bordados pero tradicionales, posee un clima agradable y una consideración social de seguridad lo que hace que actualmente se genere un incremento en la movilidad de las personas hacia esta parroquia.

Generalmente en Caranqui se realizan prendas de vestir tradicionales, no se innova en cuando al diseño de las prendas, calidad, tejidos, tecnología, maquinaria adecuada, capacitación continua, marcas propias, por lo que no existe un gran volumen de negocios dedicados a la confección de prendas de vestir diversas, más específicamente de vestidos de mujer que cumplan con las características de las tendencias actuales y necesidades de la mujer moderna la cual busca comodidad, versatilidad, elegancia, calidad y economía en sus prendas, lo que da paso a que los productores de otras localidades se impongan con sus productos, generando que los profesionales de la rama de corte y confección con grandes habilidades presten su mano de obra en empresas de otras ciudades.

Determinación del Problema

En la parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra existen pequeñas empresas dedicadas a la confección, bordado y tejido de prendas de vestir tradicionales de la zona, sobre todo en las comunidades con las que ésta cuenta, no existe una mayor número de microempresas dedicadas a la confección de prendas de vestir diversas, más específicamente de vestidos de mujer, es por ello que para la adquisición de este tipo de productos se lo suele hacer en empresas aledañas a la zona que muchas veces comercializan productos importados.

1.2 Objetivos Del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio diagnóstico situacional en la parroquia Caranqui, mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permita conocer la situación actual del sector y determinar la oportunidad de inversión de la creación de una microempresa.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los aspectos geográficos de la parroquia Caranqui.
- Realizar un análisis de la situación demográfica del lugar en donde se lleva a cabo la investigación.
- Conocer la cultura, grupos étnicos y tradiciones de la población de la parroquia Caranqui.
- Indagar la situación socio-económica actual en la que se encuentra el sector.
- Conocer los aspectos políticos que tienen influencia en la actividad textil del sector investigado.

1.3 Variables Diagnósticas

Una variable es una característica o capacidad que tienen los objetos de sufrir cambios y estos son susceptibles para observarse o medirse.

Variables Diagnósticas

Para el presente proyecto de investigación se considera necesario el estudio de las variables que se mencionan a continuación:

- Situación geográfica
- Situación demográfica
- Situación cultural
- Situación económica
- Situación política

1.4 Indicadores del Diagnóstico

Los indicadores considerados necesarios para la presente investigación son los siguientes:

Tabla 1. Indicadores del diagnóstico

Variables	Indicadores
Situación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> a) Ubicación geográfica b) Extensión territorial c) Clima d) Organización territorial
Situación demográfica	<ul style="list-style-type: none"> a) Población total b) Población por sexo c) Población por grupos de edad d) Densidad poblacional e) Población económicamente activa
Situación Cultural	<ul style="list-style-type: none"> a) Cultura b) Religión c) Costumbres d) Etnias
Situación económica	<ul style="list-style-type: none"> a) Sectores productivos b) Actividades productivas c) Niveles de ingreso de la población d) Personas promedio hogar
Situación política	<ul style="list-style-type: none"> a) Fomento a la producción nacional b) Salvaguardas a la importación de insumos textiles

Fuente: Diagnóstico situacional Caranqui
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar los aspectos geográficos de la parroquia Caranqui	Situación geográfica	➤ Ubicación geográfica	Primaria	Entrevista	➤ Ing. Javier Caiza. Dirección de avalúos y catastros ciudad de Ibarra. ➤ Sr. Fernando Vinueza. Participación ciudadana de la parroquia Caranqui
		➤ Extensión territorial	Primaria	Entrevista	
		➤ Clima			
		➤ Organización territorial			
Realizar un análisis de la situación demográfica del lugar en donde se lleva a cabo la investigación	Situación demográfica	➤ Población total	Secundaria	Documental	➤ Reportes Instituto Nacional de Estadística y Censos ➤ Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra 2015-2023
		➤ Población por sexo			
		➤ Población por grupos de edad			
		➤ Densidad poblacional			
Conocer la cultura, grupos étnicos y tradiciones de la población de la parroquia Caranqui	Situación cultural	➤ Población económicamente activa	Secundaria	Documental	➤ Reportes Instituto Nacional de Estadística y Censos ➤ Junta parroquial de Caranqui
		➤ Cultura			
		➤ Religión			
		➤ Costumbres			
Indagar la situación económica actual en la que se encuentra el sector.	Situación económica	➤ Etnias	Secundaria	Documental	➤ Reportes Instituto Nacional de Estadística y Censos ➤ Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra 2015-2023
		➤ Sectores productivos			
		➤ Actividades productivas			
		➤ Niveles de ingreso de la población			
Conocer los aspectos políticos que tienen influencia en la actividad textil del sector investigado	Situación política	➤ Personas promedio por hogar	Secundaria	Documental	➤ Plan Nacional del Buen Vivir ➤ Resolución N° 011-2015 Comité de Comercio Exterior
		➤ Objetivo 10. Plan Nacional del Buen Vivir. Fomento a la producción Nacional			
		➤ Salvaguardas a la importación de insumos textiles			

Fuente: Diagnóstico situacional Caranqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

1 Situación Geográfica

a) Ubicación Geográfica

La parroquia urbana Caranqui del cantón Ibarra se encuentra ubicada a 2 km al sureste en el cantón a una altitud de 2800 msnm a las faldas del volcán Imbabura, ésta se encuentra limitada con diferentes parroquias, hacia el norte con San Francisco, al sur con La Esperanza, hacia el Este con La Esperanza y al Oeste limita con San Antonio; a Caranqui se puede acceder por vías en estado adecuado, una de ellas el Periférico Sur, por lo que las personas que ingresan desde el noroeste de la ciudad tienen un fluido ingreso.



Gráfico 1. Mapa de la Parroquia Caranqui

Fuente: Dirección Avalúos y Catastros Ibarra

Elaborado por: La autora

Año:2016

a) Extensión Territorial

Según la información proporcionada por la Dirección de Avalúos y Catastros de la ciudad de Ibarra, a través del Técnico de Sistemas de Información Geográfica Ing. Javier Caiza, la parroquia Caranqui cuenta con una extensión territorial de 31.62 km² en su parte urbana y rural.

b) Clima

Caranqui cuenta con un clima templado-seco, con una temperatura promedio máxima de entre 20 y 25°C y una temperatura promedio mínima entre 7 y 11°, por lo general se mantiene en un promedio de 18°C por lo que la hace una parroquia agradable de visitar.

c) Organización Territorial

Según la Dirección de Participación Ciudadana de la Ciudad de Ibarra, a través del Técnico de Participación Ciudadana de Caranqui Sr. Fernando Vinuesa, la parroquia Caranqui representada por el Arquitecto Adolfo Angamarca se encuentra distribuida en 24 barrios y comunidades que son los siguientes:

Tabla 3. Barrios y comunidades de Caranqui

N°	Barrio/ Comunidad
1	Barrio Ejido de Caranqui
2	Barrio Simón Bolívar
3	Barrio Santa Lucía
4	Barrio Bellavista de Caranqui
5	Urb. Municipal Yuyucocha
6	Barrio 20 de Octubre
7	Urb. Vista Hermosa
8	Comunidad San Cristóbal Alto
9	Comuna San Cristóbal de Caranqui
10	Barrio las 4 esquinas
11	Barrio Unión y Progreso
12	Comunidad de Turupamba
13	Barrio El Naranjal
14	Barrio La Candelaria
15	Barrio Central de Caranqui
16	Barrio 19 de Enero
17	Comunidad de Naranjito
18	Barrio El Chamanal
19	Barrio Guayaquil de Caranqui
20	Comunidad El Manzanal
21	Comunidad de San Francisco de Chorlavisito
22	Comunidad de Catzoloma
23	Barrio Chorlaví del Ejido de Caranqui
24	Barrio 10 de Agosto

Fuente: Información Participación Ciudadana Caranqui
Elaborado por: La autora
Año: 2016



Gráfico 2. Mapa barrios Caranqui

Fuente: Participación Ciudadana Caranqui

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2 Situación Demográfica

a) Población Total

Tabla 4. Población Imbabura

Provincia	Proyección años						
Imbabura	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	413.657	419.919	426.223	432.543	438.868	445.175	451.476

Fuente: Reportes INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2010

Tabla 5. Proyección población cantón Ibarra

Cantón	Proyección Años						
Ibarra	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	188.013	191.285	194.588	197.907	201.237	204.568	207.907

Fuente: Reportes INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2010

Tabla 6. Proyección población ciudad de Ibarra por parroquia Urbana

Proyección habitantes por parroquia urbana						
Parroquia	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alpachaca	14.173,92	14.457,40	14.746,55	15.041,48	15.342,31	15.649,16
Priorato	7.233,84	7.378,52	7.526,09	7.676,61	7.830,14	7.986,74
Sagrario	41.367,12	42.194,46	43.038,35	43.899,12	44.777,10	45.672,64
San Francisco	48.308,22	49.274,38	50.259,87	51.265,07	52.290,37	53.336,18
Caranqui	15.756,96	16.072,10	16.393,54	16.721,41	17.055,84	17.396,96
Total	126.840,06	129.376,86	131.964,4	134.603,69	137.295,76	140.041,68

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010 (REDATAM-INEC, 2014). (PD y OT, 2015)

Elaborado por: La autora

Año: 2014

La población de las parroquias urbanas de Ibarra al año 2016 es de aproximadamente 140.042 habitantes considerando una tasa de crecimiento del 2% según INEC, para el desarrollo del estudio se analizará a la ciudad de Ibarra, no se toma en cuenta a las parroquias rurales de La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, Angochagua, Ambuquí y La Carolina.

b) Población Por Sexo

➤ Población por sexo de las parroquias urbanas de Ibarra

Tabla 7. Población por sexo ciudad de Ibarra

Detalle	Porcentaje	Población
Hombres	48,07%	67.318
Mujeres	51,93%	72.724
Total	100%	140.042

Fuente: Elaborado en base a reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Considerando los porcentajes del último censo de población y vivienda se señala que para el año 2016 de los 140.042 habitantes de las parroquias urbanas de Ibarra el 48,07% es decir, 67.318 son hombres, y el 51,93% es decir, 72.724 son mujeres, este aspecto es fundamental debido a que el presente estudio se encuentra enfocado hacia la mujer.

c) Población por grupos de edad

Tabla 8. Población por grupos de edad mujeres ciudad de Ibarra

Grupo de edad	Población	%
Menor 1 año	1.120	1,54%
1 a 4	5.403	7,43%
5 a 9	7.127	9,80%
10 a 14	7.323	10,07%
15 a 19	6.974	9,59%
20 a 24	6.531	8,98%
25 a 29	6.087	8,37%
30 a 34	5.360	7,37%
35 a 39	4.982	6,85%
40 a 44	4.480	6,16%
45 a 49	4.073	5,60%
50 a 54	3.091	4,25%
55 a 59	2.611	3,59%
60 a 64	2.138	2,94%
65 a 69	1.767	2,43%
70 a 74	1.374	1,89%
75 a 79	1.004	1,38%
80 a 84	691	0,95%
85 a 89	364	0,50%
90 a 94	167	0,23%
95 a 99	51	0,07%
100 y más	7	0,01%
Total	72.724	100%

Fuente: Elaborado en base a reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

Es importante considerar el análisis de la población por grupos de edad debido a que es un factor importante para el giro de la microempresa que es la confección de vestidos de mujer, se evidencia un mayor número de población en edades de 10 a 64 años que representa el 63,70% de la población femenina.

d) Densidad Poblacional

Tabla 9. Densidad poblacional

Detalle	Habitantes	Extensión territorial	Densidad
Cantón Ibarra	207.907	1.093 km ²	190 h por km ²

Fuente: Elaborado en base a reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2016

A nivel cantonal Ibarra tiene una densidad poblacional de 190 habitantes por km².

e) Población Económicamente Activa

➤ Población económicamente activa de las parroquias urbanas de Ibarra

Considerando los porcentajes de la PEA del último censo, la población de este grupo para la ciudad de Ibarra es:

Tabla 10. Población económicamente activa ciudad de Ibarra

Detalle	Población total	Porcentaje PEA	PEA ciudad
Hombres	67.318	66.71%	44.908
Mujeres	72.724	46,86%	34.078
Total	140.042	100%	78.986

Fuente: Elaborado en base a reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La autora

Año: 2016

El 66,71% de hombres pertenecen a la PEA, es decir, 44.908 de ellos y;

El 46,86% de mujeres corresponden a este grupo siendo 34.078 de ellas.

En el grupo de la población económicamente activa se incluye a las personas que tengan 15 años y más que trabajaron por al menos una hora en la semana y quienes no tienen empleo, pero están disponibles para trabajar, es decir, buscan trabajo; en la zona urbana de Ibarra la población femenina de estas características es de 34.078 mujeres.

f) Población urbana y rural

En la ciudad de Ibarra se incluyen a las cinco parroquias urbanas, según el último censo de población y vivienda se identifica que la ciudad se compone del 94,37% de área urbana y 5,63% de área rural, con éstos porcentajes se determinará la población femenina del área urbana que es a quien va dirigido el producto de estudio.

Tabla 11. Población área urbana y rural

Detalle	Porcentaje
Área urbana	66,71%
Área rural	46,86%
Total	100%

Fuente: Elaborado en base a reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2016

3. Situación Cultural

a) Cultura

La parroquia de Caranqui es ampliamente conocida a nivel local, nacional e inclusive internacional debido a que es rica en historia por el asentamiento de las culturas carangue e Incásica, por ello también es denominada la cuna de los Incas, por sus calles se transmite cultura, sobre todo en el centro de Caranqui en donde se localiza el Templo del Sol y el Museo Arqueológico Atahualpa.

b) Religión

Los moradores de los diferentes barrios de Caranqui en su mayoría pertenecen a la religión católica y guardan un vínculo con la encantadora iglesia del señor del amor ubicada en el centro de Caranqui la cual se construyó sobre el templo de los Incas y celebra sus fiestas en mayo de cada año.

c) Costumbres

Los habitantes de la zona y turistas de diferentes lugares del Ecuador visitan esta vistosa parroquia en la cual se mantienen celebraciones como: el muy conocido baile de los inocentes que se celebra en enero en diferentes barrios de la parroquia como Ejido de Caranqui, Guayaquil de Piedra, entre otros, atrayendo a una gran afluencia de visitantes; es muy conocida también la celebración del Inti Raymi en el mes de junio en la cual las comunidades indígenas, músicos, danzantes, niños, jóvenes de Caranqui y sus alrededores agradecen al dios Sol ya que les permite tener cosechas abundantes atrayendo a un número amplio de observadores a ser partícipes de esta llamativa festividad.

Durante el mes de julio se lleva a cabo el tradicional baile de San Juan en donde cientos de personas se concentran más ampliamente en el barrio Ejido de Caranqui desde diferentes rincones del Ecuador para presenciar el danzar de los conocidos chivos quienes utilizan camisa blanca, una vistosa careta rosada con chiva larga, zamarro y sombreros con cintas de colores haciendo de esta celebración muy alegre.

Durante todo el año los locales y turistas pueden visitar el Museo Arqueológico Atahualpa y el Templo del Sol ubicados en el centro de Caranqui, en el cual se puede observar vestigios arqueológicos de los Incas siendo una experiencia agradable para enriquecerse de cultura e historia.

Una costumbre que cada vez se identifica más es en el aspecto gastronómico ya que Caranqui es también conocida es por la elaboración de helados de crema y el delicioso pan de leche para quienes buscan un postre del lugar, por lo que se observa un crecimiento de negocios dedicados a la comercialización de estos productos.

En cuanto a la vestimenta, las mujeres indígenas de ciertos barrios suelen usar sus prendas tradicionales, pero al ser la mayor población mestiza, hombres y mujeres usan vestimenta que se adapte a sus necesidades.

d) Etnias

El censo de población y vivienda del año 2010 revela que la ciudad de Ibarra la cual abarca a la parroquia urbana de Caranqui cuenta con los siguientes grupos étnicos:

Tabla 12. Etnias

Detalle	Indígena	Afroecuatoriano	Montubio	Mestizo	Blanco	Otro
Grupo étnico	4,09%	7,01%	0,33%	84,11%	4,29%	0,17%

Fuente: Reportes INEC, censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El grupo étnico que prevalece es el de los mestizos, pero los productos que se ofrecen son adecuados para todas las personas por lo que no se presenta inconveniente en este factor.

4. Situación Económica

a) Sectores Productivos

Tabla 13. Sectores productivos Ibarra

Participación PEA en sectores	
Sector	% Participación
Sector primario	11,61%
Sector Secundario	19,38%
Sector terciario	58,02%
Otros	10,93%
Total	99,9%

Fuente: Censo INEC 2010, Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra 2015-2023
Elaborado por: La autora
Año: 2015

A nivel cantonal, en Ibarra el sector que mayor participación de la población económicamente activa tiene es el terciario, es decir, las actividades dedicadas a la generación

de servicios, seguido mayoritariamente por el sector secundario o manufacturero el cual abarca la actividad textil.

b) Actividades Productivas

En la ciudad de Ibarra, de acuerdo al último censo de población y vivienda se detalla la población ocupada por rama de actividad de la siguiente manera:

Comercio al por mayor y menor el 23,1%; industrias manufactureras el 13,9%; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca el 13%; enseñanza el 7,3%; construcción el 6,8%; transporte el 6,6%; administración pública y defensa el 6,2%; actividades de alojamiento el 4,5%; actividades de los hogares como empleadores el 4%; actividades de la atención de salud humana el 3,2%; otros el 11,5%; se puede manifestar que la actividad que mayor participación tiene es el comercio, seguido de la industria manufacturera en la que se incluye a la actividad textil. (SENPLADES, 2014)

c) Niveles De Ingreso De La Población

En Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, el ingreso familiar mensual es de \$660,80; la mayoría de los ingresos provienen del trabajo y una menor parte de transferencias y renta de propiedad.

Los moradores de Caranqui perciben para el sustento de sus hogares ingresos como: sueldos en relación de dependencia, venta de producción agrícola, ingresos de negocios propios, arrendamiento de bienes, entre otros.

d) Personas Promedio Por Hogar

El censo de población y vivienda del 2010 revela que a nivel cantonal, en Ibarra existe un promedio de 3,71 personas por hogar.

5. Situación Política

a) Producción Nacional

Incentivo para la inversión privada. En el aspecto político, el Plan Nacional del Buen Vivir tiene gran relevancia, uno de los objetivos a analizarse es el número 10, el cual propone impulsar la transformación de la matriz productiva, siendo de gran interés debido a que promueve la sustitución de importaciones y la diversificación de la producción, por lo tanto, incentivando a la inversión privada y garantizando la adquisición de productos nacionales.

Fomento del Gobierno Nacional para la compra de producción nacional. Los cambios continuos que se presentan orientan a la creación de nuevas empresas, el PNBV establece que entre el año 2007 y 2012 las actividades del sector de la producción mantuvieron un crecimiento de 3,2%.

El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) lideran la campaña publicitaria denominada “Primero Ecuador”. (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f.)

El Estado ecuatoriano realiza campañas para incentivar a consumir productos nacionales, una muy representativa es la campaña primero Ecuador que entre otros, fomenta la adquisición de productos textiles nacionales, esto es positivo porque representa un apoyo para las microempresas, además de brindar capacitaciones y establecer normativas para tener un adecuado control de calidad y brindar a los consumidores productos que cumplan con sus expectativas, generando una concientización de adquirir primero lo nuestro antes que lo importado porque apoyan a la economía de los emprendedores, se crean fuentes de empleo y se impulsa el sector productivo.

b) Salvaguardas A La Importación De Textiles

Las salvaguardas implementadas a partir de marzo del 2015 son una política económica que tiene por objetivo incentivar la producción nacional, además de mantener la estabilidad económica que hace referencia al máximo nivel de producción y empleo, estas consisten en establecer sobretasas arancelarias a ciertos productos, estas medidas se aplican en base a resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

Esta sobretasa arancelaria es de carácter temporal para regular el nivel de importaciones en base a un porcentaje ad valorem establecido que va desde el 5 al 45%, regidas a un calendario de desmantelamiento en el cual se irá reduciendo este valor hasta llegar a la eliminación.

Éstas medidas afectan directamente al sector textil debido a que los hilados, telas y otros insumos importados ya pagaban un arancel del 15 al 20%, pero con la nueva medida emitida en la resolución N° 0.11-2015 del COMEX éste se incrementa en un 5%, siendo así que la importación de estos productos tendrá que pagar entre el 20 y 25%.

Por otro lado, también se impuso salvaguardia a las prendas de vestir importadas del 45%, lo que es favorable para el sector textil porque fomenta la compra de productos nacionales.

El cronograma de desmantelamiento para las salvaguardas establece una reducción del 5% en abril del 2016.

La resolución N° 006-2016 del COMEX establece la extensión de la aplicación de salvaguardias, formulando un cronograma de desmantelamiento para el 2017, señalándose una reducción progresiva en abril y mayo para finalmente desmantelarse en junio del 2017.

- **Existencia de proveedores**

Mediante observación directa realizada en la ciudad, se puede establecer que Ibarra cuenta en el mercado con varias empresas que se dedican a comercializar una amplia variedad de telas e insumos textiles como botones, cierres, entre otros, que representan la materia prima para la confección de las diferentes prendas de vestir; los más representativos son: Mercantil Garzón ubicado en la calle Olmedo 11-40 y Pérez Guerrero; Textiles Aiditex localizado en la calle Obispo Mosquera, almacén El Globo en calle Bolívar 6-24 e Insumotex que se ubica en la calle Rafael Troya 2-33.

En Atuntaqui se observa también una amplia variedad de almacenes de este tipo debido a la industria textil que se desarrolla, entre ellos se destaca la empresa Portofino que se encuentra en la calle Bolívar S/N entre Olmedo y Amazonas, presenta la mayor variedad de telas a precios adecuados; también existe empresa Nortextil que presenta la materia prima en menor cantidad y para la adquisición de insumos se localiza almacén Enkador y D`Mauri.

- **Escasez de materia prima**

Un riesgo por el que las empresas textiles pueden pasar es el de escasez de materia prima, afectando todo el ciclo productivo, aunque esto es poco probable porque se pudo observar que las empresas proveedoras de telas e insumos antes mencionadas cuentan continuamente con un amplio stock de sus productos, sin embargo se debe diseñar un plan de contingencia con las estrategias necesarias a seguirse que permita mitigar este riesgo en caso de suceder para no detener la producción de las prendas de vestir.

- **Existencia de mano de obra calificada**

La planta de producción de la microempresa se localizará en la parroquia Caranqui, por ello es de suma importancia conocer si existe mano de obra calificada en el sector, mediante observación directa y visita al sector se pudo determinar que la parroquia cuenta con la “Unidad

educativa artesanal Caranqui”, que se encarga de crear profesionales en esta rama, cuenta con máquinas de coser sofisticadas que permiten que los alumnos realicen sus actividades prácticas de forma óptima, personal administrativo y docente preparado, espacio físico adecuado, avances tecnológicos, procesos de enseñanza actualizados, garantizando una apropiada educación, de ésta forma se puede contratar a los profesionales para la confección de las prendas evitando así que se trasladen a desarrollar la actividad en otras zonas pudiendo permanecer cerca de sus familias.

- **Falta de capacitación al personal de producción**

Se determina que un riesgo por el que la microempresa pueda atravesar es que las costureras no estén capacitadas de forma adecuada, en cuanto al proceso productivo no existiría inconveniente porque los profesionales de la Unidad educativa Caranqui conocen éste sin mayores dificultades, el problema puede presentarse con el tema de tendencias de moda para la elaboración de diseños de vestidos, blusas y pantalones debido a que este factor es variable, es por ello que se debe contar con un plan de contingencia con las estrategias necesarias para que éste sea mitigado y no se vea afectada la aceptación de las prendas en el mercado.

- **Existencia de variedad de maquinaria para la confección**

La maquinaria constituye una herramienta esencial para realizar el proceso productivo de confección de las prendas de vestir, por ello es necesario definir si existe a nivel local proveedores de este medio; mediante observación directa y la visita a la empresa Servimaq dns se pudo determinar que ésta cuenta con almacenes en Ibarra y en Atuntaqui, posee una gran variedad de las mismas con diferentes características y a precios cómodos, siendo necesaria la adquisición de máquinas de coser recta, recubridora y overlock en marcas reconocidas como Jack, Siruba o Singer.

- **Fallos en el funcionamiento de la maquinaria**

Al visitar el almacén Servimaq dns se permitió realizar la prueba de las diferentes máquinas para la confección que comercializan, al manipularlas se pudo verificar la buena calidad de éstas, garantizando que no se presentarán fallas mayores, pero podrían darse afectaciones menores, es por ello que lo adecuado sería que la microempresa cuente con un plan de contingencia que mediante la aplicación de las estrategias permita mitigar este riesgo para que no se detenga la actividad productiva.

- **Entidades financieras para acceder a créditos**

Al no contar con los recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto, es necesario acceder a un crédito ofrecido por una institución financiera, mediante observación directa podemos determinar que en la ciudad de Ibarra existe entidades públicas y privadas como: BanEcuador, Cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre, Cooperativa Artesanos, Cooperativa Atuntaqui, Banco Pichincha, Corporación Financiera Nacional, entre otros, por ello no se complicado acceder a un tipo de financiamiento, posteriormente se analizará la mejor alternativa que brinde mayores beneficios para el proyecto.

- **Propietarios de locales comerciales**

Mediante observación directa en la ciudad, se determinó que en Ibarra existe una amplia variedad de locales comerciales dedicados a la venta de diferentes prendas de vestir, entre ellas: vestidos, blusas y pantalones de dama que venden productos importados y nacionales, por citar algunos: Tu moda, Elizamar, Boutique Mary, Lady collection, Feline Fashion, Ágata locuras, Pretty woman, por ello, lo más adecuado para el proyecto es comercializar las prendas a éstos negocios constituyéndose como aliados para la microempresa.

- **Participación en ferias**

A nivel local existen ferias que se desarrollan para apoyar a los emprendedores, para que de esa forma los consumidores adquieran directamente los productos, evitando la participación de intermediarios, lo que permite dar a conocer los productos y ofrecerlos a precios adecuados. Un ejemplo de ellas es las que se realizan en Atuntaqui pudiendo así tener contacto directo con los clientes y a nivel de la ciudad también se desarrollan algunas impulsadas por el municipio.

- **Localización adecuada**

El proyecto se pretende instalar en la parroquia Caranqui, en uno de sus barrios que es 10 de Agosto, mediante observación en el sector se pudo establecer que éste ha pasado por cambios positivos como es el incremento de la actividad comercial, implantándose variados negocios como: restaurantes, minimarkets, papelerías, lavadoras de carros, salones de belleza, mecánicas, entre otros, por lo que diariamente se observa mayor movilidad de las personas de diferentes sectores por esta zona, por ello, el sector es propicio para establecer la planta de producción, se encuentra a cinco minutos del centro de la ciudad y tiene consideración de seguridad.

- **Incremento en la población y vías de acceso adecuada**

Mediante observación en la zona se identificó que se han construido varios conjuntos habitacionales como son: Los Laureles I, Los Laureles II, Izurieta, entre otros, por lo que se ha presentado movilidad de personas hacia este sector, incrementando la actividad comercial, cuenta con vías de acceso en óptimas condiciones, una de ellas es la Avenida Eugenio Espejo que representa una de las principales calles para ingresar a la parroquia, generando mayor tránsito vehicular y peatonal.

- **Productores locales**

Al realizar una observación en la zona comercial de Ibarra, se determina que existen empresas que se dedican a confeccionar prendas de vestir para dama como son: Creaciones Génesis ubicada en la calle Sánchez y Cifuentes, Crea Moda en la Cristóbal Colón 8-55, Modelos Rossy ubicado en Cristóbal Colón 8-49, entre otros, éstos constituyen un oponente porque producen y ofertan al mercado productos similares, en la ciudad de Atuntaqui también hay la presencia de negocios similares.

- **Existencia de intermediarios**

La presencia de intermediarios suele ser un aspecto negativo porque al intervenir éstos, los productos finales incrementan de precio, siendo una desventaja para los consumidores quienes optarán por adquirir productos de precios reducidos, comprar sustitutos o simplemente no realizar la compra, generando perjuicios para la empresa productora porque se reducirían las ventas, por ello la manera más adecuada de realizarlo es de contar con un vendedor que se encargará de distribuir las prendas de vestir a los diferentes locales comerciales y clientes.

- **Comercio informal**

En la ciudad se observa un incremento de la actividad comercial informal de todo tipo de productos, entre ellos, las prendas de vestir.

El comercio informal es una problemática social y humana, el problema se da mayormente en temporada navideña, en donde los comerciantes informales suelen invadir el perímetro de las calles aledañas al centro de la ciudad, se encuentra vigente la ordenanza de comercio que regula e impide la venta informal en las afueras del mercado, permite desde el retiro del producto hasta multas que oscilan entre uno y tres salarios mínimos de remuneraciones básicas del trabajador. (Bravo M. , 2015)

Para los negocios que realizan la actividad económica en base a la ley resulta una problemática la existencia de comercio informal, en el caso de textiles, éstos productos son traídos de diferentes ciudades, incluso del país vecino Colombia por lo que tienen precios más bajos, pero la calidad suele ser menor, existe un número amplio de éstos vendedores que además de recorrer las calles ofreciendo los productos, suelen establecerse en garajes, la municipalidad trata de controlar este factor pero no se puede lograr en su totalidad porque un número representativo de éstos incluso son de otras ciudades.

- **Desconocimiento de la empresa al ser nueva en el mercado**

Cuando una empresa es nueva en el mercado, resulta complicado que se instaure de forma rápida en la mente del consumidor, es por ello que se deben diseñar estrategias que permitan que ésta se dé a conocer desde el momento en el que inicia su actividad productiva para atraer al mayor número de clientes, la microempresa de estudio al ser nueva presentará este riesgo, es por ello que se considera que las ventas se deben realizar directamente a los negocios de venta de ropa, promocionando los productos y sus características.

1.6 Matriz Aoor

La construcción de una matriz AOOR permite contar con un instrumento que facilite la comprensión del entorno en el que se desarrolla el proyecto, analizando los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

Tabla 14. Matriz AOOR

Aliados	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de proveedores de materia prima (telas, insumos) cercanos al sector. • Existencia de mano de obra calificada a nivel local. • Existencia de variedad de maquinaria industrial para la confección. • Entidades financieras debido al otorgamiento de créditos. • Propietarios de locales comerciales de ropa que adquirirán las prendas de la fábrica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo para la inversión privada (Objetivo 10. Plan Nacional del Buen Vivir) • Fomento del Gobierno Nacional para la compra de producción Nacional. • Participación en ferias de emprendedores • Localización geográfica propicia • Incremento en la población de la parroquia debido a la construcción de conjuntos habitacionales sobre todo en el barrio 10 de agosto. • Vías de acceso en adecuadas condiciones.
Oponentes	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Sobretasa arancelaria a hilos, telas y otros insumos importados del 20 al 25% • Productores locales • Existencia de intermediarios. • Comercio informal 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de materia prima e insumos • Falta de capacitación a las costureras en temas como las variaciones de tendencias de prendas de vestir. • Fallos en el funcionamiento de la maquinaria • Desconocimiento de la empresa al ser nueva en el mercado.

Fuente: Matriz AOOR
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

1.7 Cruces Estratégicos Matriz AOOR

a) Aliados-Oponentes

En la ciudad de Ibarra existen proveedores de telas e insumos para la confección con los cuales se podría llegar a acuerdos como descuentos en la adquisición de insumos, lo que traería cumplimiento en las entregas y beneficios en el costo de la confección del producto.

La parroquia Caranqui cuenta con un centro de Corte y confección en el cual se forma profesionales en esta rama, el contar con la participación de nuevos profesionales es importante porque tienen conocimientos de las variaciones producidas en los procesos de confección de prendas de vestir.

Para desarrollar la actividad textil existe una gran variedad de máquinas industriales las cuales representan un complejo funcionamiento, por ello es importante contar con profesionales con conocimiento en el manejo de éstas para desarrollar las actividades de forma adecuada.

El contar con la apertura para el otorgamiento de créditos por parte de las instituciones financieras, permitiría adquirir maquinaria industrial la cual tiene un precio elevado pero un funcionamiento sin complicaciones.

b) Aliados-Riesgos

Fortalecer la calidad del producto mediante la utilización de máquinas adecuadas manipuladas por las costureras logrando así una ventaja frente a los competidores.

Cumplimiento en la entrega de los pedidos, logrando así la fidelidad de los clientes al entregar productos que se adapten a sus necesidades y características solicitadas.

Participar en capacitaciones en áreas técnicas para el desarrollo profesional lo que permite estar preparado para el desarrollo de la actividad.

c) Oportunidades-Oponentes

El Gobierno fomenta la producción nacional mediante campañas publicitarias, otorgamiento de créditos, por lo que al acogerse a éstos se puede lograr beneficios para contar con recursos que permitan confeccionar prendas de vestir adecuadas para comercializarlas y satisfacer las necesidades de los clientes.

Una localización del negocio adecuada que cuente con vías de acceso en buen estado, gran afluencia de personas, características de seguridad, abre la posibilidad de garantizar el adecuado desarrollo del negocio.

d) Oportunidades-Riesgo

Brindar un servicio adecuado a los clientes y dar importancia a sus necesidades, permitiría fortalecer el vínculo con ellos y evitar así la entrada de nuevos competidores.

1.8 Identificación De Oportunidad De Inversión

La información obtenida en la fase diagnóstica de la investigación revela que en la parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra no existe una amplia producción de prendas de vestir diversas, sino que se identifica una mayor actividad en la confección y bordado de prendas tradicionales, sobre todo en las comunidades, por lo que para la adquisición de otro tipo de vestimenta se lo hace en otras parroquias y cantones.

A nivel cantonal Ibarra cuenta en su mayoría con población mestiza la cual decide el tipo de vestimenta que desea utilizar y que se adapte a sus características y necesidades; la parroquia Caranqui experimenta un incremento en el número de su población debido a condiciones favorables como adecuada accesibilidad al sector, posición de seguridad, construcción de planes habitacionales, turismo, gastronomía, entre otros, lo que lo haría un sector propicio para el desarrollo de microempresas productivas.

Se identificó importantes aliados como la existencia de proveedores de materia prima, presencia de mano de obra calificada y existencia de maquinaria industrial para la confección a nivel local, además de las facilidades que brindan las entidades financieras para el acceso a un crédito, actualmente se presentan oportunidades significativas para la creación de la microempresa como es el fomento a la producción nacional por parte del Gobierno y una localización geográfica propicia.

De acuerdo a lo manifestado se establece que la creación de una microempresa de confección y comercialización de vestidos de mujer en la parroquia Caranqui podría ser factible, ésta busca ofrecer a la ciudadanía prendas de vestir con acabados adecuados, calidad y diseños novedosos que cumplan con las características deseadas, satisfaciendo así las necesidades de los clientes y sobre todo creando fuentes de empleo para lograr un crecimiento económico y desarrollo de la sociedad.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

El marco teórico es una fase de un proyecto de investigación, la cual consiste en agrupar teorías, desarrollar ideas sobre un problema establecido para que ayuden al investigador a realizar y comprender su actividad para fundamentar el estudio que lleva a cabo.

2.1 Objetivo General

Construir el marco teórico a través de la indagación de información bibliográfica y linkográfica, considerando los aspectos de necesario conocimiento que permita entender y sustentar la investigación.

2.2 Metodología A Utilizar

2.2.1 Método Deductivo

Este método consiste en un proceso que inicia a partir de datos generales para alcanzar resultados particulares, esto se realiza a través de un razonamiento lógico para deducir conclusiones a partir de un todo pudiendo formular diversas interpretaciones.

2.2.2 Método Analítico

Este método de investigación se basa en un proceso que consiste en la separación o fragmentación de un todo para así analizar detalladamente cada parte para entender de una mejor manera su comportamiento, causas, efectos y llegar a establecer resultados.

2.3 Aspectos Generales

2.3.1 Empresa

“La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio”. (Palacios, 2012, pág. 55)

Una empresa es toda entidad económica que se constituye de forma legal con la finalidad de satisfacer una necesidad o para aprovechar una oportunidad existente, permitiendo así la participación de diferentes elementos que garantizan el normal desarrollo de la misma para obtener beneficios económicos al participar en un mercado que intercambia diferentes servicios y bienes, es importante conocer éste concepto porque es la base en la que el proyecto podría desarrollarse.

2.3.2 Empresa manufacturera o de transformación

“Compran materias primas para transformarlas en productos terminados, que luego son vendidos” (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 9)

Las empresas se pueden clasificar de acuerdo a su actividad en: empresas comerciales dedicadas a receptor y vender productos terminados; empresas de servicios las cuales se encargan de prestar un servicio a la sociedad; industriales en la cual se localizan las manufactureras, mismas que se encargan de procesar materia prima hasta convertirla en productos terminados; en esta última se incluye a las empresas textiles que son tema de estudio las cuales transforman telas, fibras y otros insumos en productos como: prendas de vestir, cobertores, sábanas, cortinas, etc.

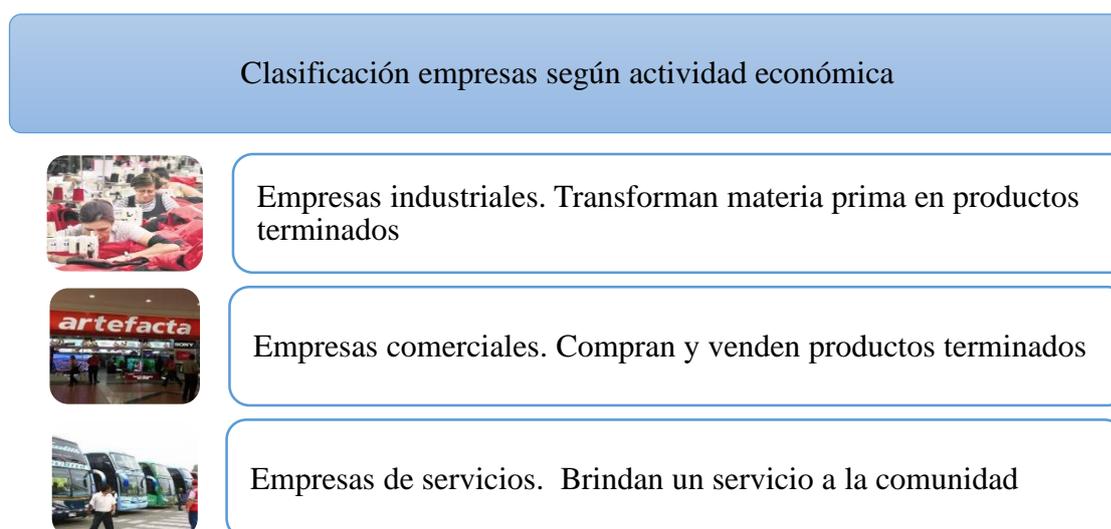


Gráfico 3. Clasificación empresas según actividad económica

Fuente: (Guajardo & Andrade, 2014, pág. 9)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2.3.3 Microempresa

“Aquella que con una fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías, etc.” (Rojas, 2014, pág. 19)

De igual forma, de acuerdo a su tamaño las empresas se pueden clasificar en grandes, medianas y pequeñas, dentro de ésta última se encuentra la microempresa la cual es caso de estudio; una microempresa de confección de prendas de vestir opera con un número reducido de trabajadores porque no maneja altos volúmenes de ventas y comercializa sus productos directamente a sus clientes, al identificar el tipo de empresa que se plantea crear se podrá llevar a cabo los estudios del presente proyecto ya que se basan en la dimensión de la empresa.

2.3.4 Elementos del funcionamiento de la empresa

Para que una empresa funcione de manera adecuada debe contar con los siguientes elementos:

➤ **Empresario**

“El empresario es el agente director de una unidad de explotación, que adopta las decisiones que estima convenientes para hacer uso de los factores de que dispone, con el objeto de conseguir el mayor volumen de elaboración de bienes que le permita el mayor beneficio posible”. (Campaña & Fernández, 2012, pág. 8)

➤ **El trabajador**

“Los trabajadores son el capital humano de la empresa.” (Campaña & Fernández, 2012, pág. 9)

El empresario es un elemento importante para la creación y el desarrollo de las empresas, ya que éste, al tener conocimientos en diversas áreas, habilidades, ser creativo, investigador puede llevar a la empresa a ser competitiva ayudando así al desarrollo económico y social; por otro lado, los trabajadores constituyen otro elemento valioso porque son quienes ponen su esfuerzo físico y mental para llevar a cabo las actividades que se requieren para el normal desarrollo del

negocio, en la microempresa, al existir un menor número de ellos, es importante considerar la participación activa de todos los miembros.

➤ **El proveedor**

“Los proveedores son aquellas empresas que llevan a cabo el conjunto de operaciones que tienen por objeto dotar a la empresa de los stocks adecuados, en las cantidades requeridas y en el tiempo preciso para que pueda desarrollar sus proyectos de fabricación, evitando siempre la rotura de stocks”. (Campaña & Fernández, 2012, pág. 9)

➤ **El cliente**

“Los clientes son el conjunto de personas que demandan los bienes y servicios de la empresa.” (Campaña & Fernández, 2012, pág. 9)

➤ **Competencia**

“La competencia la forman aquellas empresas que producen los mismos bienes y servicios que nuestra empresa y contra los que se ha de luchar para atraer y mantener a los clientes.” (Campaña & Fernández, 2012, pág. 9)

➤ **Organismos públicos**

“Los organismos públicos condicionan a la empresa con la normativa laboral, fiscal, social, etc.” (Campaña & Fernández, 2012, pág. 9)

Para que la microempresa de confecciones pueda llevar a cabo el normal desarrollo de su actividad es importante contar con proveedores de telas e insumos textiles que garanticen la calidad y entrega oportuna de la materia prima para posteriormente procesarla y obtener prendas de vestir con características adecuadas para que al ser comercializadas cumplan con las exigencias de los clientes, teniendo así la posibilidad de lograr fidelidad por parte de ellos, esto se analizará en el estudio técnico; por otro lado, al contar con leyes y normas que regulan la actividad empresarial es importante cumplirlas a cabalidad lo cual se tratará en el estudio organizacional ya que se considerará el proceso de creación de la microempresa.

Elementos de funcionamiento de la empresa



Empresario. Dirige la empresa, toma decisiones para obtener mayores beneficios.



Trabajador. Recurso humano



Proveedor. Dota productos, materia prima o insumos a las empresas.



Cliente. Demanda bienes y servicios.



Competencia. Empresas que producen mismo bienes



Organismos públicos. Brinda normativa legal

Gráfico 4. Elementos de funcionamiento de la empresa

Fuente: (Campiña & Fernández, 2012, pág. 9)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2.3.5 Personas naturales

“Persona que realiza una o varias actividades mercantiles en forma permanente y habitual. El patrimonio personal y familiar hacen parte del patrimonio de la empresa y la responsabilidad que se contrae por todos los actos mercantiles es ilimitada” (Rincón, Lasso, & Parrado, 2012, pág. 6)

2.3.6 Personas jurídicas

“Una persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones y de ser representada judicial y extra judicialmente” (Rincón, Lasso, & Parrado, 2012, pág. 6)

Decir que una persona natural tiene responsabilidad ilimitada se refiere a que es la persona física quien adquiere la responsabilidad de la empresa y debe cumplir con las obligaciones que de ella se deriven de forma personal, un negocio bajo esta modalidad tiene ventajas como: una

rápida constitución, reducción de trámites, menor inversión; por otro lado, al formarse una entidad como persona jurídica la empresa asume las obligaciones, teniendo los dueños una responsabilidad limitada, la identificación se llevará a cabo en el estudio organizacional para conocer el proceso de constitución de la microempresa.

2.3.7 RUC

“El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios” (Páez, 2014)

El RUC puede ser considerado como la partida de nacimiento para que inicie la vida de una empresa, se aplica con fines tributarios mediante el control del Servicio de Rentas Internas, éste le concede la vida legal en el territorio por lo que es un requisito esencial para constituir una microempresa de confección y la forma de obtenerlo se tratará en el estudio organizacional.

2.4 Aspectos Específicos

2.4.1 Industria Textil

“Industria textil, es el nombre con el que se conoce el sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra, entre otros” (Sánchez, 2013)

La industria textil se relaciona con la confección de prendas de vestir, ésta ha sufrido varios cambios a lo largo de la historia, como por ejemplo: invenciones en la tecnología, surgimiento de fibras y telas sintéticas y recientemente la digitalización la cual permite contar con variedad de diseños y técnicas que optimizan los procesos y garantizan mejores resultados en los productos.

2.4.2 Confección Textil

“Confeccion es el proceso donde por medio de costuras, se unen las prendas ya sea de tela o de otro material de una prenda de vestir u otro articulo.”(Confección Textil, 2011)

La confección es una actividad que se desprende de la industria textil la cual consiste en un proceso para crear prendas de vestir y otros similares; un artesano en corte y confección, sastre o modista es quien puede llevar a cabo esta actividad, pero en la actualidad se forman profesionales especializados en diferentes ramas como diseño, tecnología para ayudar a que el producto terminado sea de mejor calidad, es importante el conocimiento de ésta actividad ya que entorno a ella se desarrolla la presente investigación, este tema es importante conocerlo para el desarrollo del estudio técnico en el que se identificará el proceso de producción.

2.4.3 Prendas de vestir

“El término ropa se refiere a las prendas fabricadas con diversas telas o pieles y texturas de animales, usadas por el ser humano para cubrir su cuerpo, incluyendo la ropa de agua y otra para protegerse del clima adverso”(Ropa, 2016)

Una prenda de vestir hace referencia a la vestimenta que usan las personas, también lo conocemos como ropa que es usada para cubrir el cuerpo, ésta puede variar de acuerdo a las características de las personas, a las actividades para las que se requiere, debido a factores climáticos y culturales, entre otros.

2.4.4 Vestido

“Prenda de vestir exterior femenina de una sola pieza, desde los hombros hasta más arriba o debajo de las rodillas.” (Vestido, s.f.)

Al hablar de vestido de forma general, nos referimos a la ropa que viste una persona para cubrir su cuerpo, pero de forma más específica el vestido se relaciona con una prenda femenina. En la actualidad el vestido de mujer constituye una prenda básica en el closet de las damas, ya que se considera una indumentaria versátil, fresca, elegante, cómoda que ha ganado popularidad por resaltar la belleza de la mujer.

Ésta prenda de vestir es confeccionada en diferentes telas e insumos, presenta múltiples variaciones de acuerdo a las tendencias de la moda como pueden ser: vestidos cortos, largos,

acampanados, rectos, tubo, con una variedad de cortes que lo que buscan es resaltar la figura de la mujer y sobre todo, garantizarle comodidad; es importante la comprensión de este concepto ya que es el producto de investigación cuyo proceso de confección se desarrollará en el estudio técnico.

2.4.5 Tela

“Una tela es una estructura laminar flexible, resultante de la unión de hilos o fibras de manera coherente al entrelazarlos o al unirlos por otros medios” (Paredes, 2012)

La tela, que es un tejido hecho de fibras naturales o sintéticas, constituye la materia prima para la confección de prendas de vestir, en la actualidad existe en el mercado una gran variedad de telas que se adaptan a diferentes necesidades; por ejemplo, para la confección de vestidos se utilizan telas como: franela, gabardina, viscosa, seda, entre otras, mismas que se analizarán en el estudio técnico ya que constituyen la materia prima para el estudio del producto de análisis.

2.5 Aspectos De Mercado

2.5.1 Mercado

“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio” (Córdoba, 2011, pág. 52)

2.5.2 Estudio De Mercado

“Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio” (Meza, 2013, pág. 22)

➤ Objetivo del estudio de mercado

“El estudio de mercado tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente identificados, en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto”. (Araujo, 2012, pág. 23)

Un estudio de mercado es muy importante en la presente investigación porque este permitirá conocer el ambiente en el que podría verse inmersa la microempresa de confección de vestidos, identificando factores como la demanda, oferta, producto, precio, plaza, promoción, comercialización, aspectos necesarios para prever si el negocio está en condiciones de desarrollarse y considerar las formas de actuación para llegar a los posibles clientes del producto.

2.5.3 Oferta

“es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2013, pág. 54)

La oferta son los productos disponibles en el mercado para que los consumidores los adquieran, en el caso de estudio son los negocios de confección que ponen a disposición de los moradores de Caranqui sus prendas de vestir.

2.5.4 Demanda

“cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2013, pág. 28)

➤ Demanda potencial insatisfecha

“es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Baca, 2013, pág. 57)

La demanda es la cantidad requerida por los consumidores para satisfacer alguna necesidad; es decir, los vestidos que las personas demandan para cubrir su cuerpo; la demanda potencial insatisfecha hace referencia a que la oferta actual no podrá satisfacer el requerimiento esperado en el futuro, convirtiéndose en los posibles consumidores del producto, estas dos variables son

de suma importancia en el estudio de mercado porque los resultados que estas arrojen se determinará la continuidad del estudio.

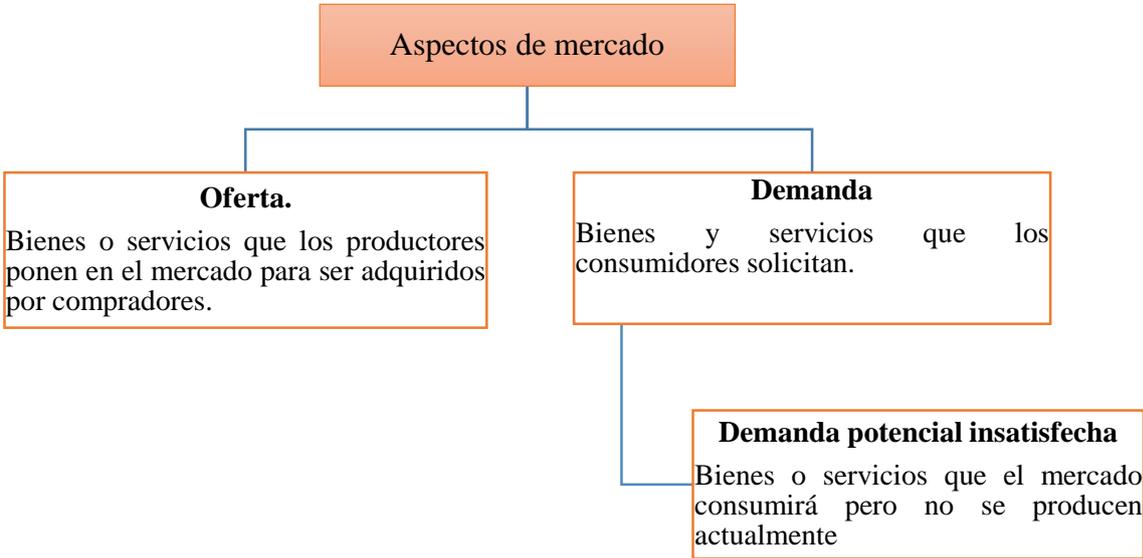


Gráfico 5. Aspectos de mercado

Fuente: (Baca, 2013, pág. 54)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.5.5 Producto

“El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio” (Arboleda, 2013, pág. 199)

2.5.6 Precio

“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”. (Arboleda, 2013, pág. 88)

2.5.7 Plaza

“La plaza es el lugar físico donde se ofrece un producto. Para ellos existe todo un plan para enviar el artículo desde el lugar de fabricación hasta el lugar de consumo”(Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012, pág. 197)

Producto, precio y plaza son otras variables que se analizan en el estudio de mercado; los posibles clientes son parte esencial para el desarrollo de una empresa, es por ello que se debe realizar una investigación para determinar las necesidades y gustos de los mismos, las características requeridas en el producto, los precios que están dispuestos a pagar, el lugar en el que les gustaría que éstos se comercialicen para así tomar las acciones necesarias para cubrir la demanda potencial insatisfecha cumpliendo sus requerimientos.

2.5.8 Publicidad

“La publicidad tiene la misión de apoyar al proceso de mercadotecnia, para lograr el objetivo de comercializar más productos o servicios en el mercado. La publicidad es una acción de comunicación persuasiva y directa que se produce y planifica regularmente y se realiza por conducto de los medios de comunicación.”(Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012, pág. 247)

2.5.9 Promoción de ventas

“Es el conjunto de actividades que estimulan la decisión de compra; su finalidad es dar a conocer el producto, acelerar, incrementar y garantizar las ventas”(Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012, pág. 225)

Para que un producto pueda darse a conocer y tenga aceptación, la mercadotecnia juega un rol muy importante ya que el propósito de ésta es ayudar a que el producto llegue al consumidor; dentro de ella se incluye a la publicidad con la cual al comunicar sobre la existencia de los productos se logra vender más, en el caso de estudio, un ejemplo sería contar con un eslogan mismo que permitirán que el cliente identifique el negocio, elaborar volantes, difundir anuncios en redes sociales, para así informar sobre la venta de vestidos de mujer en Caranqui; la

promoción hace referencia a una acción en la que se brinda incentivos sobre la compra de un producto, por ejemplo, entregar regalos, y proporcionar descuentos.

2.5.10 Segmentación de mercado

“La segmentación permite conocer con mayor detalle y certeza el mercado en su conjunto. Algunas de las variables usuales para establecer la segmentación son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables” (Araujo, 2012, pág. 26)

2.5.11 Comercialización

“es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2013, pág. 64)

2.5.12 Canal De Distribución

“Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria” (Baca, 2013, pág. 65)

Al elaborar productos que van dirigidos a un sector específico del mercado, es importante segmentar en base a las variables que apliquen, para la presente investigación el producto en estudio es el vestido de mujer, por lo tanto el mercado deberá segmentarse según el género ya que esto permitirá identificar cuántas mujeres existen en el sector ya que hacia ellas van dirigidas las prendas de vestir; se debe analizar la forma en que éstas se comercializarán para llegar de forma más rápida y segura a los clientes, una forma es la venta directa en el punto de producción.

2.6 Aspectos Técnicos

2.6.1 Inversión

“Las inversiones son los desembolsos necesarios para que un negocio comience a funcionar. Pueden calcularse bien partiendo de datos históricos de la propia empresa o del sector en el que

está inmersa, bien realizando un anteproyecto básico y valorando cada uno de sus conceptos”.
(Díaz, 2011, pág. 62)

2.6.2 Proyecto De Inversión

“Por éste se debe entender la propuesta de inversión, documentada y analizada técnica y económicamente, destinada a una futura unidad productiva, que prevé la obtención organizada de bienes o servicios para satisfacer las necesidades físicas y psicosociales de una comunidad, en tiempo y espacio debidamente definidos”. (Araujo, 2012, págs. 12, 13)

2.6.3 Estudio técnico

“El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio”.
(Córdoba, 2011, pág. 106)

La inversión consiste en usar un capital para el desarrollo de una actividad de la cual se espera obtener alguna retribución, es importante desarrollar un proyecto de inversión porque éste permite al dueño de la posible empresa tener una idea de si se podrá llevar a cabo la creación de la misma; en el estudio técnico se realiza un análisis sobre aspectos como: tamaño, materia prima, mano de obra, entre otros.

2.6.4 Tamaño del proyecto

“En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión” (Araujo, 2012, pág. 73)

➤ Tamaño óptimo de la planta

“es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca, 2013, pág. 100)

Es importante realizar un estudio sobre el tamaño del proyecto porque en base a este se podrá estipular las descripciones técnicas de activos que deberán comprarse, es así, que en el caso de estudio se podrá determinar el tamaño adecuado para reducir costos.

2.6.5 Localización del proyecto

“El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”. (Araujo, 2012, pág. 64)

En el estudio de localización, es importante analizar el área en el que la posible empresa se instalará de tal forma que permita reducir gastos y costos, considerando por ejemplo, la cercanía con los clientes y proveedores, dentro de esta se analiza la macro localización y micro localización.

➤ Macrolocalización

“La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macrolocalización.” (Araujo, 2012, pág. 65)

En la actual investigación, la macrolocalización constituye la parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra, esto se analizará en el estudio técnico.

➤ Micro localización

“Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto” (Araujo, 2012, pág. 71)

Cuando se conoce la zona macro en la que el proyecto se instalará se procede a la selección del predio en el que se desarrollará la actividad, para la presente investigación en el estudio técnico se analizará el espacio físico más conveniente para el establecimiento de la microempresa, que permita tener mayor cercanía con los posibles clientes, también se estudiará la localización óptima de la planta la cual consiste en obtener mayor rentabilidad con un menor costo.

2.6.6 Ingeniería del proyecto

“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de

equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”. (Baca, 2013, pág. 112)

El estudio de ingeniería del proyecto permitirá establecer los recursos con los que la planta deberá contar para cumplir con la producción que se estime siendo éstos: humanos, materia prima y maquinaria, esto será desarrollado en el estudio técnico.

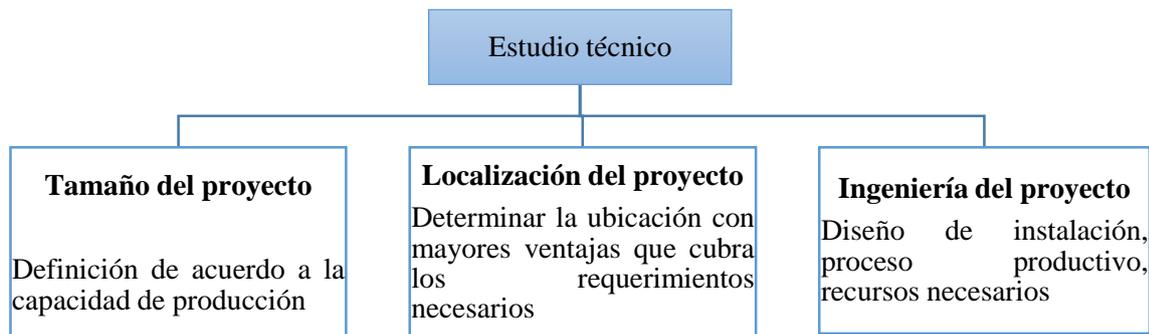


Gráfico 6. Estudio técnico

Fuente: (Araujo, 2012, pág. 73)
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.6.7 Producción

“La producción es la fabricación de un objeto físico mediante operarios, materiales y equipos, o la prestación de un servicio por personas directamente o con ayuda de instalaciones y equipos.” (Palacios, 2012, pág. 78)

➤ **Procesos de producción**

“El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación)”. (Córdoba, 2011, pág. 123)

La producción consiste en la transformación de algunos materiales en otro producto, es importante identificar de forma clara el proceso de producción que se llevará a cabo para

transformar los materiales en el producto terminado que es el vestido de mujer, estando la tecnología estrechamente relacionada con la selección de dicho proceso.

2.6.8 Materiales o materia prima

“Constituyen todos los bienes, en estado natural o sobre los cuales se haya operado algún tipo de transformación, requeridos para la producción de un bien, que serán algo o muy diferentes al de los materiales utilizados” (Zapata, 2015, pág. 47)

➤ **Materiales directos**

“se consideran materiales directos aquellas materias primas y demás materiales que intervienen directamente en la fabricación del producto formando parte integral del mismo; es decir, físicamente se convierten en parte del producto terminado” (Pabón, 2012, pág. 27)

➤ **Materiales indirectos**

“Son aquellos necesarios para la fabricación del producto pero que no forman parte integral del mismo, ya sea porque se utilizan como simple suministro de fabricación, o como elemento secundario requerido dentro del proceso, como, por ejemplo, combustibles, pegantes, lubricantes, adhesivos, aceites, elementos de mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo, materiales de aseo, etc.”. (Pabón, 2012, pág. 29)

La materia prima constituyen todos los materiales necesarios para la realización de un proceso de producción después del cual se obtiene un nuevo producto; para el presente estudio el conocimiento de éste recurso es esencial para poder identificar cuales materiales constituyen materia prima directa e indirecta, se puede mencionar que para la confección de vestidos de mujer la tela constituye un material directo porque es fácilmente identificable mientras que los botones, cierres, moldes, aceite de la máquina de coser son indirectos.

2.6.9 Mano de obra

“En la industria se denomina mano de obra al costo del esfuerzo físico e intelectual que realiza el ser humano, utilizando sus conocimientos, destreza, habilidades y experiencia, con el objeto de transformar los materiales en: partes, artículos, obras de ingeniería civil, productos agrícolas

o hatos ganaderos en carne o derivados, o simplemente servicios como electricidad, según sea el propósito industrial, que al estar listos entrarán a la venta”. (Zapata, 2015, pág. 70)

➤ **Mano de obra directa**

“es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa”(Mano de obra directa, 2015)

La mano de obra directa es aquella que tiene una directa relación con la producción de los bienes; es decir, la que se encarga de la transformación de las materias en productos terminados.

➤ **Mano de obra indirecta**

“Comprende el valor correspondiente a salario básico, prestaciones sociales y aportes patronales del personal de producción que no interviene directamente en el proceso de transformación de las materias primas y demás materiales en producto terminado” (Pabón, 2012, pág. 29)

La mano de obra es un recurso indispensable para el desarrollo de la actividad económica, tanto la directa como indirecta son necesarias para el funcionamiento de la entidad, para el estudio de factibilidad es primordial identificar entre estas dos clasificaciones, por ejemplo: una modista constituye mano de obra directa, mientras que un vendedor constituye mano de obra indirecta.

La materia prima indirecta, la mano de obra indirecta y otros indirectos de fabricación son elementos de los costos indirectos de fabricación CIF que aunque no intervienen de forma directa con la fabricación, son indispensables para alcanzar el producto final, esto se analizará en el estudio técnico.

2.6.10 Capital De Trabajo

“Por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario” (Meza, 2013, pág. 96)

El capital de trabajo son recursos que se necesitan para que un negocio opere de forma normal, ya que al no tener recursos para producir no se podría vender, por lo tanto no hay beneficios; éste es necesario para desarrollar el ciclo productivo de forma continua por lo que es importante realizar el cálculo del mismo.

2.6.11 Tecnología

“Respecto de cualquier proyecto, el primer paso consiste en identificar la tecnología; es decir, el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio” (Arboleda, 2013, pág. 207)

La tecnología en la actualidad toma un rol muy importante para el desarrollo de las empresas ya que permite optimizar tiempo y obtener mejores resultados; para una microempresa de confecciones esta consideración no se queda atrás debido a la existencia de una variedad de máquinas con variaciones tecnológicas que ofrecen mejores acabados, también es importante considerar las tecnologías de información ya que permiten agilizar las comunicaciones para estar más cerca con todos los involucrados y ser más competitivos.

2.7 Aspectos Contables

2.7.1 Contabilidad

“la técnica, que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realiza en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o ejercicio contable” (Bravo, 2013)

La contabilidad recopila y analiza información de las operaciones que desarrollan las empresas para así obtener datos que tras ser procesados e interpretados permitirán a la administración tomar decisiones de las acciones a seguir para el desarrollo de la misma, según su actividad puede abarcar varias ramas como:

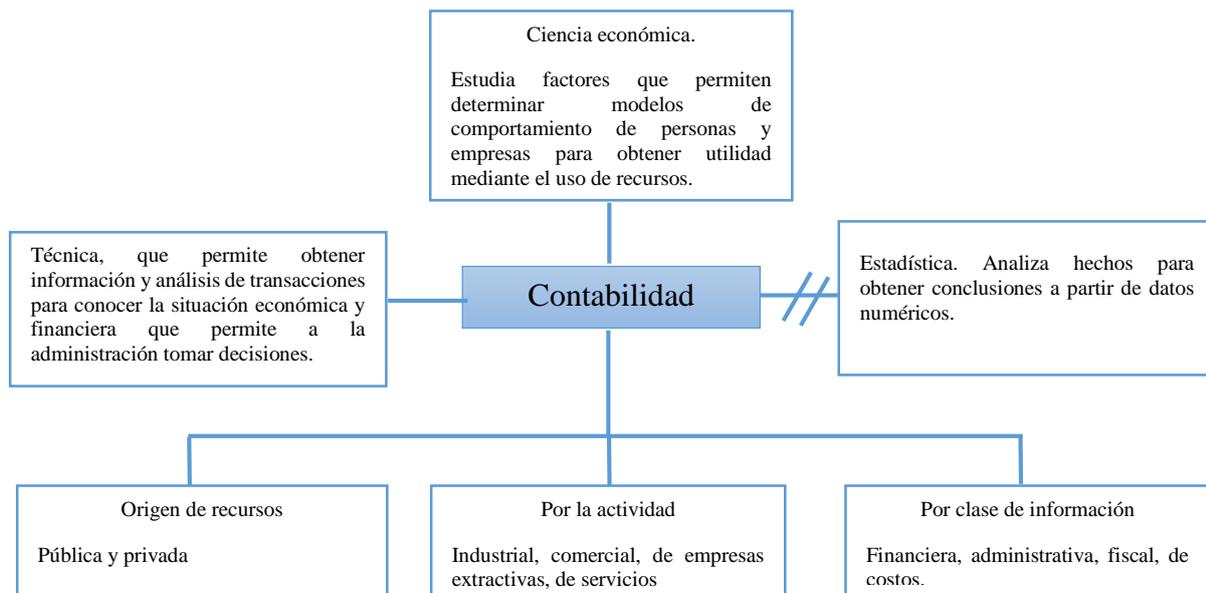


Gráfico 7. Contabilidad

Fuente: Marco teórico. (Enciclopedia de Clasificaciones, 2016)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2.7.2. Ciclo contable

“El ciclo contable es un conjunto de fases de la contabilidad, que se repiten en cada ejercicio económico, durante la vida de una empresa, y que tienen como finalidad preparar la información acerca de los resultados obtenidos en dicho ejercicio y de la situación económico-financiera y patrimonial al término del mismo”. (Martín, s.f.)

El ciclo contable representa el proceso mediante el cual la información que ingresa a la empresa es analizada y procesada de forma ordenada durante cada ciclo contable, para obtener como producto final los Estados Financieros que revelan la situación de la empresa al final del ejercicio. El ciclo contable es el siguiente:

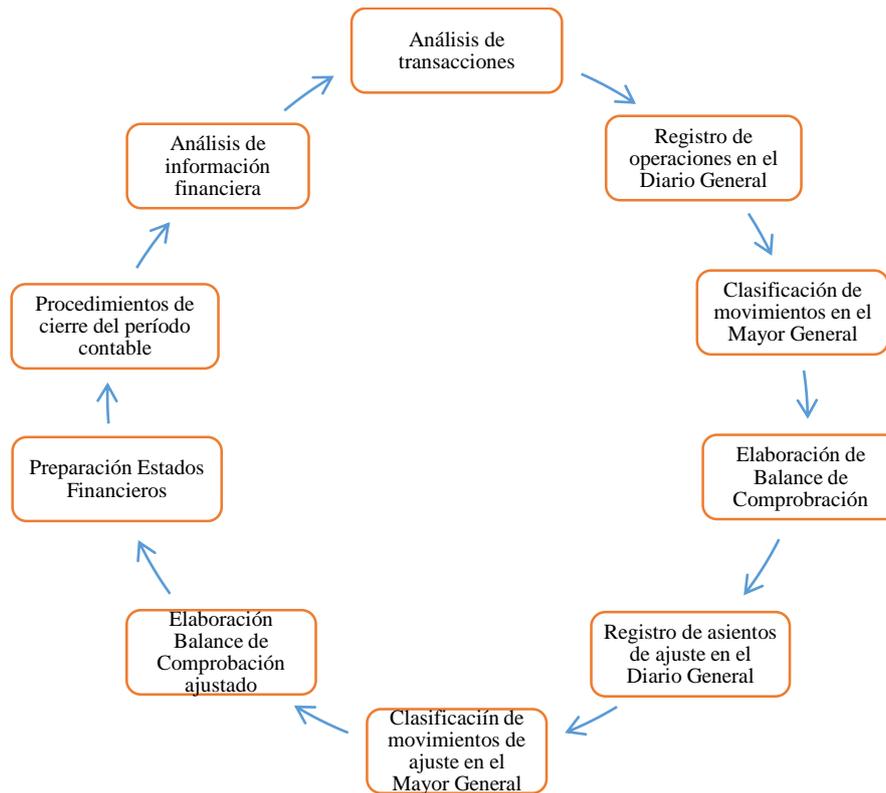


Gráfico 8. Ciclo contable

Fuente: (Álvarez Hernández, 2013)

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2.7.3 Estados financieros

“Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”. (Zapata, 2011, pág. 60)

Los estados financieros son instrumentos que deben tener las características de utilidad y confiabilidad los cuales permiten conocer la realidad económica de una entidad, esta información es importante porque en base a ella los dueños o administradores podrán tomar decisiones para garantizar el normal desarrollo de la actividad, en el estudio económico-financiero se desarrollarán estados financieros que preverán la situación de la microempresa.

2.7.4 Elementos de los Estados Financieros

Los estados financieros representan de forma estructurada la situación financiera y rendimiento de una empresa permitiendo suministrar información relevante, por lo tanto tienen los siguientes elementos:



Gráfico 9. Elementos de los estados financieros

Fuente: Elaborado en base a información NIC 1

Elaborado por: La autora

Año: 2016

2.7.5 Activo

“Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa” (Bravo, 2013, pág. 4)

➤ Activo fijo

“Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o contruidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa”. (Meza, 2013, pág. 89)

Todas las empresas contarán con estos elementos, un activo constituye los bienes y derechos que la entidad posee para realizar su actividad y contribuir a la obtención de beneficios en el futuro, los activos fijos pueden ser la maquinaria, el edificio los cuales son indispensables para el proceso de producción.

2.7.6 Pasivo

“Pasivo es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones y otros eventos ocurridos en el pasado que han afectado económicamente a dicha entidad”. (Romero, 2013, pág. 37)

El pasivo de una empresa representa las obligaciones que ésta ha adquirido con terceros, como por ejemplo un préstamo bancario.

2.7.7 Patrimonio

“Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa” (Bravo, 2013, pág. 5)

Para poder desarrollar una actividad económica, es necesario que las empresas cuenten con recursos, éstos pueden ser derechos, bienes y otros bajo control de la misma, éstos son importantes para en base a ellos obtener resultados económicos favorables.

2.7.8 Ingreso

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

2.7.9 Gasto

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

En la presente investigación es importante conocer sobre estos términos, el vestido de mujer es el producto de análisis, por lo tanto los ingresos podrían constituir los recursos monetarios provenientes de la venta de éste; los gastos constituyen erogaciones de dinero necesarias para lograr que el producto terminado llegue al consumidor, estos pueden ser financieros, administrativos y de ventas, esto es importante conocer puesto que se analizará en el estudio técnico y económico-financiero.

2.7.10 Costo

“Por costo se entiende la suma de erogaciones en que incurre una persona física o moral para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro” (Ramírez, 2013, pág. 28)

➤ **Costos fijos**

“Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas” (García, 2014, pág. 242)

➤ **Costos variables**

“Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas” (García, 2014, pág. 243)

Los costos en una empresa constituyen la asignación de recursos para la producción de bienes que una vez vendidos se puede recuperar y obtener utilidad, son las erogaciones de dinero que se identifican con el bien o servicio que se produce, estos pueden ser fijos y variables, un ejemplo de costo fijo es los sueldos, los cuales no varían de acuerdo al volumen de producción, mientras que la materia prima es un costo variable porque depende del volumen de producción, los costos serán analizados en el estudio técnico de la presente investigación.

2.7.11 Depreciación

“La depreciación se define como el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo” (Arboleda, 2013, pág. 272)

Los bienes tangibles con el pasar del tiempo van a sufrir desgaste por lo que pierden valor, a esto se le conoce como depreciación, en el caso de las microempresas de confecciones estas poseen bienes tangibles como máquinas de coser industriales las cuales año con año irán reduciendo su valor, esto será analizado en el estudio técnico y económico-financiero.

2.7.12 Clases de Estados Financieros

“Existen dos grupos de estados financieros: los que miden la situación económica (Estado de resultados y estado de evolución del patrimonio), y los que miden la situación financiera (Balance general o Estado de situación financiera, y Estado de flujo del Efectivo)”. (Zapata, 2011, pág. 62)

La situación económica se relaciona con el patrimonio de la empresa, mientras que la situación financiera tiene relación con la capacidad de cubrir las deudas que se poseen.

➤ Estado de Situación Financiera

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (Zapata, 2011, pág. 63)

Este estado financiero es importante porque muestra si existe equilibrio entre lo que posee la empresa y las deudas que mantiene en un determinado momento.

➤ Estado de Resultados

“Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”. (Zapata, 2011, pág. 284)

Este estado mide la situación económica de la empresa, mostrando los ingresos, costos y gastos que se han efectuado durante un periodo para determinar la utilidad o pérdida que la empresa tiene, ayudando a los dueños de las empresas a conocer cuánto se vende y cómo se gestionan los gastos, para el presente proyecto es importante desarrollarlo en el estudio financiero para prever los resultados que el negocio tendrá si se llegara a desarrollar y medir su viabilidad.

➤ Estado de Flujo de Efectivo

“Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y

salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”. (Zapata, 2011, pág. 389)

Este estado que mide la situación financiera de la empresa es importante para cualquier entidad porque permite conocer cómo se recauda los ingresos y la manera en que éstos son utilizados, además de determinar la liquidez que es la capacidad que tiene una empresa para cumplir con sus obligaciones adquiridas a corto plazo, siendo información fundamental para la toma de decisiones acertadas por parte de los directivos.

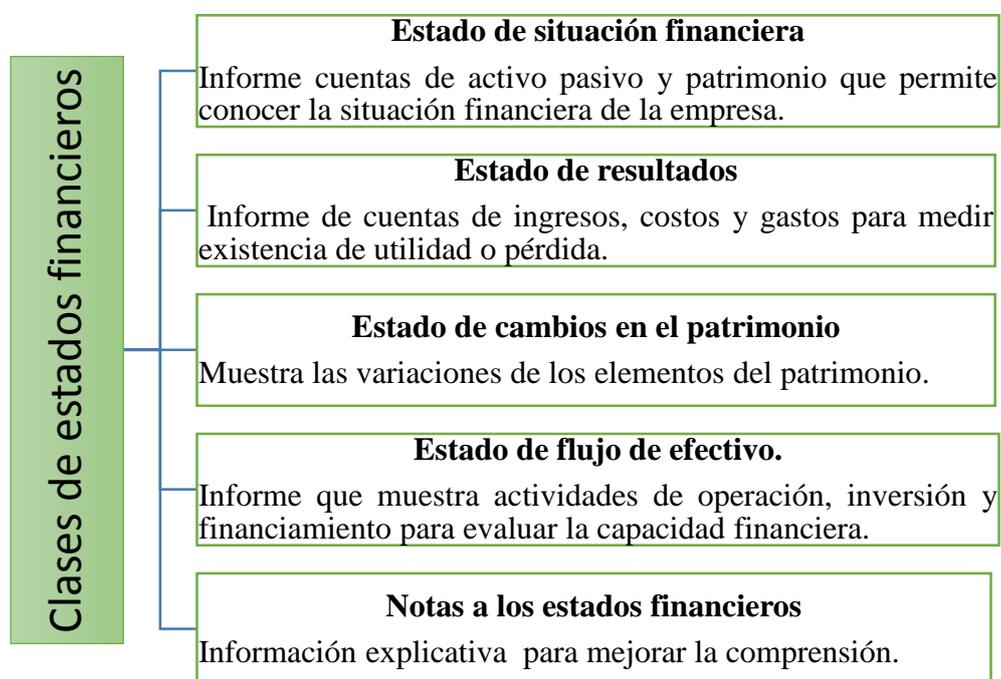


Gráfico 10. Clases de Estados Financieros

Fuente: Elaborado en base a información NIC 1
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.7.13 Indicadores financieros

➤ Valor Actual Neto

“Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja,

proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0". (Sapag, 2011, pág. 300)

En un estudio de factibilidad el Valor Actual Neto es un indicador financiero que permite conocer si un proyecto podría generar rentabilidad después de restar la inversión inicial que se haría, dado que, este indicador se desarrollará en el estudio financiero ya que si para el presente estudio el resultado del VAN es positivo, este podría ser factible.

➤ **Tasa Interna de Retorno**

“La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil” (Córdoba, 2011, pág. 242)

La TIR es otro indicador financiero, es la tasa de descuento en la que el VAN se llega a igualar a cero, que permite reflejar la tasa de interés real de un proyecto, es decir, la rentabilidad real, para el presente proyecto es importante desarrollarla porque si reflejara un resultado alto quiere decir que el proyecto sería factible, este importante indicador también será desarrollado en el estudio financiero.

➤ **Periodo de recuperación**

“El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado” (Sapag, 2011, pág. 307)

El periodo de recuperación permite conocer en cuánto tiempo el inversionista podrá recuperar el dinero asignado para llevar a cabo el proyecto, en el presente estudio si al aplicar este criterio el resultado es inferior a la proyección total, este sería factible.

➤ **Relación beneficio-costos**

“La relación beneficio-costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión” (Sapag, 2011, pág. 307)

Es un indicador importante que hace referencia a obtener mayores resultados con costos reducidos, con los resultados que este arroja se podrá determinar cuántos dólares se generarían de ingreso por cada dólar de gastos, si la relación costo-beneficio es mayor a 1 el proyecto es factible y esto será aplicado en el estudio financiero del presente estudio.

➤ **Punto de equilibrio**

“El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, el volumen de ventas con cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad pero tampoco pérdida” (García, 2014, pág. 256)

El determinar este punto es importante para el desarrollo del proyecto, permite conocer cuánto se debería vender para cubrir con los costos, un nivel de ventas superior al revelado significaría un beneficio positivo, pudiendo así determinar la viabilidad del proyecto.

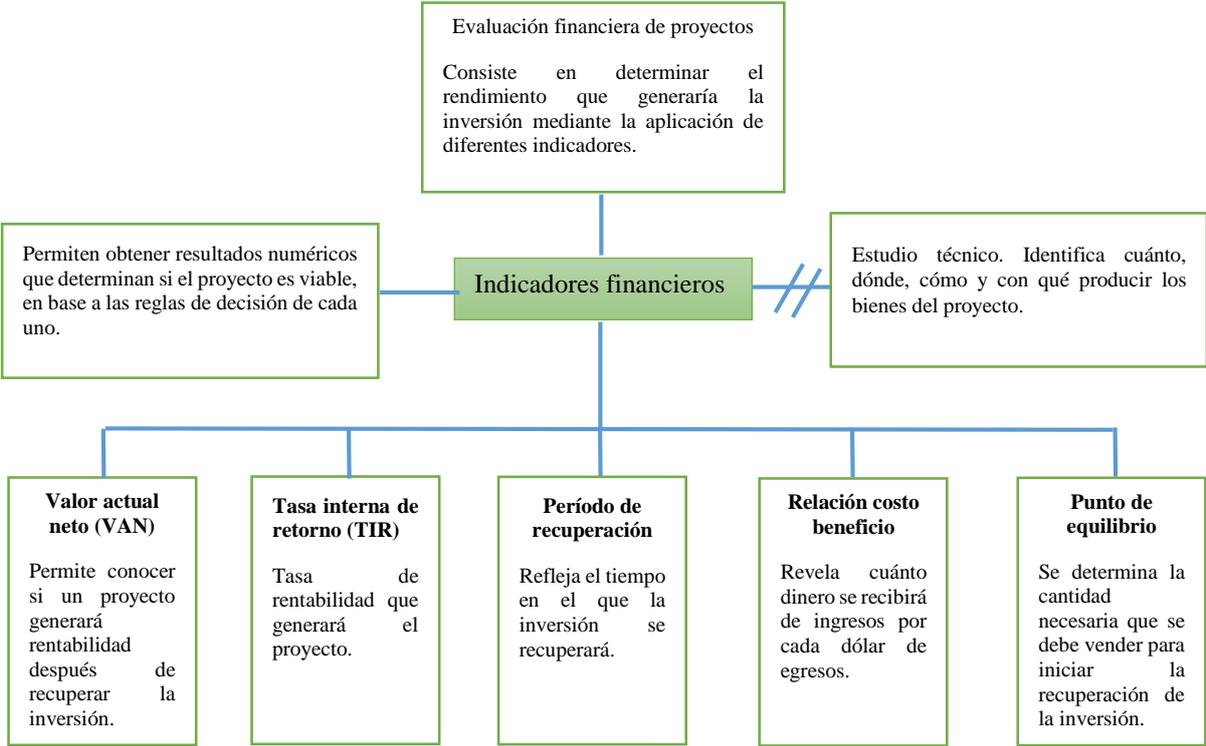


Gráfico 11. Indicadores financieros

Fuente: Marco teórico.
Elaborado por: La autora
Año: 2016

2.8 Aspectos organizacionales

2.8.1 Estudio organizacional

“Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación.”. (Meza, 2013, pág. 28)

Un estudio organizacional constituye una parte importante de la investigación porque una empresa para que funcione de forma adecuada es necesario que cuente con la definición de diferentes aspectos como: estructura organizacional, misión, visión, principios y valores, entre otros, lo que permitirá regular las actividades diarias del posible negocio.

2.8.2 Organización

“La organización pone en orden los esfuerzos y la estructura para desarrollar las actividades necesarias, reuniendo los recursos en forma ordenada para su mejor aprovechamiento” (Palacios, 2012, pág. 169)

2.8.3 Estructura organizacional

“Patrón de puestos y grupos de puestos que existe en una organización; es causa importante de la conducta individual y de los grupos” (Gibson, Ivancevich, Donnelly, & Konopaske, 2013, pág. 388)

En cualquier negocio es necesario considerar a la organización como un aspecto fundamental porque esta permitirá un desarrollo adecuado de las actividades, un desempeño óptimo de los trabajadores, una coordinación adecuada de recursos para lograr el cumplimiento de objetivos. La estructura organizacional determina la situación legal, misión, visión, principios y valores, distribución del trabajo, niveles jerárquicos, entre otros, para lograr un cumplimiento de normativas, clima de respeto y buenas relaciones, tema que será tratado en el estudio organizacional.

2.8.4 Organigrama

“Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general” (Córdoba, 2011, pág. 169)

Si una empresa cuenta con un organigrama estructural podrá tener clara la composición administrativa de la misma, diferenciando claramente las distintas áreas establecidas, el conocimiento de éste concepto permitirá en el estudio organizacional tener una idea clara sobre la importancia de desarrollarlo.

2.8.5 Misión

“Entendemos como misión a la razón de ser de la organización, lo que le otorga sentido, por lo cual existe. En consecuencia, los procesos prioritarios y fundamentales de cualquier organización deberán estar orientados a que el sistema cumpla su cometido”. (Robledo, 2012, pág. 75)

2.8.6 Visión

“Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco ó más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio”. (Palacios, 2012, pág. 63)

Tanto la misión como la visión de una empresa deben ser distinguidas por todos los miembros que la componen, para saber qué es lo que se debe hacer y hacia donde se quiere llegar, y así lograr un compromiso por parte de los involucrados y garantizar el surgimiento de la entidad.

2.8.7 Principios y valores del negocio

“Son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio. Definen lo importante para una empresa. Guían el actuar de las personas y la sociedad y demandan liderazgo” (Palacios, 2012, pág. 64)

Es importante que una microempresa tenga establecidos principios y valores los cuales van a guiar la forma de actuación de los trabajadores y todos los involucrados, por ejemplo: la responsabilidad, respeto, trato adecuado al cliente, entre otros.

2.8.8 Dirección

“La habilidad en términos de competencia ejecutiva que los niveles gerenciales requieren para ejecutar la estrategia con eficiencia, eficacia y efectividad, y tomar las decisiones oportunas hacia los objetivos y estrategias” (Hernández & Pulido, 2011, pág. 214)

2.8.9 Control

“Monitorear el progreso organizacional hacia el logro de las metas” (Griffin, 2011, pág. 9)

La dirección y el control son actividades que deben ser desarrolladas de forma continua por la administración para de esa forma no perder de vista el camino a seguir, conocer las afectaciones que surjan para tomar medidas adecuadas de forma oportuna y no generan contratiempos en el desarrollo de las actividades.

2.9 Aspectos de Impactos

2.9.1 Impacto

“Un impacto es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial” (Arboleda, 2013, pág. 398)

El estudio de impactos constituye otro elemento de análisis en el desarrollo de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, ya que es de significativa importancia conocer las repercusiones positivas y negativas que pueda generar la gestión del proyecto, al evaluar los diferentes aspectos que se presenten se puede tomar medidas para optimizar los impactos positivos y mitigar los impactos negativos y contar con estrategias para el tratamiento de éstos.

2.9.2 Impactos de un proyecto

La gestión de un proyecto puede generar impactos en diferentes ámbitos, entre ellos podemos señalar a los siguientes que serán analizados más ampliamente en el estudio de impactos del presente proyecto:

2.9.3 Impacto social

“El impacto social se refiere a los efectos que la investigación planteada tiene sobre la comunidad en general” (Guarisma, 2009)

El impacto social hace referencia a los efectos que tendrá en la sociedad la intervención de una empresa. Al desarrollar un proyecto, este tipo de impacto puede contener aspectos como: mejoras en la calidad de vida, bienestar en las personas del sector, entre otros.

2.9.4 Impacto económico

“El impacto económico supone el efecto que la construcción y el funcionamiento de una inversión tienen en el conjunto de la economía nacional o regional” (Ragás, 2012, pág. 197)

Este impacto hace referencia a los efectos que el proyecto genere en cuanto a la economía a nivel nacional, local, familiar. Este tipo de impacto puede contener aspectos como: generación de empleos, cambios en el nivel de ingreso de los trabajadores, rentabilidad del proyecto, entre otros.

2.9.5 Impacto ambiental

“Es la alteración que se produce en el ambiente cuando se lleva a cabo un proyecto o una actividad”(Impacto ambiental, s.f.)

En la actualidad la conservación del medio ambiente es un tema de importancia por lo que el análisis del impacto ambiental es trascendental, este se refiere al efecto o los efectos que se producen en el medio ambiente debido al desarrollo de las actividades de las personas.

Estos efectos pueden ser: contaminación en sus diferentes variaciones, explotación de recursos naturales, el manejo que se da a los desechos, etc.

Conclusiones marco teórico

Una vez que se ha terminado el diagnóstico situacional, se procedió a desarrollar el marco teórico mediante la investigación en diferentes fuentes bibliográficas y linkográficas, en este se expuso de forma ordenada temas referentes a aspectos generales sobre las empresas, aspectos específicos sobre el giro de la microempresa de confecciones, estudio de mercado, temas de estudio técnico, contenidos contables, organizacionales y de impactos.

El marco teórico representa una base de consulta y sirve de sustento a la investigación, ayuda al autor y a quien acuda a éste proyecto a comprender de forma adecuada el estudio de factibilidad presentado, orienta la realización del proyecto porque al conocer los diferentes temas expuestos se podrá realizar los siguientes capítulos de una mejor manera.

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

3.1 Introducción

El estudio de mercado consiste en una investigación en la cual se indagan y analizan variables como oferta, demanda, producto, precio, plaza, con el objetivo de tener una visión de las características que el nuevo producto debe cumplir para satisfacer las necesidades de una demanda insatisfecha.

En la actualidad, el mercado y sus componentes se encuentran en un cambio constante, por lo que para el presente estudio de factibilidad éste resulta ser una parte fundamental de la investigación, al examinar el mercado se podrán conocer aspectos determinantes como: la demanda, ya que ésta constituirá la cantidad de ciertos productos requeridos por los clientes, la cantidad de productos similares ofertados, la disposición de adquisición del bien, entre otros, en base a los resultados arrojados por este estudio se podrá llevar a cabo el estudio técnico y financiero.

La producción textil necesita adaptarse a los requerimientos de las personas, por ello es necesario conocer las características que los clientes buscan en las prendas de vestir como: preferencias por telas, preferencias de prendas, para de esa forma confeccionar productos de calidad, con buenos acabados y atractivos a la vista.

Al conocer las variables controlables como: producto, precio, plaza y promoción y las variables no controlables como: consumidores, competencia, clima, se podrá determinar la demanda actual y la oferta actual o potencial, para posteriormente realizar una proyección y al comparar éstos datos poder establecer la demanda insatisfecha, pudiendo concluir la prefactibilidad del proyecto porque ayuda a tener un enfoque claro de la aceptación que el producto tendría en caso de desarrollarse e introducirse en el mercado.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Realizar el estudio de mercado mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, producto, precio, plaza, publicidad lo que permitirá determinar la demanda insatisfecha y las características de los productos esperados por los clientes.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las características que tendrá el producto
- Analizar la demanda de vestidos de mujer y otras prendas existente en el la ciudad de Ibarra.
- Conocer la oferta existente del producto en la zona de estudio.
- Identificar el precio al que se comercializa los productos ofertados
- Determinar los medios de comercialización más adecuados para hacer llegar el producto al cliente

Variables

Para el desarrollo del estudio de mercado de la presente investigación se considera necesario el estudio de las variables:

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

Indicadores

Los indicadores considerados necesarios son los siguientes:

Tabla 15. Indicadores estudio de mercado

Variables	Indicadores
Producto	<ul style="list-style-type: none"> a) Características b) Preferencia telas c) Nivel de satisfacción de producto d) Modelos
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> a) Frecuencia de uso b) Motivo de compra c) Frecuencia de compra d) Preferencia de compra del producto
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> a) Competidores b) Oferta actual c) Aceptación del producto
Precio	<ul style="list-style-type: none"> a) Disposición de pago b) Estrategias de fijación de precios c) Precio actual del producto
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> a) Canales de distribución b) Promociones c) Publicidad

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

3.3 Matriz de variables de estudio de mercado

Tabla 16. Matriz de variables de estudio de mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar características que tendrá el producto.	Producto	➤ Características	Primaria	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres ciudad de Ibarra • Dueños de microempresas de confección de ropa de mujer
		➤ Preferencia telas			
		➤ Nivel de satisfacción del producto	Primaria	Entrevista	
		➤ Modelos			
Analizar la demanda de vestidos de mujer y otras prendas existente en la ciudad de Ibarra	Demanda	➤ Frecuencia de uso			<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres ciudad de Ibarra
		➤ Motivo de uso			
		➤ Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	
		➤ Preferencia de compra de producto			
Conocer la oferta existente del producto en la zona de estudio.	Oferta	➤ Competidores	Primaria	Observación directa	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos de confección de prendas de vestir • Dueños de microempresas de confección y comercialización de ropa de mujer
		➤ Oferta actual	Primaria	Entrevista	
		➤ Aceptación del producto			
Identificar el precio al que se comercializa los productos ofertados	Precio	➤ Disposición de pago	Primaria	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres ciudad de Ibarra • Dueños de microempresas de confección y comercialización de ropa de mujer
		➤ Estrategias de fijación de precios	Primaria	Entrevista	
		➤ Precio actual de productos			
Determinar los medios de comercialización más adecuados para hacer llegar el producto al cliente.	Comercialización	➤ Canales de distribución			<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres ciudad de Ibarra
		➤ Promociones	Primaria	Encuesta	
		➤ Publicidad			

Fuente: Estudio de mercado Caranqui
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

3.4 Identificación del producto

3.4.1 Características

El vestido constituye una prenda de vestir generalmente para el público femenino el cual cubre la parte superior e inferior del cuerpo, es un tipo de prenda que puede tener diferentes variaciones de acuerdo a la ocasión en la que se lo vaya a necesitar, ajustándose a diferentes estilos y diseños.

Los vestidos pueden confeccionarse en diferentes telas las cuales brindan comodidad a quien los usa, entre éstas se destacan la tela licra algodón, poliéster, viscosa, entre otras, las cuales se presentan en colores vivos para un modelo más juvenil y fresco u otro en gabardina para un modelo más formal y elegante.

Las blusas constituyen un tipo de vestimenta básica para la mujer, es una prenda de vestir que cubre la parte superior del cuerpo, estas pueden confeccionarse en diferentes diseños con la incorporación de varios accesorios, se elaboran en diferentes telas que se presentan con una gran variedad de estampados y colores.

Otro producto que se desarrollará es pantalón casual, es una prenda de vestir que cubre la parte inferior del cuerpo, puede ser confeccionado en diferentes telas las cuales se presentan en una gran variedad de colores, este tipo de prenda puede utilizarse todos los días por su comodidad, pero sin dejar de lado la formalidad y elegancia.

3.4.2 Ventajas

El vestido se caracteriza por ser una prenda de vestir que otorga comodidad y elegancia a la mujer actual, este puede ser complementado de acuerdo a la ocasión con abrigos, chaquetas casuales, medias, lo que permite que sea una prenda versátil adaptable a varias circunstancias.

La ventaja que ofrece es que las prendas de vestir serán confeccionadas en telas adecuadas que brindan acabados apropiados, creando de esta forma vestidos, pantalones y blusas que cumplan con las expectativas de los clientes.

Al venderse directamente del fabricante al consumidor éstas resultan tener un precio más cómodo para las personas porque no se incurren en mayores gastos.

3.5 Segmentación del mercado

3.5.1 Variables de segmentación

Para el análisis de la demanda se considerará la población de las cinco parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra, de ella se desprenderá la perteneciente a la población femenina, posteriormente se determinará el grupo que corresponde a la población económicamente activa, se establecerá el número de habitantes del área urbana para finalmente separar el grupo de edad de interés para el presente proyecto que es de 15 a 64 años.

De ésta forma se logrará obtener el mercado meta que corresponde a las mujeres que están en edad de trabajar, por lo tanto, tener sus propios ingresos, las cuales podrían adquirir las diferentes prendas de vestir que la microempresa comercializará para satisfacer sus necesidades y gustos.

3.5.2 Mercado meta

El mercado meta constituye el grupo de personas al cual va dirigido el producto de estudio, se lo estableció de la siguiente manera:

Tabla 17. Determinación mercado meta

Detalle	%	Población
Población ciudad de Ibarra		140.042
Población por sexo		
Mujeres	51.93%	72.724
Población económicamente activa		
PEA mujeres	46.86%	34.078
Área urbana ciudad de Ibarra		
Urbano	94.37%	32.160
Grupos de edad	63.70%	20.486
15 a 19	9.59%	
20 a 24	8.98%	
25 a 29	8.37%	
30 a 34	7.37%	
35 a 39	6.85%	
40 a 44	6.16%	
45 a 49	5.60%	
50 a 54	4.25%	
55 a 59	3.59%	
60 a 64	2.94%	

Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Una vez que se ha segmentado el mercado, es decir, se consideró los diferentes aspectos como género, población económicamente activa, área urbana y grupos de edad, se determinó que el mercado meta al que van dirigidos los productos que la microempresa producirá es de 20.486 mujeres de la ciudad de Ibarra.

3.6 Cálculo de la muestra

La población o universo de análisis constituye un amplio grupo de personas que resultaría complejo analizarlo de forma individual, por lo tanto, se recurre al cálculo de la muestra, lo que permitirá analizar a un grupo menor para obtener resultados generales.

3.6.1 Fórmula

Para la determinación de la muestra se utilizará la siguiente fórmula estadística:

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

En dónde:

N= Población

n= Tamaño de muestra

σ = Desviación estándar

Z= Nivel de confianza

e= Error máximo aceptable

Datos:

N= 20.486

n= ?

σ = 0,25

Z= 95% certeza equivale a 1.96

e= 0,05

Aplicación:

$$n = \frac{20.486 \cdot 1,96^2 \cdot 0,25}{(20.486 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{19.674,7544}{52,1729}$$

n= 377

El tamaño de la muestra es de 377 habitantes de la zona urbana de Ibarra, para la respectiva investigación se aplicará la encuesta, realizando una selección al azar en las zonas más representativas de la ciudad.

3.7 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo del estudio de mercado se utilizarán las siguientes técnicas de investigación con sus diferentes instrumentos que permitirán recopilar información relevante:

Información primaria

La información primaria es una fuente en la cual se recopilan datos nuevos producto de un análisis, en el estudio de mercado es necesario tener un contacto directo con los posibles clientes y competidores, por ello se requiere este tipo de información y se aplicarán las siguientes técnicas:

3.7.1 Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una agrupación de preguntas que se aplican a un grupo de personas con la finalidad de conocer su opinión referente a algunos temas específicos que se les plantea, el instrumento que se aplica es un cuestionario pre elaborado; para este caso se aplicará la encuesta a la muestra seleccionada para recopilar información sobre la reacción ante la creación de una microempresa de confecciones.

3.7.2 Entrevista

Otra técnica de investigación es la entrevista, la cual consiste en realizar una serie de preguntas de forma verbal a una persona para obtener la información requerida, el instrumento que se utiliza es un cuestionario de entrevista; éstas se aplicarán a los propietarios de establecimientos de confección y comercialización de prendas de vestir de la parroquia para conocer información más completa sobre el desarrollo de su actividad económica.

3.7.3 Observación

Mediante la observación se tendrá un contacto directo con la situación estudiada para obtener información relevante sobre las empresas similares más representativas existentes en la ciudad de Ibarra.

3.8 Tabulación y análisis de información

Datos generales

Tabla 18. Edad de las encuestadas

Variable	F	%
Menos de 18	76	20%
De 19 a 30	214	57%
De 31 a 50	48	13%
Más de 50	39	10%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

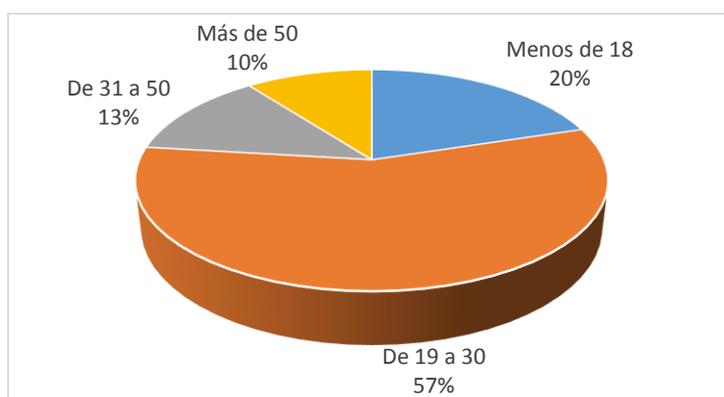


Gráfico 12. Edad de las encuestadas

Fuente: Tabla 18. Edad de las encuestadas
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

La encuesta se realizó a mujeres de la ciudad de Ibarra y la edad que predomina entre las encuestadas con un 57% es de entre 19 y 30 años, este factor es importante ya que dicho grupo podría constituir la mayoría de los clientes, un grupo menor, el 20% pertenece a menores de 18 años, teniendo también un número representativo los demás grupos de edad, ésta información es relevante ya que la edad es un factor que se debe considerar para la definición del tipo de diseño, acabados y características que deben tener las prendas confeccionadas para cumplir con el requerimiento de las posibles compradoras.

Preguntas

3.8.1 ¿Usted ha usado vestidos?

Tabla 19. Uso vestidos

Variable	F	%
Si	307	81%
No	70	19%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

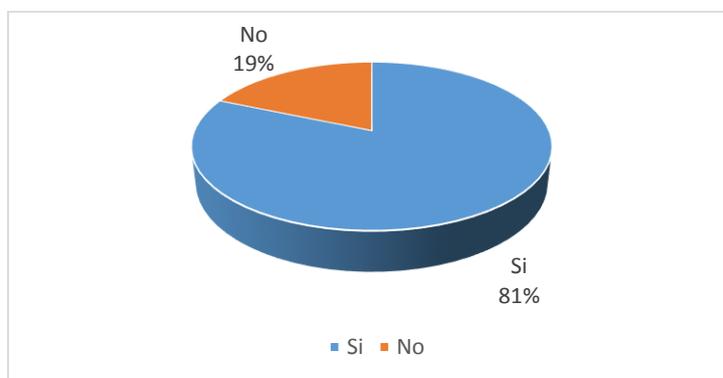


Gráfico 13. Uso vestidos

Fuente: Tabla 19. Uso vestidos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

En la actualidad, la mujer busca vestir cómoda sin dejar de lado la elegancia y feminidad por lo que se puede decir que el vestido es una prenda básica en ellas, esto se refleja en que la gran mayoría de las encuestadas, el 81% afirma haber usado un vestido por diferentes motivos, el 19% señala que no lo ha utilizado pero que en el futuro le gustaría; este factor permite conocer la aceptación que esta prenda tendría en el mercado ya que constituye el producto principal que se confeccionaría en la microempresa, además de considerar importante la necesidad de diversificar la producción para que las damas que no prefieren adquirir un vestido, tenga la opción de elegir otro tipo de prenda que se ajuste a sus características.

3.8.2 ¿Por qué razón usted usa vestidos?

Tabla 20. Motivo de uso

Variable	F	%
Comodidad	118	31%
Tendencia de la moda	44	12%
Feminidad	76	20%
Celebración fiestas	139	37%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

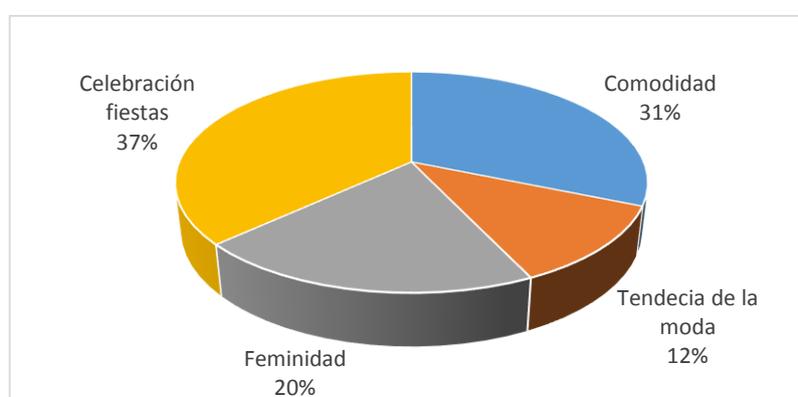


Gráfico 14. Motivo de uso

Fuente: Tabla 20. Motivo de uso
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

El vestido es una prenda versátil que puede adaptarse para cubrir diferentes necesidades o situaciones, un amplio número de la población encuestada el 37% señala que por lo general lo usan para la celebración de fiestas las cuales pueden ser de todo tipo; sin mucha diferencia el 31% indica que la usa por comodidad, el 12% manifiesta el uso debido a la tendencia de la moda y para resaltar la feminidad de la mujer, éste factor y la información obtenida permitirá tener un enfoque claro de las necesidades de las damas que las lleva a usar un vestido para posteriormente establecer los diseños y características que las prendas deben tener para cubrir las necesidades de cada mujer.

3.8.3 ¿Con qué frecuencia usted usa vestidos?

Tabla 21. Frecuencia de uso

Variable	F	%
Una vez al mes	185	49%
Dos veces al mes	145	38%
Tres o más veces al mes	47	13%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016



Gráfico 15. Frecuencia de uso

Fuente: Tabla 21. Frecuencia de uso
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Al señalarse que el 81% usa el vestido para la celebración de fiestas, se puede indicar que por lo general estos eventos se realizan durante el fin de semana, es por ello que un número representativo de las encuestadas, el 49% indica que la frecuencia de uso de esta prenda es de una vez al mes, siendo también significativo el uso de dos veces al mes, un menor número pero igual de representativo el 13% viste más de tres veces al mes debido a factores como comodidad y moda; ésta información arrojada por la encuesta aplicada permite tener una idea clara de la aceptación que tiene la prenda y permitirá establecer el diseño que se confeccionará.

3.8.4 A la hora de adquirir sus prendas, ¿Qué aspecto considera más importante?

Tabla 22. Importancia para compra

Variable	F	%
Calidad	127	34%
Diseño	148	39%
Precio	62	16%
Variedad	40	11%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

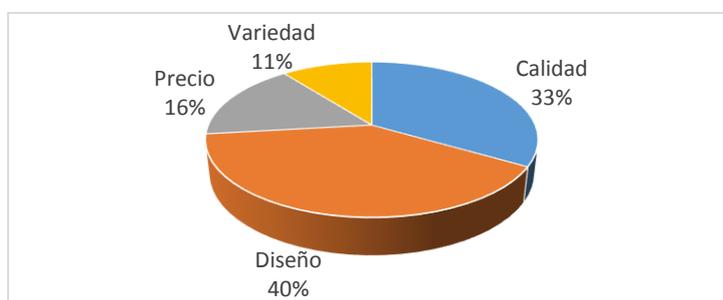


Gráfico 16. Importancia para compra

Fuente: Tabla 22. Importancia para compra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Al momento de adquirir un producto es importante considerar diferentes aspectos, las mujeres encuestadas señalan en un 40% que lo más importante al momento de adquirir un vestido es el diseño debido a que la prenda que van a utilizar debe ajustarse a su necesidad, el 34% considera la calidad que el vestido presente, es decir, se habla de calidad cuando éste cumple con las expectativas que se desea y un número menor entre el 16% y 11% considera más importante el precio y la variedad; estos resultados son trascendentales porque sirven para establecer los materiales que se utilizarán para la confección de las prendas, que éstos sean de calidad, permitan una adecuada manipulación al momento de la confección y así obtener un diseño y acabados agradables.

3.8.5 Al momento de adquirir su vestido usted prefiere:

Tabla 23. Preferencia de compra de vestimenta

Variable	F	%
Comprarlo confeccionado	293	78%
Enviarlo a confeccionar	84	22%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2016

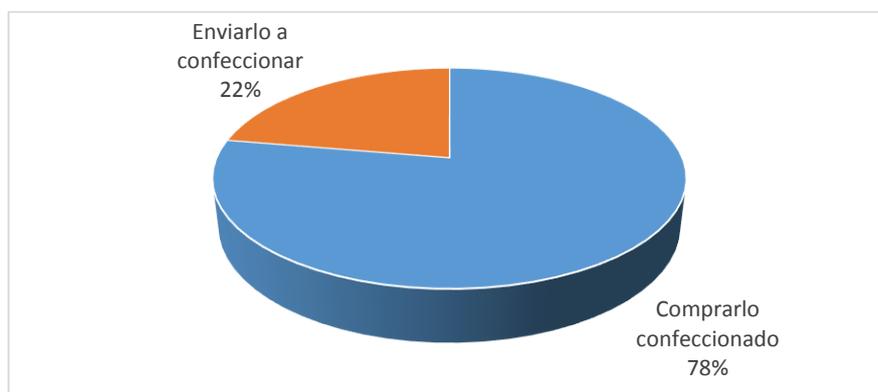


Gráfico 17. Preferencia de compra de vestimenta

Fuente: Tabla 23. Preferencia de compra de vestimenta

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis de resultados.

Las mujeres pueden decidir si desean adquirir un vestido ya confeccionado de manera estándar o enviarlo a confeccionar de acuerdo a sus características, entre la población encuestada existe gran aceptación para estas dos formas, sino que ésta preferencia puede cambiar por factores como tiempo de confección, diseño, etc. El 22% prefiere enviar a confeccionar sus vestidos, mientras que la mayoría, el 78% indica que es mejor comprarlo confeccionado; éste factor es importante para considerar una diversificación del producto porque revela que es necesario ofrecer a las mujeres vestidos en exhibición en los diferentes almacenes de la ciudad que puedan adquirirlos directamente.

3.8.6 Los vestidos que usted compra los adquiere en:

Tabla 24. Lugar de compra

Variable	F	%
Almacenes de venta de ropa	263	70%
Microempresas de confección	88	23%
Ventas por catálogo	26	7%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

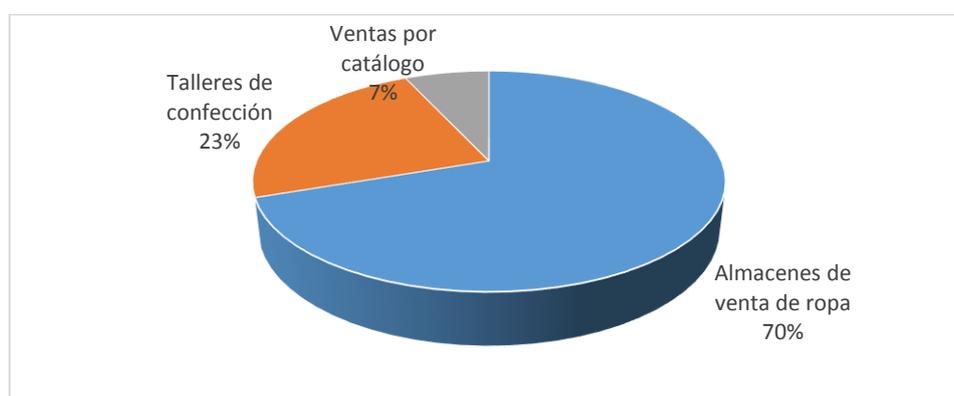


Gráfico 18. Lugar de compra

Fuente: Tabla 24. Lugar de compra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Entre la población encuestada se evidencia una diferencia en este factor, el 70% prefiere comprar sus vestidos en almacenes de venta de ropa mientras que una parte menor, el 23% opta por comprar en talleres de confección que generalmente no poseen un área de ventas, esta información es importante porque ratifica la necesidad de que las prendas sean localizadas en los diferentes almacenes de ropa de la ciudad de Ibarra para que las mujeres puedan adquirirlas de forma directa para una necesidad inmediata.

3.8.7 ¿Los vestidos ofrecidos en el mercado local cumplen con sus expectativas?

Tabla 25. Nivel de satisfacción

Variable	F	%
Totalmente	130	34%
En gran medida	161	43%
Medianamente	80	21%
No cumplen	6	2%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

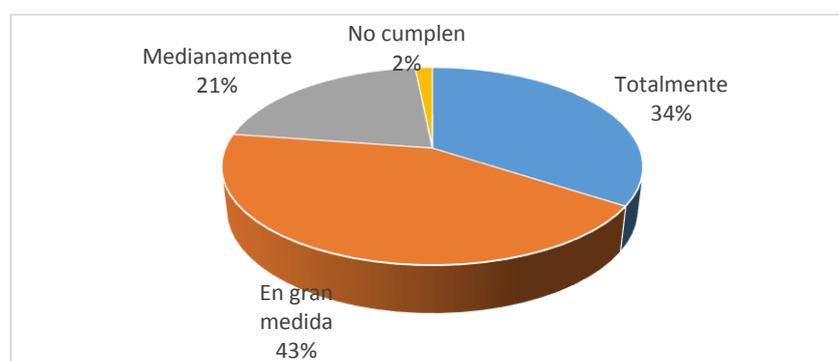


Gráfico 19. Nivel de satisfacción

Fuente: Tabla 25. Nivel de satisfacción
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

En la actualidad, la rama textil constituye una actividad económica que desarrollan varias personas para confeccionar y comercializar sus prendas de vestir, se pudo determinar que el 34% de las mujeres encuestadas señalan que las prendas cumplen totalmente sus expectativas, el 43% en gran medida y el 2% no cumplen, sin embargo, esto podría tener un mayor nivel de satisfacción si se conoce las necesidades de las posibles clientes, con ésta información se conoce la necesidad de utilizar materiales adecuados para cubrir las expectativas de las mujeres, obteniendo así prendas de vestir con acabados adecuados a un precio accesible.

3.8.8 ¿En qué tela prefiere que sus vestidos sean confeccionados?

Tabla 26. Preferencia telas

Variable	F	%
Licra algodón	122	33%
Randa elástica	35	9%
Gabardina elástica	42	11%
Poliéster spandex	139	37%
Viscosa	39	10%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

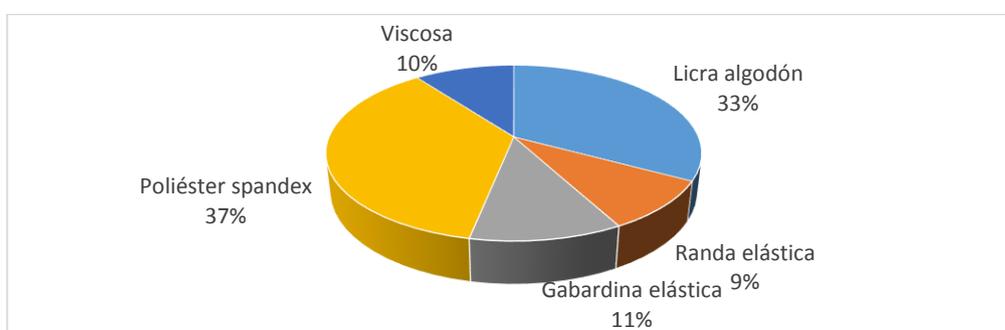


Gráfico 20. Preferencia telas

Fuente: Tabla 26. Preferencia telas
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Hoy en día, la industria textil desarrolla una gran cantidad de telas que constituyen la materia prima para confección de diferentes prendas de vestir, por ello, al señalarse algunas de ellas, un gran número de las mujeres encuestadas, el 37% prefiere que sus vestidos sean confeccionados con tela poliéster spandex, ya que esta brinda resistencia y al ser elástica se adapta al cuerpo y se presenta en una gran variedad de colores y estampados, otro grupo significativo, el 33% prefiere la licra algodón porque es suave y fresca y un número menor prefiere randa, gabardina y viscosa; con esta información se podrá determinar el tipo de tela que se utilizará para la confección de vestidos ya que constituye la materia prima del producto, permite también en un futuro diversificar la utilización de telas para crear nuevos diseños con acabados que se adecúen a diferentes situaciones.

3.8.9 ¿Con qué frecuencia adquiere la siguiente vestimenta?

Tabla 27. Frecuencia de compra

Variable	Vestidos casuales		Blusas		Pantalones casuales	
	F	%	F	%	F	%
Bimensual	18	5%	39	10%	27	7%
Trimestral	98	26%	96	25%	77	20%
Semestral	209	55%	207	55%	222	59%
Anual	52	14%	35	9%	51	14%
Total	377	100%	377	100%	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

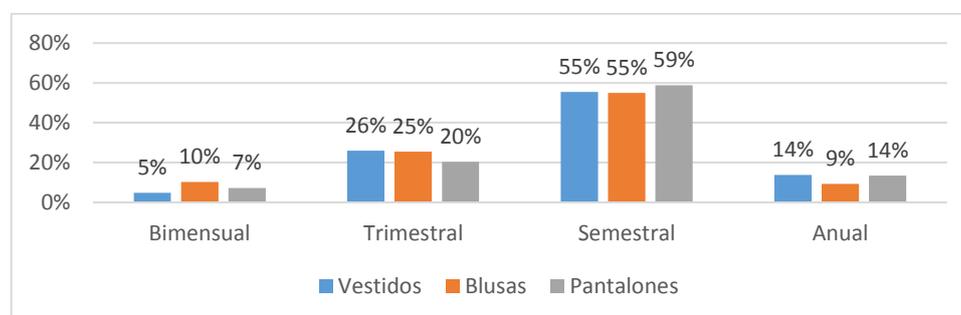


Gráfico 21. Frecuencia de compra

Fuente: Tabla 27. Frecuencia de compra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

El vestido al adaptarse a diferentes situaciones hace que su uso se incremente, el 55% de la población encuestada revela que adquiere un vestido de forma semestral y el 26% realiza la compra de forma trimestral; las blusas son adquiridas mayoritariamente en un 55% de forma semestral y en menor número de forma trimestral; el 59% adquiere los pantalones semestralmente; ésta información es sumamente importante porque de ella se determinará la demanda actual por cada tipo de producto para posteriormente realizar la demanda proyectada y llegar a la identificación de la demanda insatisfecha de las tres prendas que tienen amplia aceptación en el mercado.

3.8.10 ¿Cuánto dinero generalmente asigna para la compra de las siguientes prendas de vestir?

Tabla 28. Disposición de pago vestido casual

Variable	F	%
De \$25 a \$30	179	47%
De \$31 a \$35	149	40%
Más de \$36	49	13%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

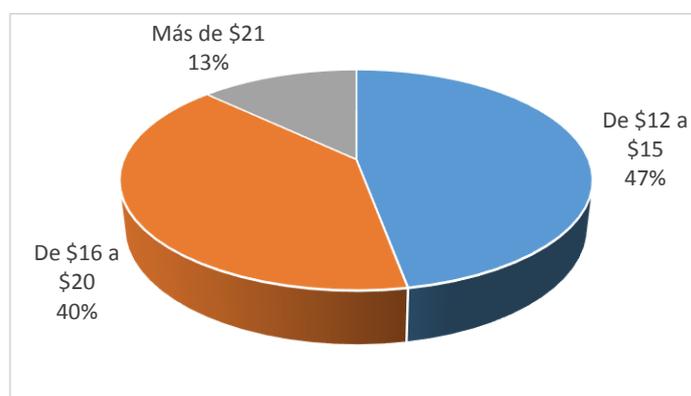


Gráfico 22. Disposición de pago vestido casual

Fuente: Tabla 28. Disposición de pago vestido casual
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

El 47% de encuestadas afirma que para adquirir un vestido casual en los diferentes almacenes que ofrecen este producto en la ciudad estarían dispuestas a pagar entre \$25 y \$30, otro número menor pero igual de representativo que representa el 40% considera adecuado pagar entre \$31 y \$35; el vestido casual constituye una prenda que puede utilizarse en situaciones diferentes de forma cómoda pero sin perder la elegancia, con esta información se puede direccionar los precios que podría tener este producto y las características que se podría brindar para tener acabados apropiados pero que a la vez esté al alcance de su bolsillo.

Tabla 29. Disposición de pago blusa

Variable	F	%
De \$15 a \$20	196	52%
De \$21 a \$25	159	42%
Más de \$26	22	6%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

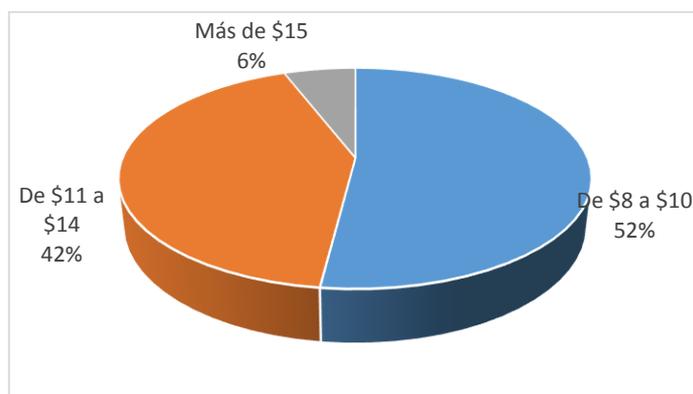


Gráfico 23. Disposición de pago blusa

Fuente: Tabla 29. Disposición de pago blusa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

El 52% de las mujeres encuestadas manifiesta que para adquirir una blusa casual en los almacenes de la ciudad están dispuestas a pagar entre \$15 y \$20, un número igual de representativo, el 42% pagaría de \$21 a \$25 ya que depende de la complejidad de la misma, ésta prenda constituye un básico para el vestir de las damas, su proceso por lo general requiere de un menor tiempo, por ello se considera razonable el pago de éstos valores, con ésta información más adelante se podrá direccionar los posibles precios que éste producto tendría para ofrecerlo al mercado y que esté al alcance de las mujeres, este producto será el segundo producto a confeccionarse.

Tabla 30. Disposición de pago pantalón casual

Variable	F	%
De \$22 a \$26	205	54%
De \$27 a \$30	131	35%
Más de \$31	41	11%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

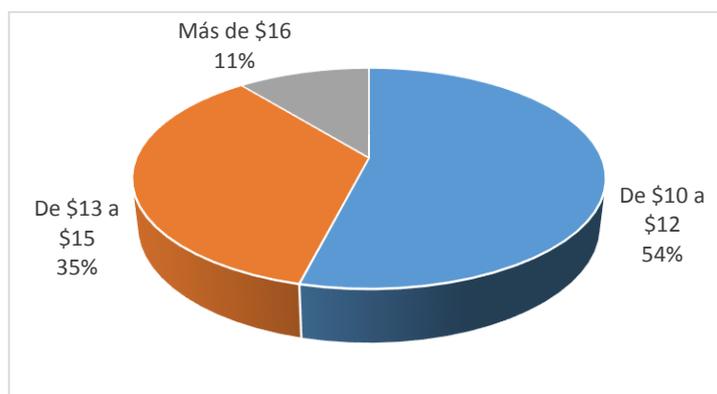


Gráfico 24. Disposición de pago pantalón casual

Fuente: Tabla 30. Disposición de pago pantalón
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

Análisis de resultados.

El 54% de las mujeres que fueron encuestadas manifestó que para comprar un pantalón casual en los almacenes de la ciudad están dispuestas a pagar entre \$22 y \$26 debido a que esta prenda constituye una menor complejidad; un número menor pero igual de representativo señaló que pagaría de \$27 a \$30; este constituirá el tercer producto a elaborarse, la información permitirá direccionar los precios a los que se comercializará la prenda terminada en la microempresa, de tal forma que cumpla con las expectativas de los clientes y constituya un precio el cual estén dispuestos a pagar.

3.8.11 ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de confección de vestidos en la parroquia Caranqui?

Tabla 31. Aceptación creación microempresa

Variable	F	%
Totalmente de acuerdo	280	74%
Medianamente de acuerdo	91	24%
En desacuerdo	6	2%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

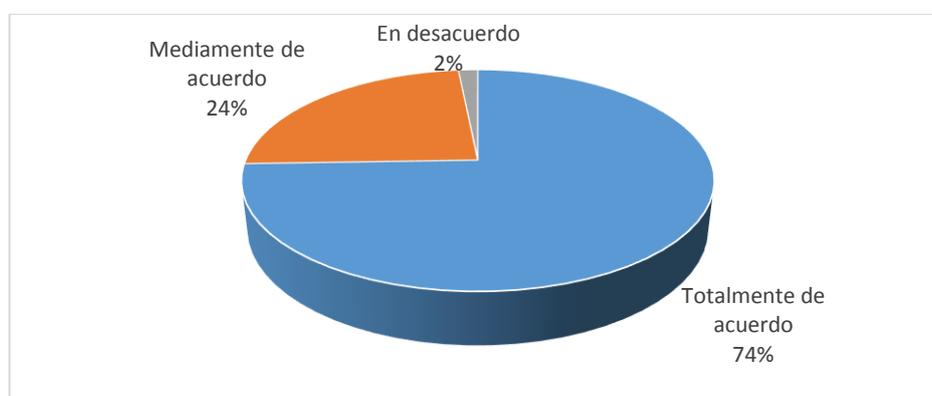


Gráfico 25. Aceptación creación microempresa

Fuente: Tabla 31. Aceptación creación microempresa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

De la totalidad de la población encuestada, el 74% manifiesta estar totalmente de acuerdo con la creación de una microempresa de confección de diferentes prendas de vestir a establecerse en la parroquia Caranqui, un grupo menor, el 24% indica estar medianamente de acuerdo y un número mínimo afirma estar en desacuerdo; con estos resultados podemos decir que la microempresa sí tendría aceptación por parte de las mujeres y considerar aspectos que ayuden a captar al público que se encuentra en desacuerdo y esto es mediante la confección de prendas de calidad.

3.8.12 ¿Estaría dispuesta a adquirir las prendas de vestir confeccionadas en ésta microempresa?

Tabla 32. Disposición de compra

Variable	F	%
Si	260	69%
No	117	31%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

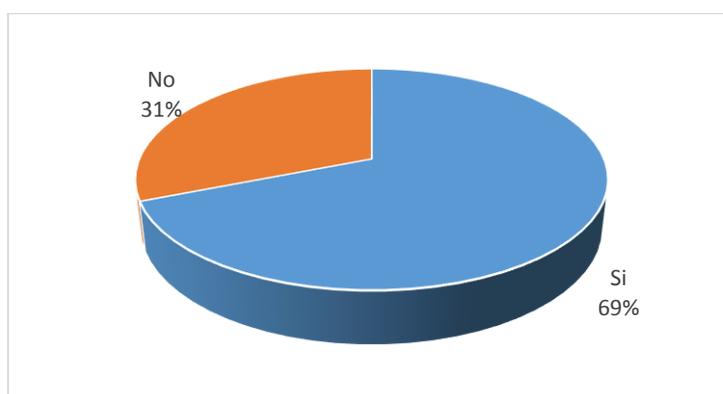


Gráfico 26. Disposición de compra

Fuente: Tabla 32. Disposición de compra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

La disposición por parte de las mujeres de comprar los vestidos confeccionados en la microempresa si llegara a crearse constituye un factor determinante, el 69% afirma tener la disposición de adquirir prendas de vestir elaboradas en esta empresa, mientras que un menor número de las encuestadas, el 31% indica no estar dispuesta a comprar, esta información es relevante debido a que en base a ella se determinará la demanda potencial y posteriormente la demanda insatisfecha, se puede concluir que la microempresa sí tendría aceptación y podría comercializar su producto en los diferentes almacenes de la ciudad y también directamente al público en general.

3.8.13 ¿Qué prenda de vestir confeccionadas en la microempresa preferiría comprar?

Tabla 33. Preferencia de compra

Variable	F	%
Vestidos casuales	159	42%
Blusas	115	31%
Pantalones casuales	103	27%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

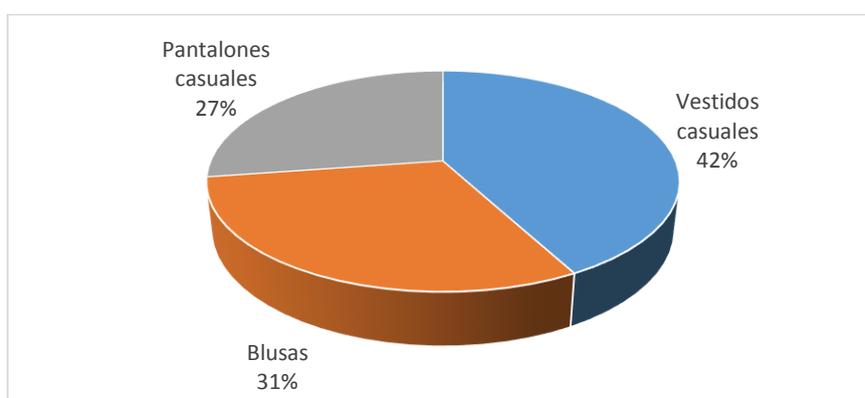


Gráfico 27. Preferencia de compra

Fuente: Tabla 33. Preferencia de compra
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Un amplio número de mujeres encuestadas, el 42% señala su intención de adquirir vestidos casuales, por lo que este constituiría el producto principal, el 31% afirma adquirir blusas siendo así este el segundo producto en orden de importancia y el 27% indica que compraría pantalones casuales siendo éste el tercero; la información obtenida es importante porque ratifica que el producto principal es el vestido y la amplia aceptación de los otros productos, también permitirá determinar la demanda potencial por producto para luego determinar la demanda insatisfecha por cada tipo, siendo relevante también para tener una idea del nivel de producción que la empresa podría mantener.

3.8.14 ¿A través de qué medio le gustaría que la microempresa se dé a conocer?

Tabla 34. Preferencia publicidad

Variable	F	%
Radio	186	49%
Entrega de volantes	103	27%
Redes sociales	88	23%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

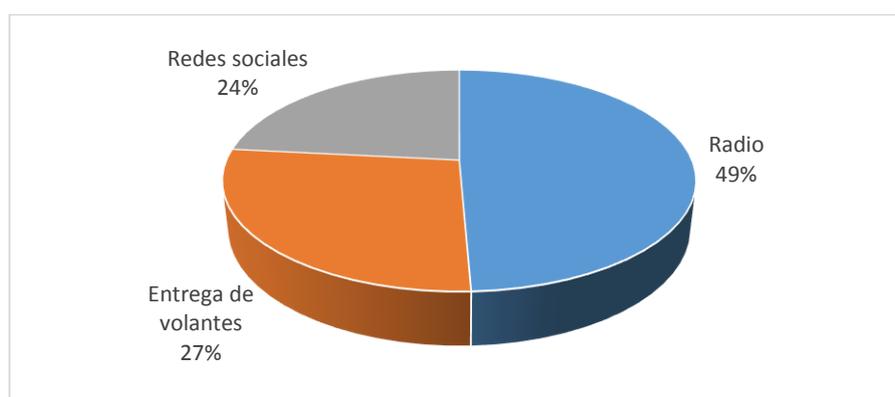


Gráfico 28. Preferencia publicidad

Fuente: Tabla 34. Preferencia publicidad
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Análisis de resultados.

Es importante analizar el medio preferido que tienen las mujeres de la ciudad para conocer acerca de una empresa porque esta constituye la manera de llegar a ellas, se presenta una mayor tendencia entre dos medios, el 49% de las encuestadas prefiere que se dé a conocer a través de anuncios en radio al ser un medio al que personas de toda edad tienen acceso todos los días, el 27% mediante la entrega de volantes porque pueden leer directamente la información y otro grupo significativo, el 23% indica su preferencia por las redes sociales debido a que es un medio en el que muchas personas están inmersas todos los días, sobre todo jóvenes; la información obtenida permitirá determinar la manera más óptima de dar a conocer a la microempresa y los productos que ofrece.

3.9 Demanda

La demanda consiste en la determinación de la cantidad de productos requeridos por los consumidores, es decir, la cantidad demandada por la población de: vestidos casuales, pantalones casuales y blusas, que se analizan en el presente estudio.

Se considera la información primaria arrojada por la aplicación de la técnica de la encuesta la cual se realizó a 377 mujeres que constituyen el mercado meta en el cual se consideró la representación de población económicamente activa de la parte urbana de la ciudad en grupos de edades que van de 15 a 64 años en la que se refleja la cantidad de las tres prendas de vestir señaladas que las mujeres generalmente adquieren.

La aplicación de la encuesta reveló que un 69% de las mujeres estarían dispuestas a adquirir los productos que la microempresa pondría a su alcance. Pregunta 12 de encuesta.

También se consultó la preferencia de compra de los productos, obteniéndose la siguiente información: vestidos casuales 42%; blusas 31% y pantalones casuales 27%. Pregunta 13 de encuesta.

Al consultarse la frecuencia de compra se obtuvo la cantidad demandada de prendas de forma bimensual, trimestral, semestral y anual. Pregunta 9 de encuesta.

Disposición de compra

El 69% de la población encuestada indica su disposición de comprar las prendas de vestir si se instalara la microempresa; mediante este porcentaje y al considerar la población segmentada femenina de la ciudad de Ibarra que es 20.486 mujeres, se puede determinar que 14.128 sí estarían dispuesta a adquirir las prendas de vestir que se confeccionen y comercialicen.

De ésta población se determina el número de personas que están dispuestas a adquirir cada tipo de prenda de la siguiente manera:

➤ Vestidos casuales	42%	9.004 mujeres
➤ Blusas	31%	6.767 mujeres
➤ Pantalones casuales	27%	6.021 mujeres

Cantidad demandada

Tabla 35. Demanda anual

Producto	Frecuencia de compra	%	Total mujeres	Equivalencia en Meses	Cantidad demandada anualmente
Vestido	Bimensual	5%	284	6	1.707
	Trimestral	26%	1.549	4	6.196
	Semestral	55%	3.303	2	6.607
	Anual	14%	822	1	822
	Demanda vestidos			5.959	
Blusa	Bimensual	10%	446	6	2.675
	Trimestral	25%	1.097	4	4.390
	Semestral	55%	2.366	2	4.733
	Anual	9%	400	1	400
	Demanda blusa			4.310	
Pantalón	Bimensual	7%	276	6	1.659
	Trimestral	20%	788	4	3.153
	Semestral	59%	2.273	2	4.546
	Anual	14%	522	1	522
	Demanda pantalón			3.860	
Total Demanda			14.128		37.409

Fuente: Encuesta estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.9.1 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se la realizará a cinco años a partir del año cero, se considerará la demanda inicial de cada prenda y la tasa de crecimiento poblacional femenina de

la ciudad de Ibarra que según información del INEC es el 2.03%, mediante la aplicación de la fórmula para la proyección.

$$P_p = P_i(1 + i)^n; P_i \text{ proyección inicial, } i \text{ tasa de crecimiento, } n \text{ años.}$$

Tabla 36. Proyección demanda en unidades

Proyección demanda unidades		
Vestidos	Blusas	Pantalones
15.331	12.197	9.880
15.642	12.445	10.081
15.960	12.698	10.285
16.284	12.955	10.494
16.614	13.218	10.707
16.952	13.487	10.925

Fuente: Tabla 35. Demanda actual
Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.10 Oferta

El análisis de la oferta permite establecer la cantidad de prendas de vestir que los oferentes actuales se encargan de colocar en el mercado de la ciudad de Ibarra.

Para la determinación de la oferta se analizó a las empresas más representativas de la ciudad de Ibarra que se dedican a la confección y comercialización de vestidos, blusas y pantalones de mujer, se lo realizó mediante la técnica de la entrevista para recopilar información primaria.

3.10.1 Resultado de la entrevista

Tabla 37. Empresas de confección y comercialización de vestidos, blusas y pantalones

Empresas de confección					
Nombre	Prendas	Venta mensual en unidades	Venta Anual en unidades	Precio promedio	
Creaciones Génesis. Sánchez y Cifuentes y Obispo Mosquera (Nancy Farinango propietaria)	Vestidos	80	960	30,00	
	Blusas	60	720	21,00	
	Pantalones	110	1.320	25,00	
Jamyleth. Sánchez 6-73	Vestidos	73	876	35,00	
	Pantalones	20	240	25,00	
	Vestidos	90	1.080	36,00	
Crea moda. Cristóbal Colón 8-55	Blusas	55	660	22,00	
	Pantalones	80	960	24,00	
Modelos Rossy. Cristobal Colón 8-49	Vestidos	100	1.200	40,00	
	Blusas	120	1.440	30,00	
	Pantalones	80	960	32,00	
Lady collection. Mercado Amazonas C-210	Vestidos	40	480	25,00	
	Blusas	20	240	18,00	
	Pantalones	48	576	20,00	
Empresas de comercialización					
Nombre	Prendas	Venta mensual en unidades	Venta Anual en unidades	Precio promedio	
Tu moda. Sánchez y Cifuentes 14-43 y Obispo Mosquera. (Stalin Narvaez Propietario)	Vestidos	35	420	30,00	
	Blusas	50	600	26,00	
	Pantalones	30	360	24,00	
Elizamar Boutique. Sánchez y Cifuentes 14-25 y Obispo Mosquera (Susana Cadena Propietaria)	Vestidos	150	1.800	32,00	
	Blusas	50	600	19,00	
	Pantalones	20	240	27,50	
D´Magda. Obispo Mosquera 6-51 y Bolívar (Lucía Méndez Propietaria)	Vestidos	50	600	38,00	
	Blusas	120	1.440	20,00	
Boutique Mary. Obispo Mosquera y Bolívar (Mariela Sevilla Propietaria)	Vestidos	20	240	35,00	
	Blusas	28	336	22,00	
	Pantalones	15	180	25,00	
Local 25. Centro Comercial La Fortuna (Yesenia Gaybor Propietaria)	Vestidos	15	180	30,00	
	Blusas	32	384	24,00	
	Pantalones	40	480	25,00	
Feline Fashion. Calle Olmedo (Mariela Vallejo Propietaria)	Vestidos	28	336	40,00	
	Blusas	40	480	25,00	
	Pantalones	20	240	30,00	

Spring Boutique. Cristóbal Colón 7-53	Vestidos	38	456	40,00
	Blusas	33	396	25,00
	Pantalones	30	360	28,00
Bisutería y moda mamá. Calle Bolívar	Vestidos	30	360	30,00
	Blusas	40	480	22,00
	Pantalones	44	528	26,00
Papayas boutique. Calle Cristóbal Colón	Vestidos	35	420	40,00
	Blusas	50	600	24,00
	Pantalones	40	480	30,00
Agata locuras. José Joaquín de Olmedo	Vestidos	30	360	35,00
	Blusas	40	480	22,00
	Pantalones	34	408	30,00
Boutique Pretty woman. Calle Bolívar	Vestidos	35	420	36,00
	Blusas	40	480	24,00
	Pantalones	32	384	30,00
Boutique. Cuatro esquinas. Calle Atahualpa	Vestidos	20	240	30,00
	Blusas	38	456	22,00
	Pantalones	30	360	25,00
Boutique Imane. Calle Cory Cory 475	Vestidos	25	300	30,00
	Blusas	40	480	22,00
	Pantalones	20	240	28,00
Taty. Centro comercial Laguna Mall	Vestidos	120	1.440	30,00
Tizmart. Centro Comercial Laguna Mall	Vestidos	100	1.200	35,00

Fuente: Entrevista estudio de mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Se muestran los resultados obtenidos de la entrevista aplicada a los propietarios de empresas de confección y comercialización de ropa femenina en cuanto a productos ofrecidos, precio y ventas promedio.

Aceptación productos. También se puede indicar que los propietarios consideran que los productos ofrecidos tienen gran aceptación por parte de los clientes, pero es importante acogerse a las tendencias de la moda para cumplir con los requerimientos solicitados.

Utilidad por prenda. Al comercializar los productos en los diferentes locales, los propietarios indican que se percibe una utilidad de entre el 20% y 30%, siendo un promedio de 25%.

Telas mayormente usadas. En las empresas de confección de prendas femeninas se utiliza diferentes telas para la confección de vestidos, pero entre ellas se destacan la tela viscosa, escuba alicrada, poliéster, george, entre otras.

Tiempo de confección. Se consultó en cuanto al tiempo que toma la confección de tres tipos de prendas de vestir femenina y se determina que para elaborar un vestido básico, recto, de cuello redondo se lleva alrededor de 100 minutos; para una blusa manga sisa de cuello redondo aproximadamente 70 minutos; y para confeccionar un pantalón de dama básico el tiempo estimado es de 80 minutos.

Preferencia de producto. Se evidencia que en las empresas que confeccionan y comercializan prendas de vestir femeninas, existe una gran aceptación en dos aspectos que son: enviar a confeccionar las prendas y comprarlas ya confeccionadas, sin embargo, los microempresarios señalan que los clientes optan por adquirir prendas que ya se encuentran terminadas y en exhibición, por lo que es importante con una amplia gama de éstas.

Maquinaria recomendada. Se menciona que la maquinaria más adecuada para la actividad es la de marca Siruba, Singer, Jontex y Jack Motor que presenta diferentes modelos con características de acuerdo a la necesidad que se requiera.

Publicidad recomendada. En la aplicación de la entrevista también se pudo determinar que para dar a conocer a las diferentes empresas se destaca la utilización de tarjetas, volantes, fundas con diseño y radio.

Procedencia de mercadería. Los propietarios también indican que los productos que comercializan son importados principalmente de Colombia pero también cuenta con prendas de elaboración nacional.

Debido a la devaluación del peso Colombiano, los productos ofrecidos en el país vecino tienden a bajar por lo que resulta atractivo viajar a esta zona a adquirir la mercadería, sin embargo, el Gobierno Nacional ha adoptado medidas como son las salvaguardas a la importación que son una política económica que permite incentivar la producción nacional porque hace que los productos importados suban su precio, según resolución N° 0.11-2015 del COMEX la sobretasa para las prendas de vestir importadas es del 45%, que para octubre del 2016 se reduce al 35%.

Esto es positivo para los productores nacionales porque se incrementa el precio de los productos importados permitiendo tener mayor competitividad, pero el lado negativo es que una gran cantidad de esta mercadería ingresa por contrabando evitando el pago de impuestos.

Al comprar productos de otros países se reducen los ingresos de los emprendedores, por ello es necesario que se realicen campañas que favorezcan a estos grupos como lo es la denominada, Primero Ecuador impulsada por el Gobierno Nacional.

Por otro lado, otros productos apetecibles debido a su precio son los importados de China, éste es el principal exportador de tejidos y prendas terminadas a todo el mundo seguido por países de la Unión Europea, a nivel de la región Perú presenta un crecimiento acelerado, sin embargo, la ropa procedente de este primero ha ganado fama de ser de mala calidad aunque existe una amplia variedad que se puede adecuar a diversas necesidades, además de que no se puede tener la seguridad de las características del producto hasta que llegue.

3.10.2 Oferta actual

Para la determinación de la oferta se considera la información obtenida en la entrevista aplicada a los propietarios de empresas de confección y comercialización de vestidos, blusas y pantalones.

Tabla 38. Oferta actual en unidades

Prenda	Cantidad en unidades mensual	Cantidad en unidades anual
Vestidos	1.114	13.368
Blusas	856	10.272
Pantalones	693	8.316
Total	2.663	31.956

Fuente: Tabla 37. Empresas de confección y comercialización de vestidos, blusas y pantalones

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.10.3 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta será a cinco años, se considera la oferta inicial de cada prenda y la tasa de crecimiento de la industria manufactura que es 4,4% dividido para el 7,24% que representa la industria textil, obteniendo una tasa de crecimiento del sector textil de 0,3186%, mediante la aplicación de la siguiente fórmula para la proyección:

$Pp = Po(1 + i)^n$; Po proyección inicial, i tasa de crecimiento, n años.

3.10.4 Proyección de la oferta

Tabla 39. Proyección oferta en unidades

AÑO	Proyección		
	Vestidos	Blusas	Pantalones
1	13.368	10.272	8.316
2	13.411	10.305	8.342
3	13.453	10.338	8.369
4	13.496	10.370	8.396
5	13.539	10.404	8.422

Fuente: Tabla 38. Oferta actual en unidades

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.11 Balance oferta-demanda

Se realiza una comparación entre la oferta y demanda para obtener la demanda potencial insatisfecha.

Tabla 40. Balance oferta-demanda en unidades

Vestidos casuales			
Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha en unidades
1	15.331	13.368	1.963
2	15.642	13.411	2.232
3	15.960	13.453	2.506
4	16.284	13.496	2.788
5	16.614	13.539	3.075
Blusas			
Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha en unidades
1	12.197	10.272	1.925
2	12.445	10.305	2.140
3	12.698	10.338	2.360
4	12.955	10.370	2.585
5	13.218	10.404	2.815
Pantalones casuales			
Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha en unidades
1	9.880	8.316	1.564
2	10.081	8.342	1.738
3	10.285	8.369	1.916
4	10.494	8.396	2.098
5	10.707	8.422	2.285

Fuente: Tabla 36. Proyección demanda en unidades. Tabla 39. Proyección oferta en unidades

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Tabla 41. Demanda total en prendas

Demanda total en prendas			
Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha en unidades
1	37.409	31.956	5.453
2	38.168	32.058	6.110
3	38.943	32.160	6.783
4	39.733	32.262	7.471
5	40.540	32.365	8.175

Fuente: Tabla 40. Balance oferta-demanda en unidades

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Se realizó una comparación entre la demanda actual de cada tipo de prenda de vestir la cual se obtuvo de los resultados de la aplicación de la encuesta realizada a las mujeres de Ibarra y la oferta actual que se determinó en base a la información proporcionada por los propietarios de empresas de confección y comercialización de ropa de mujer, la ropa que se vende en los diferentes locales es nacional e importada, ésta última se incluye en el presente estudio porque constituye un producto de las mismas características.

Mediante la comparación de oferta y demanda se obtiene la demanda insatisfecha la cual constituye la cantidad de bienes que los oferentes actuales no podrán satisfacer, por lo tanto representa los bienes que es posible que la microempresa de confecciones produzca y ponga a disposición del mercado para su adquisición.

Posteriormente en el estudio técnico se definirá la capacidad productiva, lo que permitirá establecer la cantidad que el presente proyecto podría captar de demanda insatisfecha.

3.12 Análisis de precios

Según la información obtenida de las entrevistas aplicadas a los propietarios de empresas de confección y comercialización de vestidos casuales, blusas y pantalones casuales se puede obtener los siguientes precios promedios:

- Vestido casual \$33

- Blusas \$22
- Pantalón casual \$26

3.13 Fijación de precios competencia

Se realiza un análisis comparativo de precios de la oferta, para determinar las ventajas que el proyecto brindaría a los propietarios de los locales de ropa al adquirir las prendas de vestir directamente de la fábrica en relación a la mercadería que obtienen de la importación y de la compra local.

Tabla 42. Fijación precios competencia

Producto	Precio promedio oferta	Precio estimado venta proyecto	25% rentabilidad oferta	Utilidad que obtendrían almacenes con el proyecto
Vestidos	33,85	25,00	8,64	8,85
Blusas	22,82	16,00	5,71	6,82
Pantalones	26,74	20,00	6,68	6,74

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Los propietarios de los diferentes locales comerciales en base a la entrevista aplicada, manifiestan que al adquirir la mercadería y posteriormente comercializarla, obtienen una utilidad de entre el 20% y 30% por cada prenda de vestir, siendo un promedio de 25%; al analizar la utilidad que perciben es cuanto a éstos porcentajes se determina que si adquieren los productos de la fábrica del presente proyecto obtendría una utilidad similar, brindándoles la facilidad de entrega directamente en el punto de venta; por ello las ventas deberán estar enfocadas en comercializar el producto a los diversos almacenes.

3.14 Sensibilidad de la investigación

3.14.1 Comercialización

La comercialización consiste en la manera en que el producto llegará al consumidor final, para las prendas de vestir confeccionadas por la microempresa se lo realizará mediante el

canal de distribución indirecto porque las prendas se entregarán a los diferentes almacenes comerciales que se constituyen como intermediarios para posteriormente ser comercializados al cliente final; constituye un canal corto porque interviene el fabricante, un único intermediario y el cliente final, generando beneficios para la microempresa, los intermediarios y los clientes debido a que el precio final no sufre de una subida tan significativa.

3.14.2 Producto

La microempresa se encargará de la confección y comercialización principalmente de vestidos de mujer casuales, pero también de otro tipo de prendas como blusas y pantalones casuales. Los productos serán confeccionados en tallas small, médium y large debido a que la tela al presentarse en un ancho de 1,50 metros en promedio, se puede elaborar varios cortes y diseños.

➤ Vestidos casuales

Éste tipo consiste en una prenda de vestir que cubre la parte superior e inferior del cuerpo de la mujer en una sola pieza, un vestido casual es aquel que brinda a la mujer comodidad, pero sin dejar de lado la formalidad y la elegancia.

Ésta prenda puede ser confeccionada en diferentes telas, pero se considera la utilización de aquellas que en su composición tengan poliéster debido a que esta fibra sintética le otorga a la prenda firmeza para brindar soporte, no se transparenta, es resistente y durable; y spandex que permite un estiramiento para adaptarse al cuerpo de la mujer y luego regresa a su forma original brindando mayor comodidad, en la actualidad este material se presenta en una gran gama de colores, texturas y estampados que harán que el vestido se torne resistente y agradable a la vista.

La prenda puede realizarse en varios diseños, pero se considera un diseño estándar que puede adaptarse a varios cortes, éste consiste en un vestido recto a la altura de la rodilla, manga sisa, cuello redondo y cierre en la espalda.



Gráfico 29. Vestido casual

Fuente: Estudio de mercado. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Blusa casual**

Una blusa es una prenda de vestir femenina que cubre la parte superior del cuerpo de la mujer, ésta de igual forma puede ser confeccionada en diferentes tipos de telas.

Se considera la utilización de la tela viscosa también conocida como rayón ya que actualmente ha ganado popularidad, ésta tela otorga comodidad, frescura, manteniendo así una temperatura adecuada en el cuerpo porque permite la transpiración, ésta se la puede obtener en varios colores tanto claros como oscuros y una amplia gama de estampados que hacen que la prenda sea llamativa y a la vez resistente.

Se considera un diseño estándar para la prenda, éste consiste en una blusa un poco holgada con pinzas en el pecho para generar frescura, con manga sisa y cuello redondo, éste es un diseño muy adecuado para varios tipos de cuerpos.



Gráfico 30. Blusa casual

Fuente: Estudio de mercado. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Pantalón casual**

La confección de los pantalones casuales se lo puede realizar de igual forma en varias telas, pero se considera aquellas que contengan poliéster y spandex para brindar firmeza y a la vez comodidad, ésta se encuentra disponible en varios colores que van en una gama de claros a oscuros, es adecuada porque tiene una consistencia apropiada, es lisa y durable; el pantalón se presentará en un corte recto con pinzas en la parte delantera y trasera para una mejor adaptación al cuerpo, cierre y botones en la parte delantera.



Gráfico 31. Pantalón casual

Fuente: Estudio de mercado. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.14.3 Promoción

La promoción consiste en acciones en las que se brinda a los clientes incentivos para motivarlos a la compra de los productos ofrecidos, en el desarrollo de la actividad de la microempresa se incluirían las siguientes:

- Descuentos por la compra de tres o más prendas
- Descuentos en fechas especiales como el día de la mujer y día de la madre
- Premios para el almacén que compre la mayor cantidad de prendas en el mes

3.14.4 Plaza

La planta de producción de la microempresa se localizará en la parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra debido a que la zona presenta condiciones favorables para desarrollar la

actividad productiva como son: presencia de infraestructura adecuada, disponibilidad de mano de obra, existencia de todos los servicios básicos, crecimiento comercial debido a la instauración de negocios de todo tipo como: restaurantes, papelerías, mini markets, lavadoras de carros, mecánicas, panaderías, construcción de conjuntos habitacionales que generan una mayor movilidad de personas, vías de acceso en óptimas condiciones, bajo precio de arriendo de infraestructura, condiciones de seguridad y cercanía al centro de la ciudad.

En la pregunta 6 de la encuesta se consultó la preferencia de las mujeres sobre el lugar de compra de las diferentes prendas de vestir, arrojando un resultado de que la mayoría de ellas creen que lo mejor es adquirir el producto en los diferentes locales comerciales existentes en la ciudad, es razonable comprender que las personas tienen la costumbre de acceder a la zona comercial de la ciudad de Ibarra porque se tiene esa cultura de compra, debido a que al contar con un amplio grupo de oferentes pueden seleccionar el que se ajuste más a sus necesidades y gustos.

En el centro de la ciudad se observa una amplia existencia de locales comerciales que ofrecen prendas de vestir diversas, en la tabla 37 se puede evidenciar los diferentes almacenes, su volumen de ventas y los precios de los productos; para la microempresa que se pretende establecer al no localizarse en el área de mayor movimiento comercial, resultaría complejo lograr que los clientes potenciales acudan a la planta para adquirir sus prendas porque no cuentan con una mayor gama de negocios de este tipo.

La empresa de acuerdo a su capacidad producirá las prendas de vestir en serie lo que permite perfeccionar los productos, realizar un procedimiento más sencillo y rápido, se reducen los costos de producción, permitiendo contar con precios más competitivos, la mejor alternativa es de comercializar los productos directamente a los locales almacenes de ropa a precios

convenientes que se establecen en la tabla 42, que permitan tener una utilidad tanto para los propietarios de los mismos como para el inversionista del presente proyecto.

En la fábrica se puede contar con un área de ventas para los clientes que decidan acudir, pero el enfoque planteado es el de la comercialización a los almacenes de la zona céntrica de la ciudad, resulta mucho más conveniente que el vendedor se movilice y tenga un contacto directo con los propietarios de los locales, que esperar en un sitio a que los clientes acudan, el vendedor realizará visitas continuas a los diferentes almacenes para conocer sus requerimientos y entregará las prendas directamente por lo que los intermediarios reducen los gastos de traslado de mercadería.

Al consultar a las mujeres si están de acuerdo en la creación de la microempresa de confección y venta de vestidos casuales, blusas y pantalones casuales en la parroquia Caranqui, pregunta 11 de la encuesta, se identificó que la gran mayoría de las mujeres están totalmente de acuerdo con ello, por eso se ratifica que se localizará en la parroquia indicada, de forma más específica se analizará en el estudio técnico.

3.14.5 Publicidad

La publicidad es la manera de llegar al cliente, por ello esta debe ser adecuada para captar la atención del mismo y así ayudar a transmitir lo que la microempresa ofrece; se utilizará varias opciones como: un letrero llamativo en el negocio, entrega de volantes, comunicación en redes sociales y etiquetas en las prendas confeccionadas.

➤ Letrero del negocio.

Este consiste en un anuncio que será localizado en el exterior de la microempresa con la finalidad de que los clientes al verlo, tengan una idea clara de la actividad que se desarrolla, debe ser llamativo, estar en un lugar visible y contener información que ayude a captar la atención de las personas. Se presenta el siguiente diseño:

Vesti Moda

**Elegancia y comodidad, para que
deslumbres mujer**



Te ofrece:

- * Vestidos
- * Blusas
- * Pantalones para dama

Teléfono: 2651-921
Caranqui-Ibarra Celular: 0959170852

Gráfico 32. Letrero de la microempresa

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

➤ Volantes

Mediante este medio se podrá dar a conocer a la microempresa y los productos que ésta ofrece en otras localidades, se proporciona de forma impresa directamente a las personas. Se presenta el siguiente diseño el cual también será difundido en las redes sociales que en la actualidad forman parte del día a día de las personas y es una de las maneras más rápidas de llegar a los clientes.

Vesti Moda

**Elegancia y comodidad para que deslumbres
mujer**

Ven y adquiere:

- * Vestidos casuales en varios diseños
- * Blusas
- * Pantalones para dama



Teléfono: 2651-921

Celular: 0959170852

Caranqui-Ibarra
Barrio 10 de Agosto-CalleManuela Espejo

Gráfico 33. Diseño de volante

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

➤ Etiqueta

La etiqueta permitirá que el cliente tenga acceso a las características del material que fue utilizado en su prenda de vestir, indicaciones de cuidado y el nombre de la empresa y lugar en el que fue elaborado.

➤ Radio

Se realizará anuncios en las radios con mayor sintonía de la ciudad de Ibarra, entre ellas se puede destacar radio La Mega, se transmitirá la información necesario para dar a conocer a los radioescucha los productos que la microempresa pone a sus disposición, al ser un medio de difusión masiva, este trae beneficios para llegar al mayor número de posibles clientes.

3.15 Conclusiones del estudio de mercado

Después de llevar a cabo el estudio de mercado se puede concluir lo siguiente:

Las prendas de vestir a confeccionarse tienen gran aceptación en el mercado, se logró determinar que a las mujeres les interesa el diseño y calidad del producto por lo que es fundamental la utilización de materiales que garanticen el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

Permitió comprender que no sería adecuado que se mantenga un canal de distribución directo porque resulta complicado que los clientes potenciales acudan a Caranqui a comprar las prendas de vestir al no ser una zona comercial, lo adecuado es contar con un canal indirecto, es decir, que los productos se comercialicen a intermediarios representados por los almacenes de venta de ropa de la zona céntrica de la ciudad.

Se estableció que los diferentes locales comerciales que ofrecen este tipo de prendas de vestir, estarían en la capacidad de adquirir los productos ofrecidos por la microempresa sin que esto afecte a la obtención de sus utilidades actuales.

Se determinó que la microempresa tendría gran aceptación por parte de la población femenina de la ciudad de Ibarra en caso de instaurarse, afirmando su disposición de adquirir los productos que ésta confeccione.

Al determinar la oferta y demanda potencial se pudo establecer que sí existe demanda insatisfecha, por lo que, desde el punto de vista del estudio de mercado, el presente proyecto sí es factible.

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico

Introducción

Una vez terminado el estudio de mercado, se desarrolla el estudio técnico, en el presente proyecto se analizará aspectos como localización de la planta, en la que se incluye a la macro y microlocalización que consisten en establecer la ubicación del espacio físico en el que la microempresa se establecerá para obtener mayores ventajas.

Otro factor que se estudiará es la ingeniería del proyecto que se refiere a la instalación de la planta que tendrá la microempresa, considerando la maquinaria, equipos y procesos necesarios para el normal desarrollo de la actividad productiva.

El tamaño del proyecto hace referencia al estudio de la capacidad instalada que consiste en determinar el volumen de producción que se tendrá con los recursos disponibles, siendo para ello necesario el análisis de factores como: materia prima, mano de obra, costos y gastos necesarios para el desarrollo del proceso.

El estudio técnico permite determinar la inversión total necesaria para iniciar con el desarrollo de las actividades de la microempresa, al determinar la inversión de propiedad, planta y equipo, activos diferidos y capital de trabajo

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo general

Efectuar un estudio técnico mediante la utilización de técnicas de investigación y proyecciones financieras con el propósito de determinar el tamaño del proyecto, infraestructura física, procesos productivos, capacidad productiva y recursos necesarios.

4.1.2 Objetivos específicos

- Establecer la localización de la microempresa que presente mayores ventajas
- Analizar las características que posee la zona de ubicación
- Establecer el tamaño adecuado y capacidad que podría tener el proyecto
- Revelar el diseño y distribución que tendrán las instalaciones de la planta
- Fijar el presupuesto de la inversión para el normal desarrollo de la actividad, en el que se incluyen recursos humanos, materiales y financieros.

4.2 Localización del proyecto

La determinación de la localización adecuada para el proyecto es un factor determinante porque de ella depende la obtención de mayores beneficios.

4.2.1 Macrolocalización

La microempresa de confección y comercialización de vestidos de mujer estará ubicada en territorio ecuatoriano, en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra.



Gráfico 34. Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra

Fuente: Codeso. http://www.codeso.com/Mapa_Ecu02.html

Elaborado por: La autora

4.2.2 Microlocalización

La microempresa al ser nueva en el mercado, es importante que se realice un análisis para determinar el lugar más favorable en el que ésta deba establecerse, para ello se utilizará el método de valoración cualitativa en el que se considera varios factores y se asigna una calificación en una escala del 1 al 10. La parroquia Caranqui de la ciudad de Ibarra cuenta con varios barrios pero para el presente estudio se consideran tres de ellos como se ve representado en la siguiente tabla:

Tabla 43. Método de valoración cualitativa

Factor	Peso	Barrio 10 de Agosto		Barrio 19 de enero		Barrio El Naranjal	
		Calific.	Ponder.	Calific.	Ponder.	Calific.	Ponder.
Infraestructura	14	9	126	7	98	8	112
Disponibilidad de materia prima	20	8	160	6	120	7	140
Disponibilidad de mano de obra	20	8	160	8	160	7	140
Servicios básicos	14	10	140	9	126	9	126
Vías de acceso y transporte	18	9	162	9	162	6	108
Crecimiento actividad comercial	14	9	126	8	112	7	98
Total	100		874		778		724

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Al aplicar el método de valoración cualitativa, se observa que el sector que obtuvo una mayor ponderación es el Barrio 10 de Agosto, por lo tanto, la microempresa se localizará en un predio ubicado en la calle Manuela Espejo 4-63 y Teresa de Jesús.

El barrio 10 de Agosto ha experimentado actualmente mejoras en las vías de acceso lo que es positivo para un mejor tránsito vehicular y peatonal, construcción de un representativo número de conjuntos habitacionales por lo que más personas se movilizan a este sector, se han abierto todo tipo de pequeños negocios como: panaderías, fruterías, micromercados, papelerías,

lavadora de carros, taller eléctrico automotriz, entre otros, lo que ayuda a la economía de las familias y del barrio.

Debido a estas condiciones, el sector es propicio para la apertura de una microempresa de confecciones. La calle en la que se instalará el negocio es una de las principales y de mayor movimiento comercial del sector porque constituye una importante vía de acceso y conectividad a la parroquia Caranqui y al centro de Ibarra.



Gráfico 35. Plano del sector

Fuente: Estudio técnico. Plano del barrio
Elaborado por: La autora

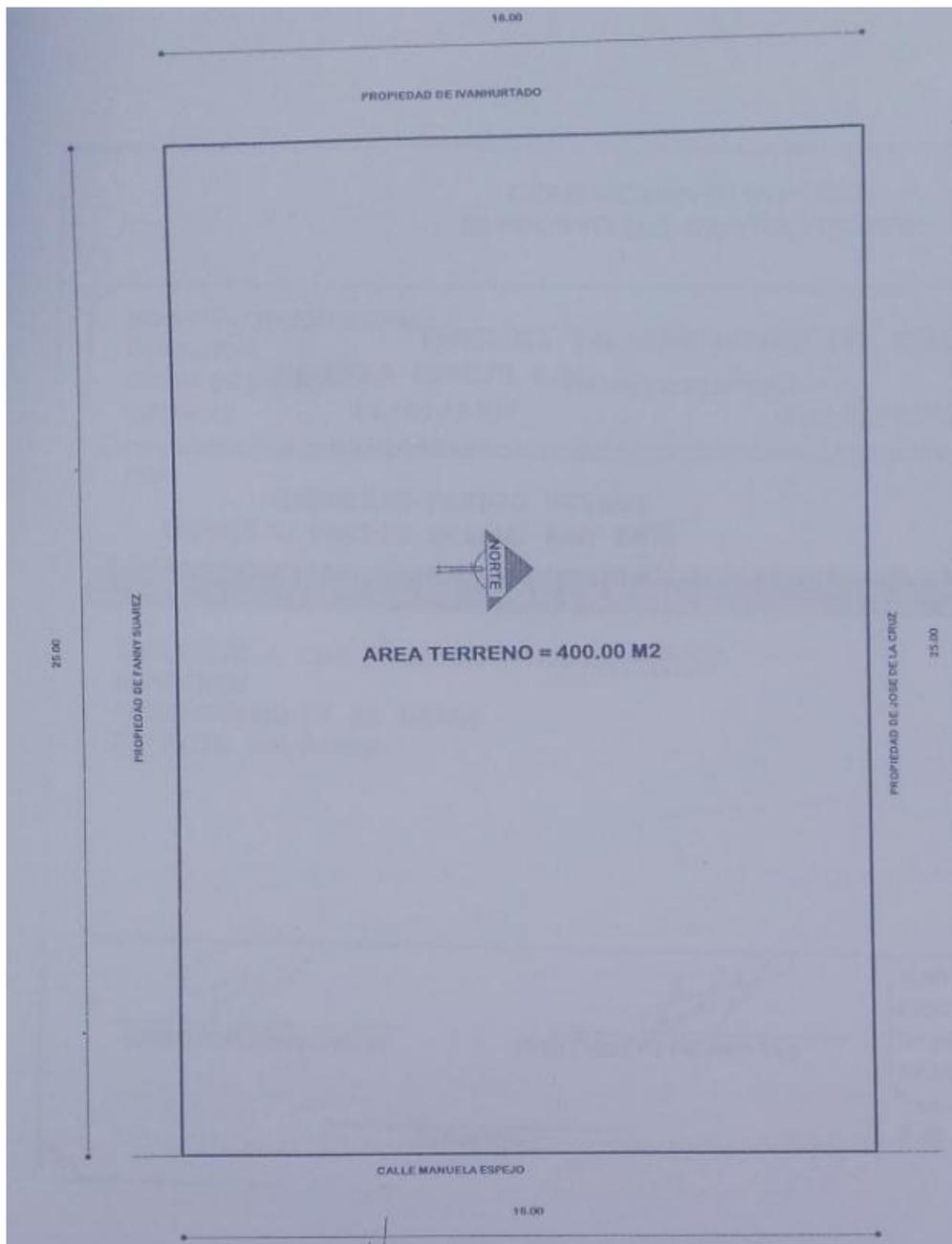


Gráfico 36. Predio de instalación de la microempresa

Fuente: Estudio técnico. Plano terrero

Elaborado por: La autora

4.3 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Ingeniería del proyecto. Distribución de la planta

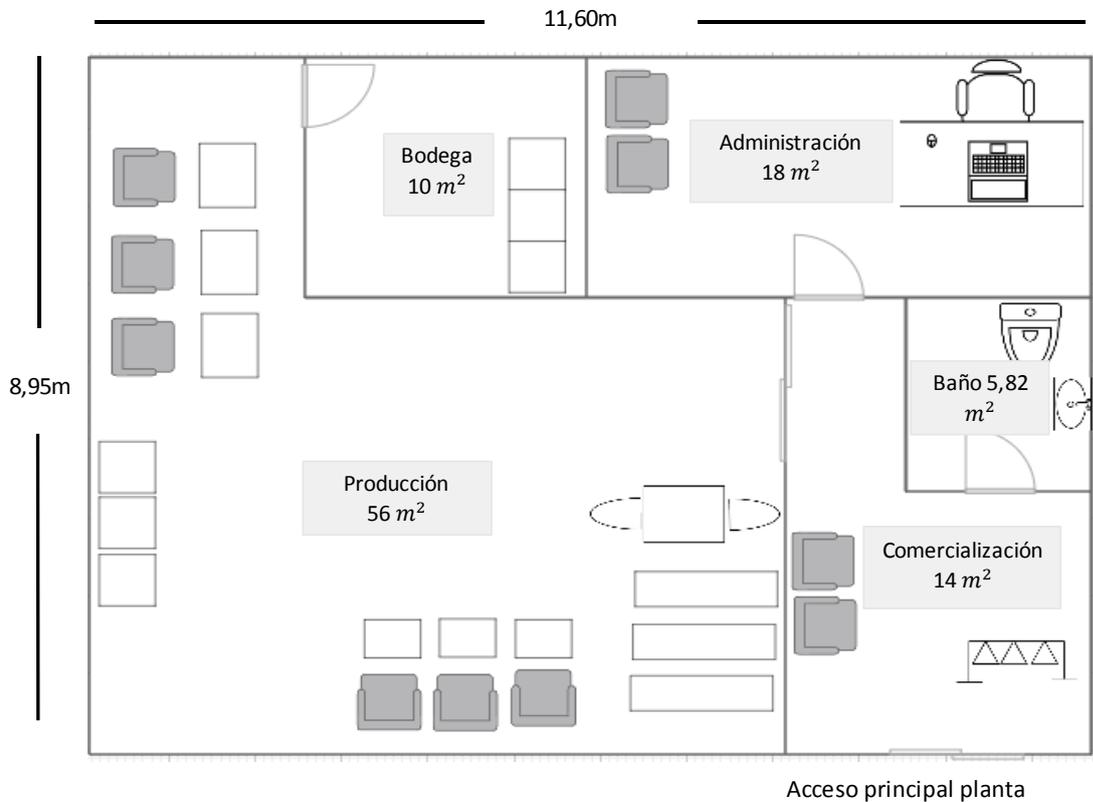


Gráfico 37. Distribución de la planta

Fuente: Gráfico 36. Predio de instalación de la microempresa. <https://www.archifacile.fr>

Elaborado por: La autora

Año: 2016

La microempresa se instalará en el local comercial del barrio 10 de Agosto que cuenta con 11,6 metros de la parte frontal y 8,95 metros de ancho, dando un total de $103,82 m^2$ de construcción en su planta baja, de acuerdo a las necesidades del negocio, este será distribuido de la siguiente manera:

➤ **Administración**

Tendrá $18m^2$; este espacio está ubicada el área para el desarrollo de las actividades del Administrador de la microempresa.

➤ Producción

Tendrá $56m^2$; destinado para el desarrollo del proceso productivo de las prendas de vestir, desde el proceso de corte, pasando por la confección hasta los acabados para obtener el producto final.

➤ Comercialización

Contará con $14m^2$; la microempresa contará con una pequeña área de comercialización para que los clientes puedan acercarse a observar las prendas de vestir para ser adquiridas, aquí se colocarán las prendas terminadas listas para su empaque y distribución.

➤ Bodega

Dispondrá de $10m^2$; destinada para el almacenamiento de los diferentes materiales que se utilizarán en el proceso productivo

➤ Baño

Tendrá $5,82m^2$; Destinado para el uso de clientes y trabajadores

4.4 Tamaño del proyecto

4.4.1 Disponibilidad de materia prima

Para el proceso de confección de los vestidos, blusas y pantalones, la tela constituye la principal materia prima, siendo también necesaria la utilización de hilos, cierres y botones que son considerados insumos textiles.

Para la adquisición de la tela se cuenta con un amplio número de empresas dedicadas a la comercialización de este producto, este material se lo conseguirá en la ciudad de Atuntaqui en la empresa Portofino ubicada en la calle Bolivar S/N entre Olmedo y Amazonas debido a que cuenta con una mayor variedad de las telas que se utilizará y a precios adecuados; en Atuntaqui se considera también la empresa Nortextil y en la ciudad de Ibarra algunos de los

principales distribuidores de telas es Mercantil Garzón, Textiles Aiditex y almacén El Globo, pero éstos tienen una menor gama de productos y a un precio un poco más elevado.

Los demás materiales e insumos se adquirirán en Atuntaqui en almacén Enkador y D'Mauri que comercializa una gran gama de hilos, botones, cierres, entre otros insumos; a precios razonables; en la ciudad de Ibarra se considera el almacén Insumotex que también presente una amplia variedad de los mismos pero a precios un poco mayores.

4.4.2 Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra directa necesaria para el proceso de producción está integrada por las costureras, al existir en la parroquia Caranqui un centro de enseñanza de corte y confección, sí existe la disponibilidad de este recurso al brindarse un trabajo a las señoritas que culminan su profesión, evitando así que se trasladen a otras ciudades a desarrollar la actividad para la cual se preparan.

Para el área de producción se necesitará de tres costureras quienes se encargarán de confeccionar los vestidos, blusas y pantalones que serán comercializados.

La actividad económica de la microempresa se desarrollará en una jornada de ocho horas diarias, en el siguiente horario de funcionamiento: de 9:00 a 13:00 y de 14:00 a 18:00.

4.4.3 Disponibilidad de financiamiento

Al no contar con la totalidad de capital para poner en marcha la microempresa, es necesario acceder a una fuente de financiamiento proporcionado por diferentes instituciones financieras de la ciudad de Ibarra tanto públicas como privadas.

Se pudo verificar que para el sector financiero privado la tasa de interés que manejan es alta, tal es el caso de la Cooperativa de Ahorro y crédito 29 de Octubre cuya tasa de interés es del 24,6%.

Debido a ésta situación, se considera la opción de acceder a un crédito en una entidad financiera pública como es BanEcuador, que cuenta con una línea de créditos para emprendimientos cuyo destino sea para capital y producción, se pueden otorgar montos entre \$500 y \$50.000 dólares aproximadamente, rango en el que se encuentra el requerimiento de la microempresa que es de aproximadamente \$7.460, permitiendo además una frecuencia de pago personalizada, maneja una tasa de interés del 11,26% y una tasa efectiva de 11,74% con un plazo de 3 años con pagos bimensuales.

4.5 Capacidad instalada

Es importante mencionar que la capacidad diseñada es aquella que se tendría sin interrupciones, la capacidad instalada es la que se tendría en condiciones normales en un solo turno, la capacidad utilizada es menor que la capacidad instalada y se mide en porcentaje.

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción que se debería tener en condiciones normales, en este caso, considerando la maquinaria y la mano de obra directa que se pretende utilizar.

Según la señora Nancy Farinango propietaria de Creaciones Génesis, profesional en la rama de corte y confección que cuenta con una amplia experiencia, considerando la instalación de las máquinas de coser propuestas y con la intervención de tres costureras, tomando en cuenta la preferencia de prendas que reveló el estudio de mercado, se puede confeccionar diariamente lo expresado en la siguiente tabla:

Tabla 44. Capacidad instalada diaria

Costureras	Tiempo confección	Minutos diarios (8h*60min)	Minutos distribuidos por prenda	Minutos diarios tres costureras (Minutos distribuidos x 3)	Unidades diarias por costurera (Minutos distrib/tiempo conf)	Total unidades diarias
3	Vestido	100 Minutos	300	900	3	9
	Blusa	70 Minutos	480	277	1	3
	Pantalón	80 Minutos	88	263	1	3
Total			480	1440	5	15

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Se considera que no se podría confeccionar la totalidad de la producción instalada, por ello es importante determinar la producción estimada que la microempresa tendría y se considera lo siguiente:

- Eficiencia 89% valor subjetivo
- Capacidad efectiva 90% valor subjetivo
- Jornada 5 días a la semana
- Turnos 1 Turno de 8 horas diarias
- Capacidad 15 prendas diarias

Capacidad proyectada = Prendas diarias * días a la semana = 15 x 5 = 75 prendas en 5 días

Producción estimada = capacidad proyectada x capacidad efectiva x eficiencia

Producción estimada = 75x 0,90 x 0,89 = 60 prendas a la semana

Se establece que de las 75 prendas que la microempresa está en capacidad de producir en 5 días, de acuerdo a las consideraciones señaladas, se producirían 60 unidades, lo que significa que se trabajaría con el 80% de la capacidad instalada.

Tabla 45. Prendas de vestir a producir

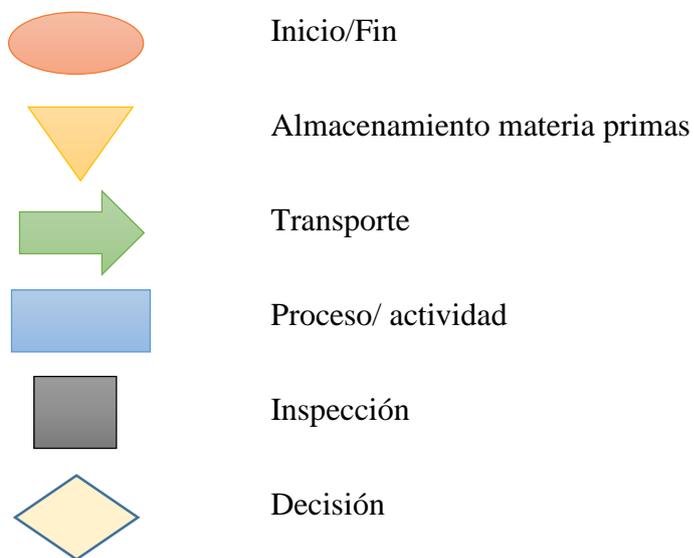
Producto	Capacidad diaria (unidades)	Total unidades semanal (5 días)	Total unidades mensual (20 días)	Total unidades anual (240)
Vestidos	5	25	100	1.200
Blusas	4	20	80	960
Pantalones	3	15	60	720
Total	12	60	240	2.880

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Se determinó que diariamente la microempresa confeccionaría 5 vestidos, 4 blusas y 3 pantalones, esto representa que con un trabajo de 8 horas diarias, 5 días a la semana y 20 días al mes, se obtiene una producción anual de 1.200 vestidos, 960 blusas y 720 pantalones.

4.6 Diseño del proceso productivo

A continuación se presenta un diagrama de flujo del proceso de producción en el que se utiliza la siguiente simbología:



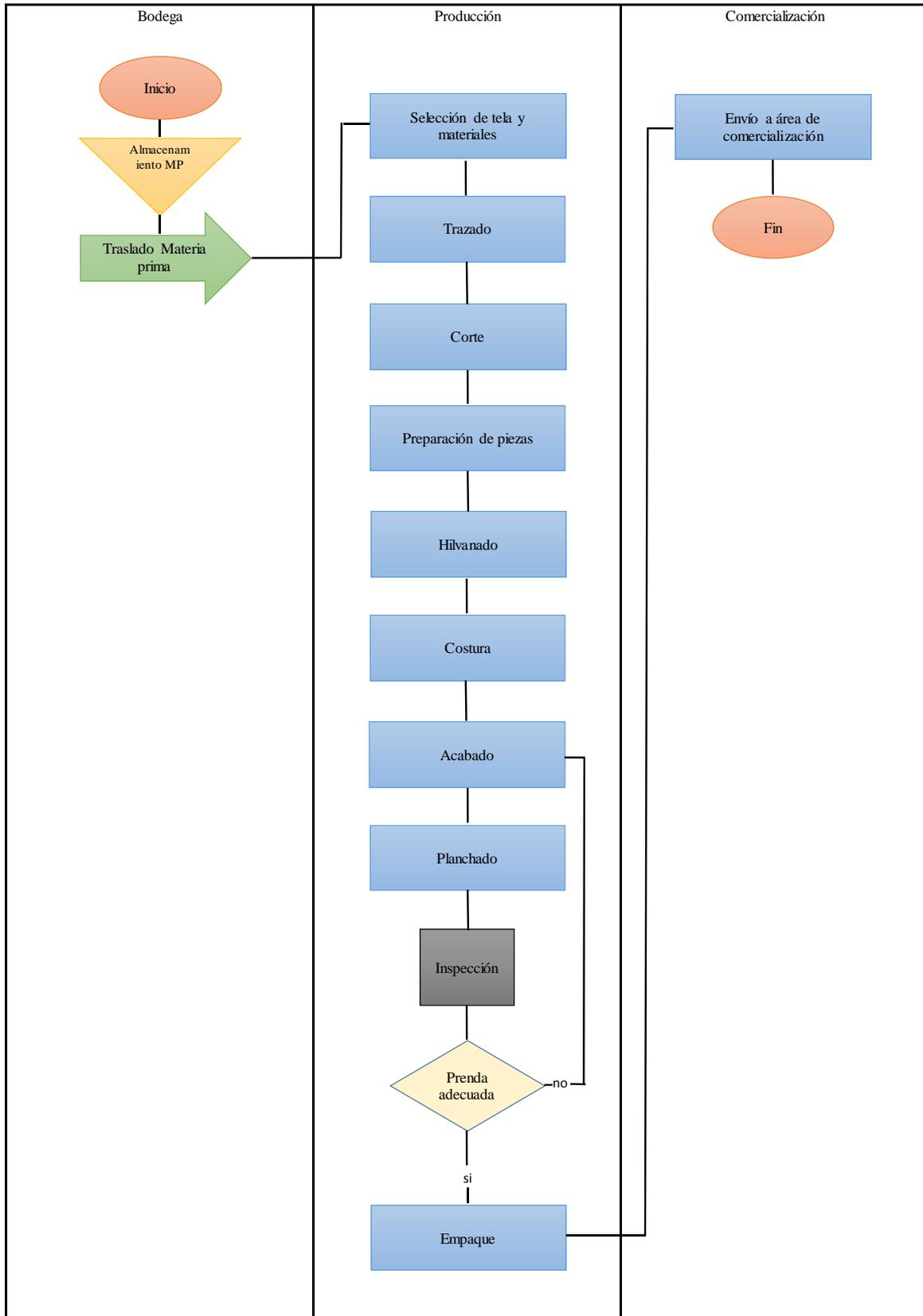


Gráfico 38. Diagrama de flujo de producción

Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

4.7 Descripción técnica del procesamiento

4.7.1 Proceso recepción y almacenamiento de materia prima y materiales

Se realiza la compra de los materiales a utilizarse en el proceso de confección de las prendas de vestir como: tela, hilos, botones, cierres, cintas, entre otros; éstos serán almacenados en el área de bodega de la microempresa para iniciar con el proceso de confección de las prendas de vestir.

4.7.2 Proceso de diseño

Consiste en la selección del diseño de la prenda de vestir a elaborarse en base a las medidas establecidas.

4.7.3 Proceso de selección de tela y materiales

En base al diseño seleccionado se elige la tela que tenga las características necesarias para que la prenda de vestir tenga un resultado final deseado.

4.7.4 Proceso de traslado de materia prima y materiales al área de corte y confección

La materia prima es trasladada del área de bodega al área de corte y confección en donde será colocada sobre las mesas de trazo para seguir con el proceso.

4.7.5 Proceso de trazado

Éste consiste en plasmar el diseño elegido sobre la tela seleccionada mediante la utilización de reglas de corte y tizas.

4.7.6 Proceso de corte

Una vez que el diseño se encuentra plasmado en la tela se procede a cortar alrededor del trazo mediante la utilización de una tijera o cortadora.

4.7.7 Proceso de preparación de piezas

En esta etapa se verifica que se hayan cortado todas las piezas necesarias y se cuente con los materiales requeridos para continuar con la costura de la prenda

4.7.8 Proceso de hilvanado

Consiste en unir las piezas que componen la prenda de vestir mediante unas puntadas largas hechas de forma manual con una aguja e hilo, con el objeto de acoplar temporalmente las piezas para que no se muevan al momento de coserlas con la máquina necesaria.

4.7.9 Proceso de costura

Cuando se tiene la prenda de vestir unida temporalmente mediante el hilvanado, se realiza el proceso de costura que consiste en pegar las piezas mediante las puntadas que realiza una máquina de coser recta y posteriormente mediante la utilización de una máquina overlock para evitar que los bordes de la tela se deshilachen.

4.7.10 Proceso de acabado

Cuando la prenda se ha unido en la forma deseada, se realiza los acabados, que pueden ser: pegar botones, poner cierres, cintas, entre otros, además de retirar todos los hilos sobrantes de las costuras.

4.7.11 Proceso de planchado

Sobre una mesa de planchar y con la utilización de la plancha a una temperatura adecuada dependiendo de la tela, se da a la prenda un acabado liso y pulcro

4.7.12 Proceso de inspección

Se verifica que la prenda no tenga ningún tipo de falla y se encuentre en las condiciones adecuadas.

4.7.13 Proceso de empaque

Se coloca en un armador y en una bolsa plástica para evitar el contacto con impurezas.

4.7.14 Proceso de comercialización

Las prendas de vestir son colocadas en el área de exhibición del local comercial para ser adquiridas por los clientes.

4.8 Requerimiento de maquinaria y equipo

La maquinaria es un factor importante para el normal desarrollo de la actividad productiva de la microempresa porque ésta se relaciona con el volumen normal de producción.

Se cotizó en el almacén distribuidor Servimaq dns, de la ciudad de Atuntaqui que cuenta con una amplia variedad de máquinas para la confección en diferentes marcas, se considera necesaria la adquisición de la maquinaria con las características que se mencionan a continuación:

➤ Máquina de coser recta

Constituye la principal maquinaria para la confección de los vestidos, blusas y pantalones de la microempresa lo que permitirá tener costuras apropiadas y resistentes, facilitando el proceso de producción.

Máquina de coser recta industrial marca Jack motor electrónica, es silenciosa y no vibra, ésta es apropiada para la utilización en todo tipo de tela, lo cual es adecuado para el material que se utilizará, costura recta, utiliza dos hilos y una aguja, posee regulación de puntada, ahorro de energía de hasta un 70%, motor de alta velocidad que no calienta, lo que permitirá tener costuras apropiadas y resistentes, facilitando el proceso de producción.



Gráfico 39. Máquina recta

Fuente: Estudio técnico. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Máquina overlock**

Esta máquina permite recubrir los bordes de las telas para evitar que se deshilachen y obtener un acabado adecuado.

Máquina Overlock industrial de 4 hilos, de marca Jontex motor electrónico, sofisticada, silenciosa, no vibra, posee un ahorro de energía de hasta un 70%, tiene una selección del largo de la puntada, adecuada para varios tipos de telas gruesas y delgadas, como los que se utilizarán en la confección de las diferentes prendas, otorgando acabados apropiados.



Gráfico 40. Máquina Overlock

Fuente: Estudio técnico. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Máquina recubridora**

Éste tipo de máquina de coser es adecuada para una producción rápida, de vestidos, blusas, pantalones; ésta sirve para hacer costuras planas y costuras centradas para dar un mejor acabado a las prendas.

Máquina recubridora de marca Jontex motor electrónico, silenciosa, no vibra, tiene posicionador de aguja, permite establecer el largo de la puntada y tiene una velocidad rápida regulable para mayor precisión, dando a la prenda acabados sin irregularidades.



Gráfico 41. Máquina recubridora

Fuente: Estudio técnico. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Máquina cortadora**

Ésta facilita el proceso de corte de todo tipo de telas que se utilicen para la confección de las prendas.

Cortadora de tela marca Singer modelo 950 C, tiene una cuchilla circular que permite una manipulación sencilla, apropiada para telas licra, algodón, entre otras.

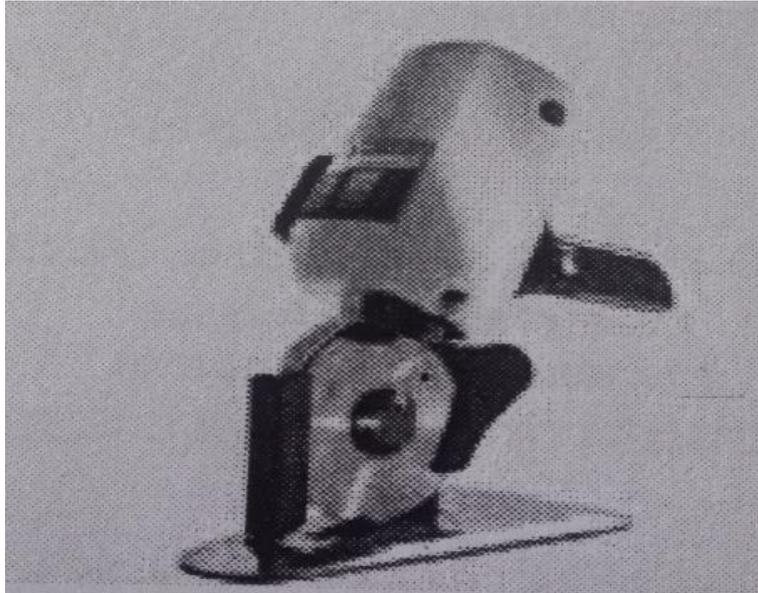


Gráfico 42. Cortadora

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2016

➤ **Plancha**

Ésta permite dar un acabado liso a la prenda de vestir, plancha a vapor semi industrial

Marca Silver Star. Modelo ES 300.



Gráfico 43. Plancha

Fuente: Estudio técnico. Estudio técnico. Fotografía propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

4.9 Inversiones en propiedad, planta y equipo

Constituye la descripción de los activos de propiedad, planta y equipo necesarios para que la microempresa de confecciones desarrolle sus operaciones de forma normal, éstos son los siguientes:

4.9.1 Maquinaria y equipo

Se considera la maquinaria y equipos necesarios para el proceso productivo, mismos que permitirán obtener una prenda con acabados adecuados tras la manipulación correcta de los mismos.

Tabla 46. Maquinaria y equipo

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
3	Máquina de coser recta marca Jack	570,00	1.710,00
3	Máquina overlock marca Jontex	837,00	2.511,00
3	Máquina recubridora Jontex	1.105,00	3.315,00
3	Máquina cortadora Singer	130,00	390,00
3	Plancha semi industrial Silver Star	155,00	465,00
Total			8.391,00

Fuente: Estudio técnico. Anexo 5. Proforma máquinas
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Se considera necesaria la utilización de las máquinas mencionadas para lograr el normal desarrollo de las actividades, siendo precisa una inversión de \$ 8.391 dólares.

4.9.2 Menaje o suministros

Estos elementos son necesarios para el normal desarrollo del proceso productivo, aunque representan una menor inversión.

Tabla 47. Menaje o suministros

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
3	Tijeras para tela	15,00	45,00
3	Juego de reglas para trazos	20,00	60,00
3	Canastas plásticas para insumos	4,00	12,00
24	Armadores	1,00	24,00
Total			141,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.9.3 Muebles y enseres

Al ser una nueva microempresa, es necesario adquirir los siguientes muebles y enseres que permiten facilitar las actividades que en ella se desarrollarán, los cuales se encuentran clasificadas de acuerdo al área en el que será necesaria su instalación.

Tabla 48. Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
Producción			
3	Mesa para trazar y cortar	170,00	510,00
3	Mesa para planchar	80,00	240,00
6	Sillas	35,00	210,00
1	Estantería	100,00	100,00
	Subtotal		1.060,00
Administración			
1	Escritorio	180,00	180,00
6	Sillas	35,00	210,00
1	Archivador	60,00	60,00
2	Percheros	70,00	140,00
	Subtotal		590,00
Total			1.650,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Será necesaria una inversión de \$1.650 dólares en muebles y enseres que serán ubicados en las diferentes áreas de la microempresa.

4.9.4 Equipo de cómputo

En la actualidad el uso del computador es indispensable para un mejor manejo de la información de la empresa, por lo tanto se considera la adquisición de un equipo para el área administrativa.

Tabla 49. Equipo de cómputo

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Computador de escritorio ATX, monitor led 20"	588,00	588,00
1	Impresora Multifunción Epson L220	305,00	305,00
Total			893,00

Fuente: Estudio técnico. Anexo 6. Proforma computador e impresora

Elaborado por: La autora

Año: 2016

4.10 Resumen de propiedad, planta y equipo

Tabla 50. Resumen de propiedad, planta y equipo

Activo	Valor
Maquinaria y equipo	8.391,00
Menaje o suministros	141,00
Muebles y enseres	1.650,00
Equipo de cómputo	893,00
Total	11.075,00

Fuente: Tabla 46, Tabla 47, Tabla 48, Tabla 49

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Es necesaria una inversión de \$11.075,00 dólares en propiedad, planta y equipo para que la microempresa pueda iniciar el desarrollo de su actividad.

4.11 Costos de producción

4.11.1 Materia prima directa

Para la confección de las prendas de vestir que producirá la microempresa, es necesaria la utilización de la siguiente materia prima e insumos:

Tabla 51. Materia prima directa

Materia prima directa e insumos	Unidad de medida	Cantidad por prenda	Prendas diarias	Cantidad diaria	Cantidad mensual (20 días)	Cantidad anual	Costo unitario	Costo mensual (Costo unit * cantidad)	Costo anual
Tela Gaelle. Poliéster spandex para vestidos	Metros	1,25	5	6,25	125	1.500	4,38	547,50	6.570,00
Tela Jameli. Viscosa para blusas	Metros	0,85	4	3,40	68	816	3,37	229,16	2.749,92
Tela Donatelo. Poliéster spandex para pantalones	Metros	1,25	3	3,75	75	900	3,72	279,00	3.348,00
Total								1.055,66	12.667,92

Fuente: Estudio técnico. Anexo 7, Anexo 8, Anexo 9. Telas a utilizarse
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

El costo total de materia prima directa necesaria para la confección de los tres tipos de prendas de vestir, considerando un tipo de tela diferente para cada prenda es de \$12.667,92 dólares anuales o \$1.055,66 mensuales.

4.11.2 Mano de obra directa

Se necesita la contratación de tres costureras quienes se encargarán de confeccionar los tres tipos de prendas de vestir, el salario mínimo del 2016 para el trabajador de confección de prendas de vestir es de 366,92; se detalla a continuación:

Tabla 52. Mano de obra directa

Cantidad	Detalle	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Costurera	385,00	4.620,00
1	Costurera	385,00	4.620,00
1	Costurera	385,00	4.620,00
Total anual			13.860,00
Total mensual			1.155,00

Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

La mano de obra directa indispensable para el proceso de confección de prendas de vestir, constituye la de costureras, para el presente proyecto se considera necesaria la

contratación de dos de ellas para el normal desarrollo de la actividad productiva, el costo mensual es de \$1.155

4.11.3 Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación son aquellos diferentes a la materia prima y mano de obra directa, pero que son necesarios para el normal desarrollo de la actividad productiva y obtener el producto final.

4.11.3.1 Rubros correspondientes a CIF

Se considera a la materia prima indirecta necesaria para cada tipo de producto, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación.

Materia prima indirecta

Tabla 53. Materia prima indirecta

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vestidos			
Hilo (240 yardas)	100	0,40	40,00
Cierres 25 cm	1.200	0,25	300,00
Etiquetas	1.200	0,05	60,00
Subtotal			400,00
Blusas			
Hilo (240 yardas)	69	0,40	27,60
Etiquetas	960	0,05	48,00
Subtotal			75,60
Pantalones			
Hilo (240 yardas)	72	0,40	28,80
Botones	1.440	0,04	57,60
Cierres 10 cm	720	0,15	108,00
Etiquetas	720	0,05	36,00
Subtotal			230,40
Total MPI anual			706,00
Total MPI mensual			58,83

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Para determinar la cantidad necesaria de hilo se consideró que de un cono de hilo de 240 yardas se puede confeccionar 12 vestidos, de la misma manera con un cono similar 14 blusas y por último 10 vestidos.

Para establecer la cantidad de cierres y etiquetas se consideró que se requiere uno por cada prenda producida.

Los botones se establecieron que se requiere de dos unidades por pantalón producido.

Mano de obra indirecta

Tabla 54. Mano de obra indirecta

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mantenimiento maquinaria 1 vez al año	1	50,00	50,00
Total MOI anual			50,00
Total MOI mensual			4,17

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Otros costos indirectos de fabricación

Tabla 55. Otros costos indirectos de fabricación

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Agujas de mano	20	0,10	2,00
Agujas de máquina	60	0,30	18,00
Cinta métrica	4	1,25	5,00
Tizas para trazos	18	0,40	7,20
Bolsas plásticas	2.880	0,04	115,20
Agua potable			80,00
Energía eléctrica			240,00
Lubricante para maquinaria	12	1,50	18,00
Mandiles costureras	2	12,00	24,00
Total otros CIF anual			509,40
Total otros CIF mensual			42,45
Total CIF Anual			1.265,40
Total CIF Mensual			105,45

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Total CIF anual **1.265,40**

Total CIF mensual **105,45**

El valor total necesario de los costos indirectos de fabricación es de \$ 105,45 mensuales, aunque estos no se constituyen en el producto final que se va a ofrecer, son necesarios para un proceso de producción adecuado.

4.12 Gastos de administración

4.12.1 Gastos de constitución-activos diferidos

Tabla 56. Gastos constitución

Detalle	Valor
Patente (tasa por servicios técnicos administrativos, certificado de no adeudar al municipio)	70,00
Permiso de bomberos	8,00
Gastos de instalación planta (adecuaciones)	200,00
Gastos de investigación (estudio de factibilidad)	200,00
Total	478,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Dentro de éste grupo de activos diferidos se localizan los gastos de constitución, de instalación y de investigación que se deben realizar al inicio de la creación de la microempresa, pero que pueden ser amortizados en el tiempo, para el presente proyecto, éstos tienen un valor de \$ 478,00 dólares.

4.12.2 Remuneraciones del personal administrativo

Es necesaria la contratación de un Administrador para la microempresa, el salario mínimo del 2016 para un administrador gerencial es de \$382,69; y se contratará los servicios de un contador de forma mensual.

Tabla 57. Personal administrativo

Cantidad	Detalle	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Administrador	390,00	4.680,00
1	Contador	20,00	240,00
Total anual			4.920,00
Total mensual			410,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.12.3 Servicios básicos administrativos y arriendo

Tabla 58. Servicios básicos de administración

Descripción	Valor anual
Energía eléctrica	150,00
Internet (\$18 mensual)	216,00
Teléfono (\$8 mensual)	96,00
Arriendo planta (180 mensuales)	2.160,00
Total anual	2.622,00
Total mensual	218,50

Fuente: Estudio técnico. Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La microempresa contará con un área administrativa, por ello es indispensable registrar los gastos que se derivarán de ésta, que suman un total de \$ 218,50 dólares mensuales.

4.12.4 Suministros de oficina

Tabla 59. Servicios básicos de administración

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
3	Cuadernos académicos	1,25	3,75
1	Grapadora	1,00	1,00
1	Perforadora	2,20	2,20
2	Bolígrafos cajas	2,25	4,50
4	Carpetas	1,15	4,60
3	Paquete hojas perforadas	0,75	2,25
4	Resma de hojas de papel bond	4,75	19,00
1	Teléfono	25,00	25,00
Total anual			62,30
Total mensual			5,19

Fuente: Estudio técnico. Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Es también importante considerar los suministros de oficina, que aunque tienen un valor menor, son necesarios para un adecuado desarrollo de las actividades administrativas, lo que traerá beneficios a la microempresa, estos son de \$ 62,30 dólares anuales.

4.13 Gastos de ventas

4.13.1 Remuneraciones del personal de ventas

Se realizará la contratación de un vendedor para atender el área de comercialización, el salario mínimo del 2016 para la operación especializada en venta de productos es de 377,90.

Tabla 60. Personal de ventas

Cantidad	Detalle	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Vendedor	380,00	4.560,00
Total		380,00	4.560,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.13.2 Gastos de publicidad

En el estudio de mercado se reveló la preferencia de conocer a la microempresa mediante la entrega de volantes y anuncios en radio, por lo tanto, se considera éstos gastos para un período de dos meses que se realizará la publicidad.

Tabla 61. Gasto publicidad

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor
Volantes	700	0,02	14,00
Anuncio en radio (2 meses, 4 cuñas diarias)	2	170	340,00
Tarjetas de presentación	700	0,02	14,00
Total anual			368,00

Fuente: Estudio técnico. Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.13.3 Suministros de oficina ventas

Será necesario adquirir los siguientes suministros para ser utilizados en el área de ventas:

Tabla 62. Suministros de oficina ventas

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Cuadernos académicos	1,25	1,25
1	Grapadora	1,00	1,00
1	Perforadora	2,20	2,20
1	Bolígrafos cajas	3,00	3,00
1	Carpetas	1,15	1,15
100	Bolsas plásticas	0,08	8,00
	Total anual		16,60
	Total mensual		1,38

Fuente: Estudio técnico. Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.13.4 Gasto movilización y transporte

Para que el vendedor pueda movilizarse a los diferentes establecimientos a los que se comercializará los productos, es necesario incurrir en el gasto de movilización que corresponde al siguiente rubro:

Tabla 63. Gasto movilización y transporte

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Movilización	24,00	288,00
Total	24,00	288,00

Fuente: Estudio técnico. Investigación directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

4.14 Capital de trabajo

El capital de trabajo constituye el valor con el que es necesario que la empresa cuente en efectivo para desarrollar su actividad productiva de forma normal hasta que la microempresa produzca sus propios ingresos.

Tabla 64. Capital de trabajo

Descripción	Valor mensual	Valor dos meses
Materia prima directa	1.055,66	2.111,32
Mano de obra directa	1.155,00	2.310,00
Costos indirectos de fabricación	105,45	210,90
Gastos de administración		
Remuneraciones personal administrativo	410,00	820,00
Servicios básicos administrativos	218,50	437,00
Suministros de oficina administración	5,19	5,19
Gastos de ventas		
Remuneración personal de venta	380,00	760,00
Gastos de publicidad	184,00	184,00
Suministros de oficina y movilización	25,38	50,77
Subtotal	3.539,19	6.889,18
Imprevistos 3%		206,68
Total		7.095,85

Fuente: Tabla 51, Tabla 52, Tabla 55, Tabla 57, Tabla 58, Tabla 59, Tabla 60, Tabla 61, Tabla 62, Tabla 63.

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Se determinó un capital de trabajo mensual de \$3.539,19 y se considera que éste es necesario por un periodo de dos meses hasta que la empresa produzca sus ingresos, siendo éste de \$ 7.095,85 dólares.

Para la determinación de este no se considera el costo financiera, las depreciaciones ni la amortización de activos diferidos, el primero debido a que no constituye desembolso de efectivo, el segundo porque el pago del préstamo es trimestral y el capital de trabajo se estima para dos meses, y el tercero porque constituye otro destino de la inversión.

4.14.1 Inversión total

Tabla 65. Inversión total

Descripción	Total
Inversión fija	11.075,00
Inversión diferida	478,00
Capital de trabajo	7.095,85
Total de la inversión	18.648,85

Fuente: Tabla 50. Resumen propiedad, planta y equipo. Tabla 56. Gastos constitución. Tabla 64. Capital de trabajo.

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Para desarrollar el presente proyecto es necesaria una inversión total de \$18.648,85 entre activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo para iniciar con el desarrollo de las actividades de la microempresa objeto de estudio.

4.14.2 Financiamiento

Tabla 66. Financiamiento

Detalle	Valor	%
Recursos propios	11.189,31	60%
Financiamiento	7.459,54	40%
Total	18.648,85	100%

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Del total de la inversión determinado, el 60% será financiado por recursos propios del inversionista, la diferencia será obtenida mediante un crédito otorgado por Ban Ecuador.

Conclusiones estudio técnico

En el desarrollo del estudio técnico se analizó la localización del proyecto, determinando que la macrolocalización es en la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura y la microlocalización después de aplicar el método de valoración cualitativa es el barrio 10 de agosto de la parroquia urbana Caranqui.

La ingeniería consistió en realizar el boceto adecuado de la planta el cual se estableció que va a contar con un área administrativa, de bodega, de producción y de ventas; en el tamaño se determinó que la microempresa estará en capacidad de producir doce prendas diarias, considerando la mano de obra y la maquinaria señalada.

Se diseñó el proceso productivo para la transformación de la materia prima en productos terminados especificando cada paso, de acuerdo a la capacidad de la planta se indica los activos fijos que se deben adquirir como maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de cómputo.

Se establecieron los costos de producción que incluye materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, así como los gastos administrativos y de ventas, para determinar la inversión total que es de \$18.648,85 distribuida en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, instaurando un 40% de recursos propios y el 60% con financiamiento.

CAPÍTULO V

Estudio Financiero

5.1 Introducción

El estudio financiero constituye uno de los aspectos de análisis más importantes, en él se desarrollarán la determinación de ingresos proyectados, se establecerá los egresos proyectados en los que se incluyen los tres elementos del costo: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, la información presentada en el estudio técnico servirá de base para desarrollar las proyecciones, se elaborarán los estados financieros de la microempresa, en la evaluación financiera se llevará a cabo el análisis de una serie de indicadores financieros de cuyo resultado se concluirá la factibilidad del presente estudio.

5.2 Objetivo del estudio financiero

Realizar un estudio económico financiero del proyecto mediante el desarrollo de procesos como: elaboración de proyecciones y aplicación de indicadores, con el propósito de determinar la factibilidad del mismo.

5.3 Determinación de ingresos proyectados

El análisis de los ingresos constituye una parte fundamental del estudio financiero, consiste en la determinación de los ingresos que se pretenden obtener por la venta esperada de los productos que se elaboran que son: vestidos casuales, blusas y pantalones casuales.

Se toma como base la cantidad de producción por cada prenda que se determinó en el estudio técnico considerando condiciones normales; se toma en cuenta también el precio que se considera en base a los costos incurridos.

Para realizar la proyección de la cantidad de prendas de vestir se utilizará la tasa de crecimiento poblacional femenino de la ciudad de Ibarra que es 2,03% según los reportes del último censo de población y vivienda.

Para proyectar los precios se considerará la tasa de inflación acumulada a septiembre del 2016 que es del 1,19% obtenido de la información proporcionada por el Banco Central, la determinación se muestra a continuación:

Tabla 67. Tasa de inflación

Detalle	% Inflación
Inflación acumulada mensual al 30 de septiembre de 2016	1.19%

Fuente: Banco Central
Elaborado por: La autora
Año: 2016

A continuación se muestra la proyección de los ingresos por cada tipo de prenda a producirse, la cantidad a confeccionarse de vestidos, blusas y pantalones fue establecida en el estudio técnico y se proyecta con la tasa de crecimiento poblacional femenina de Ibarra, el precio en base a la tasa promedio de inflación y éste fue establecido en el estudio de mercado tras realizar un análisis de los precios ofrecidos por la competencia, éste determinación es fundamental para el estudio financiero.

Tabla 68. Ingresos proyectados vestidos

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	1.200	1.224	1.249	1.274	1.300
Precio Unitario	25,00	25,30	25,60	25,90	26,21
Ingreso anual	30.000,00	30.964,14	31.972,58	33.000,63	34.074,83

Fuente: Tabla 45. Prendas de vestir a producir
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tabla 69. Ingresos proyectados blusas

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	960	979	999	1.019	1.040
Precio Unitario	16,00	16,19	16,38	16,58	16,78
Ingreso anual	15.360,00	15.850,40	16.366,68	16.893,01	17.446,31

Fuente: Tabla 45. Prendas de vestir a producir
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tabla 70. Ingresos proyectados pantalones

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	720	735	750	765	781
Precio Unitario	20,80	21,05	21,30	21,55	21,81
Ingreso anual	14.976,00	15.469,93	15.973,49	16.486,85	17.031,96

Fuente: Tabla 45. Prendas de vestir a producir

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En la siguiente tabla resumen se presenta los ingresos esperados para el proyecto, considerando las tres prendas que se confeccionarán que son: vestidos, blusas y pantalones para mujer.

Tabla 71. Ingresos proyectados resumen

Productos	Año 1 Ingreso total anual	Año 2 Ingreso total anual	Año 3 Ingreso total anual	Año 4 Ingreso total anual	Año 5 Ingreso total anual
Vestidos	30.000,00	30.964,14	31.972,58	33.000,63	34.074,83
Blusas	15.360,00	15.850,40	16.366,68	16.893,01	17.446,31
Pantalones	14.976,00	15.469,93	15.973,49	16.486,85	17.031,96
Total	60.336,00	62.284,47	64.312,75	66.380,48	68.553,11

Fuente: Tabla 68, Tabla 69, Tabla 70. Ingresos proyectados vestidos, blusas y pantalones

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.4 Determinación de egresos

La inversión tendrá tres destinos: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, en el estudio financiero se hace una recopilación de éstos que ya fueron considerados en el estudio técnico.

Se considerará el estudio de los tres elementos del costo, materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, estos se relacionan con el nivel de producción ya analizado en el estudio técnico, debido a que se espera vender todo lo producido.

5.5 Costos de producción

5.5.1 Materia prima directa

Se detalla la materia prima directa a utilizarse en el proceso de producción, se utilizará un tipo de tela para cada tipo de prenda.

La determinación del requerimiento de tela se obtiene considerando los metros necesarios para confeccionar cada prenda y la cantidad que se estima producir en el año, la proyección se la realiza en base a las unidades determinadas para cada año en la tabla de ingresos porque al incrementarse la cantidad producida, la materia prima requerida también se aumenta de forma proporcional.

El precio que se considera es el analizado en el estudio técnico que es al que actualmente se comercializa este material, el incremento del precio se desarrollará en considerando la tasa de promedio de inflación de los últimos cinco años de acuerdo a la información del Banco Central.

Vestidos: Para la elaboración de los vestidos se considera adecuada la utilización de la tela Gaele. Poliéster spandex, al multiplicar el requerimiento por prenda por la cantidad de vestidos se obtiene la tela necesaria en el año, ésta se multiplica por el costo de cada metro y se determina el costo total anual que se incurriría en la adquisición de éste material.

Tabla 72. Materia prima directa vestidos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros requeridos por prenda	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Cantidad de vestidos anual	1.200	1.224	1.249	1.274	1.300
=Metros requeridos anual	1.500,00	1.530,00	1.561,25	1.592,50	1.625,00
Costo metro	4,38	4,43	4,48	4,54	4,59
= Costo total anual MPD	6.570,00	6.781,15	7.001,99	7.227,14	7.462,39

Fuente: Tabla 51. Materia prima directa
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Blusas: La tela apropiada para la realización de las blusas es tela Jameli. Viscosa, presente en varias texturas y diseños.

Tabla 73. Materia prima directa blusas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros requeridos por prenda	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85
Cantidad de blusas anual	960	979	999	1.019	1.040
= Metros requeridos anual	816,00	832,15	849,15	866,15	884,00
Costo metro	3,37	3,41	3,45	3,49	3,53
= Costo total anual MPD	2.749,92	2.837,72	2.930,15	3.024,38	3.123,44

Fuente: Tabla 51. Materia prima directa

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Pantalones: La materia prima seleccionada para la producción de éstos es la tela Donatelo. Poliéster spandex.

Tabla 74. Materia prima directa pantalones

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros requeridos por prenda	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Cantidad de pantalones anual	720	735	750	765	781
= Metros requeridos anual	900,00	918,75	937,50	956,25	976,25
Costo metro	3,72	3,76	3,81	3,85	3,90
= Costo total anual MPD	3.348,00	3.458,42	3.571,00	3.685,76	3.807,63

Fuente: Tabla 51. Materia prima directa

Elaborado por: La autora

Año: 2016

De la materia prima señalada, necesaria para la producción de cada tipo de prenda de vestir, se desprende el siguiente cuadro resumen de este primer elemento del costo:

Tabla 75. Resumen del costo de materia prima directa

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Costo total	Costo total	Costo	Costo total	Costo total
Vestidos	6.570,00	6.781,15	7.001,99	7.227,14	7.462,39
Blusas	2.749,92	2.837,72	2.930,15	3.024,38	3.123,44
Pantalones	3.348,00	3.458,42	3.571,00	3.685,76	3.807,63
Total MPD	12.667,92	13.077,29	13.503,14	13.937,28	14.393,45

Fuente: Tabla 72, Tabla 73, Tabla 74. Materia prima directa vestidos, blusas y pantalones

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.2 Mano de obra directa

Un segundo elemento del costo a considerarse para el análisis financiero del presente estudio es la mano de obra directa, ya que ésta constituye el recurso humano necesario que se encargará de transformar la materia prima que son las diferentes telas en los productos terminados.

5.5.2.1 Requerimiento de mano de obra directa

En el estudio técnico se realizó la determinación de la mano de obra necesaria para producir las prendas de vestir esperadas y es de tres costureras que se encargarán de este proceso de transformación, los salarios fueron considerados en base a los establecidos en la tabla sectorial para éste ámbito, se determina los beneficios a los que los trabajadores tienen derecho para posteriormente determinar la totalidad del costo de mano de obra directa.

Tabla 76. Mano de obra directa

Detalle	Salario unificado	Fondo reserva	Ingreso mensual	Ingreso anual	Aporte patronal mensual 12,15%	Aporte patronal anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total año 1
Costurera	385,00	385,00	385,00	4.620,00	46,78	561,33	385,00	366,00	192,50	5.932,33
Costurera	385,00	385,00	385,00	4.620,00	46,78	561,33	385,00	366,00	192,50	5.932,33
Costurera	385,00	385,00	385,00	4.620,00	46,78	561,33	385,00	366,00	192,50	5.932,33
Total	1.155,00	1.155,00	1.155,00	13.860,00	140,33	1.683,99	1.155,00	1.098,00	577,50	17.796,99

Fuente: Tabla 52. Mano de obra directa

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Determinación tasa promedio incremento salarial

Para realizar la proyección de los salarios de la mano de obra directa, se considera una tasa promedio de incremento de los últimos cinco años que es del 6,29%, la determinación se muestra a continuación:

Tabla 77. Tasa promedio de incremento salarial

Año	SBU	Incremento \$	Incremento	% Crecimiento
2.016	366	12,00	0,03	3,28
2.015	354	12,00	0,03	3,39
2.014	342	30,00	0,09	8,77
2.013	312	20,00	0,06	6,41
2.012	292	28,00	0,10	9,59
2.011	264			0,00
				31,44
Promedio incremento				6,29%

Fuente: Salarios básicos últimos seis años

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.2.2 Proyección mano de obra directa

Considerando el salario establecido para cada costurera y los beneficios respectivos mostrados en la tabla de mano de obra directa, se realiza la proyección con la utilización de la tasa de incremento salarial ya determinada, para el año 1 no se consideró los fondos de reserva, éstos se toman en cuenta a partir del año 2.

Tabla 78. Proyección de mano de obra directa

Detalle	Total año 1	Total año 2	Total año 3	Total año 4	Total año 5
Mano de obra directa					
Costurera	5.932,33	6.919,16	7.354,24	7.816,67	8.308,18
Costurera	5.932,33	6.919,16	7.354,24	7.816,67	8.308,18
Costurera	5.932,33	6.919,16	7.354,24	7.816,67	8.308,18
Total	17.796,99	20.757,49	22.062,72	23.450,01	24.924,53

Fuente: Tabla 76. Mano de obra directa

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.3 Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación son aquellos diferentes a la materia prima directa y mano de obra directa, que aunque no se involucran directamente en el proceso de producción, son necesarios para que este se lleve a cabo, contiene tres elementos que son la materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación.

5.5.3.1 Materia prima indirecta

Son los materiales que no son fácilmente identificables en el producto terminado, pero que son necesarios para obtenerlo; a continuación se detallan los materiales indirectos requeridos para la confección de vestidos, blusas y pantalones, las cantidades necesarias, los precios ya fueron establecidos en el estudio técnico, las proyecciones se las realiza en base a la tasa promedio de inflación ya establecida del 1,19%.

Materia prima indirecta necesaria para vestidos

Para la determinación del hilo se consideró que de cada cono de 240 yardas se obtendrían 12 vestidos, al producirse anualmente 1.200 prendas de este tipo es necesario adquirir 100 conos de hilo de estas características.

Se requerirá de un cierre y una etiqueta para cada vestido que se confeccione, por ello se considera las prendas anuales.

Tabla 79. Materia prima indirecta vestidos

Materia prima indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hilo (240 yardas)					
Cantidad	100	102	104	106	108
Costo unitario	0,40	0,40	0,41	0,41	0,42
Costo total	40,00	41,29	42,60	43,93	45,29
Cierres 25 cm					
Cantidad	1.200	1.224	1.249	1.274	1.300
Costo unitario	0,25	0,25	0,26	0,26	0,26
Costo total	300,00	309,64	319,73	330,01	340,75
Etiquetas					
Cantidad	1.200	1.224	1.249	1.274	1.300
Costo unitario	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Costo total	60,00	61,93	63,95	66,00	68,15
Costo total MPI vestidos	400,00	412,86	426,27	439,94	454,19

Fuente: Tabla 53. Materia prima indirecta

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Materia prima indirecta necesaria para blusas

Para obtener la cantidad necesaria de hilo, se tomó en cuenta que de cada cono de 240 yardas se obtendrían 14 blusas, al producirse anualmente 960 prendas de este tipo es necesario adquirir 69 conos de este material.

El requerimiento de etiquetas es de una por prenda.

Tabla 80. Materia prima indirecta blusas

Materia prima indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hilo (240 yardas)					
Cantidad	69	70	71	72	73
Costo unitario	0,40	0,40	0,41	0,41	0,42
Costo total	27,60	28,33	29,08	29,84	30,61
Etiquetas					
Cantidad	960	979	999	1.019	1.040
Costo unitario	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Costo total	48,00	49,53	51,15	52,79	54,52
Total	75,60	77,87	80,23	82,63	85,13

Fuente: Tabla 53. Materia prima indirecta
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Materia prima indirecta necesaria para pantalones

Para obtener el requerimiento de hilo, se determinó que con cada cono de 240 yardas se obtendrían 10 pantalones, al producirse anualmente 720 pantalones, se necesita adquirir 72 conos de hilo.

Se necesitará de dos botones por prenda, la cantidad de este material se obtiene multiplicando los pantalones que se producen al año por dos.

Se colocará un cierre y una etiqueta en cada prenda.

Tabla 81. Materia prima indirecta pantalones

Materia prima indirecta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hilo (240 yardas)					
Cantidad	72	74	76	78	80
Costo unitario	0,40	0,40	0,41	0,41	0,42
Costo total	28,80	29,95	31,13	32,33	33,55
Botones					
Cantidad	1.440	1.470	1.500	1.530	1.562
Costo unitario	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Costo total	57,60	59,50	61,44	63,41	65,51
Cierres 10 cm					
Cantidad	720	735	750	765	781
Costo unitario	0,15	0,15	0,15	0,16	0,16
Costo total	108,00	111,56	115,19	118,90	122,83
Etiquetas					
Cantidad	720	735	750	765	781
Costo unitario	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Costo total	36,00	37,19	38,40	39,63	40,94
Total	230,40	238,20	246,16	254,27	262,83

Fuente: E Tabla 53. Materia prima indirecta

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En base al detalle de materia prima indirecta por cada prenda presentado, se muestra el siguiente cuadro resumen con el costo total anual de éste elemento de los costos indirectos de fabricación con la proyección a cinco años.

Tabla 82. Resumen materia prima indirecta

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Costo total				
Vestidos	400,00	412,86	426,27	439,94	454,19
Blusas	75,60	77,87	80,23	82,63	85,13
Pantalones	230,40	238,20	246,16	254,27	262,83
Total MPI	706,00	728,92	752,65	776,84	802,15

Fuente: Tabla 79, Tabla 80. Tabla 81. Materia prima indirecta vestidos, blusas y pantalones

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.3.2 Mano de obra indirecta

Este elemento se refiere al costo que se incurrirá en el personal de producción, que aunque no interviene de forma directa, es necesario para un adecuado proceso productivo, en el estudio técnico se consideró necesaria la contratación anual de personal de mantenimiento para la maquinaria ya que constituye un activo fundamental en la microempresa, a la que se le pagará por servicios profesionales mediante factura, la proyección se la realiza en base a la tasa de incremento salarial del 6,29%

Tabla 83. Mano de obra indirecta

Detalle	Pago mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento 1 vez al año	50,00	50,00	53,14	56,49	60,04	63,81
Total	50,00	50,00	53,14	56,49	60,04	63,81

Fuente: Tabla 54. Mano de obra indirecta

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.3.3 Otros costos indirectos de fabricación

En este grupo se incluye a los rubros diferentes a la materia prima indirecta y mano de obra indirecta que aunque no forman parte integral del producto, son muy necesarios para que la actividad productiva pueda desarrollarse sin inconvenientes. Las cantidades necesarias y los precios ya fueron determinados en el estudio técnico.

Tabla 84. Otros costos indirectos de fabricación

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agujas de mano y máquina	20,00	20,24	20,48	20,72	20,97
Cinta métrica	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24
Tizas para trazos	7,20	7,29	7,37	7,46	7,55
Bolsas plásticas	115,20	116,57	117,96	119,36	120,78
Agua potable	80,00	80,95	81,92	82,89	83,88
Energía eléctrica	240,00	242,86	245,75	248,67	251,63
Depreciación área producción	850,59	850,59	850,59	850,59	850,59
Lubricante para maquinaria	18,00	18,21	18,43	18,65	18,87
Mandiles costureras	24,00	24,29	24,57	24,87	25,16
Total Otros CIF	1.359,99	1.366,05	1.372,19	1.378,39	1.384,67

Fuente: Tabla 55. Otros costos indirectos de fabricación

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Resumen CIF

Tabla 85. Resumen CIF

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima indirecta	706,00	728,92	752,65	776,84	802,15
Mano de obra indirecta	50,00	53,14	56,49	60,04	63,81
Otros CIF	1.359,99	1.366,05	1.372,19	1.378,39	1.384,67
Total CIF	2.115,99	2.148,12	2.181,32	2.215,27	2.250,64

Fuente: Tabla 82. Materia prima directa, Tabla 83. Mano de obra indirecta, Tabla 84 Otros CIF.

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.5.3.4 Resumen costos de producción

Al ser los elementos del costo la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, se muestra el siguiente resumen con el costo total anual de los mismos.

Tabla 86. Resumen costos de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	12.667,92	13.077,29	13.503,14	13.937,28	14.393,45
Mano de obra directa	17.796,99	20.757,49	22.062,72	23.450,01	24.924,53
CIF	2.115,99	2.148,12	2.181,32	2.215,27	2.250,64
Total	32.580,90	35.982,90	37.747,17	39.602,55	41.568,62

Fuente: Tabla 75. Resumen costo MPD, Tabla 78. Proyección MOD, Tabla 85. Resumen CIF

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.6 Gastos administrativos

La microempresa contará con un área administrativa, por ello es necesario considerar los gastos que de ésta se desprendan, siendo estos: sueldos de personal administrativo, servicios básicos y suministros de oficina.

5.6.1 Sueldos del personal administrativo

5.6.1.1 Requerimiento de personal

Es necesaria la contratación de un administrador gerencial a tiempo completo para el cual se considera la determinación de los beneficios de ley, y de un contador para el cual se

requiere su servicio una vez al mes, se debe considerar que los fondos de reserva y las vacaciones se debe tener en cuenta a partir del segundo año.

Tabla 87. Requerimiento de personal administrativo

Detalle	Salario unificado	Fondo reserva	Ingreso mensual	Ingreso anual	Aporte patronal mensual 12,15%	Aporte patronal anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total año 1
Administrador	390,00	390,00	390,00	4.680,00	47,39	568,62	390,00	366,00	195,00	6.004,62
Total	390,00	390,00	390,00	4.680,00	47,39	568,62	390,00	366,00	195,00	6.004,62

Fuente: Tabla 57. Personal administrativo
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.6.1.1 Proyección personal administrativo

Tabla 88. Proyección personal administrativo

Detalle	Total año 1	Total año 2	Total año 3	Total año 4	Total año 5
Administrador Gerencial	6.004,62	7.003,97	7.444,38	7.912,48	8.410,01
Contador \$20 mensual	240,00	255,09	271,13	288,18	306,30
Total	6.224,62	7.259,06	7.715,51	8.200,66	8.716,31

Fuente: Tabla 87. Requerimiento personal administrativo
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.6.2 Servicios básicos administrativos

Para que las actividades del área administrativa puedan llevarse a cabo de forma adecuada es necesario incurrir en los siguientes gastos a los que se les realiza una proyección en base a la tasa de inflación del 1,19%

Tabla 89. Proyección servicios básicos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	150,00	151,79	153,59	155,42	157,27
Internet	216,00	218,57	221,17	223,80	226,47
Teléfono	96,00	97,14	98,30	99,47	100,65
Arriendo planta	2.160,00	2185,70	2211,71	2238,03	2264,67
Total	2.622,00	2.653,20	2.684,77	2.716,72	2.749,05

Fuente: Tabla 58. Servicios básicos de administración
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.6.3 Suministros de oficina de administración

Se debe adquirir los siguientes suministros de oficina:

Tabla 90. Requerimiento de suministros de oficina de administración

Detalle	Año 1
Cuadernos académicos	3,75
Grapadora	1,00
Perforadora	2,20
Bolígrafos cajas	4,50
Carpetas	4,60
Paquete hojas perforadas	2,25
Resma de hojas de papel bond	19,00
Sumadora	0,00
Teléfono	25,00
Total	62,30

Fuente: Tabla 59. Servicios básicos de administración
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tabla 91. Proyección de suministros de oficina de administración

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina administración	62,30	63,04	63,79	64,55	65,32
Total	62,30	63,04	63,79	64,55	65,32

Fuente: Tabla 90. Requerimiento de suministros de administración
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.6.4 Resumen gastos administrativos

Tabla 92. Resumen gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración personal administrativo	6.244,62	7.259,06	7.715,51	8.200,66	8.716,31
Servicios básicos administrativos	2.622,00	2.653,20	2.684,77	2.716,72	2.749,05
Suministros de oficina administración	62,30	63,04	63,79	64,55	65,32
Depreciación administración	321,00	321,00	321,00	233,10	233,10
Total	9.249,92	10.296,31	10.785,08	11.215,03	11.763,78

Fuente: Tabla 88. Proyección personal administrativo, Tabla 89. Proyección servicios básicos, Tabla 91. Proyección suministros. Tabla 106
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La depreciación tanto para el área de producción, administración y ventas se encuentra ampliada posteriormente en la determinación de las depreciaciones de los activos fijos.

5.7 Gastos de ventas

La microempresa contará con un área de ventas que es en donde serán comercializadas las prendas de vestir, por ello es necesario incurrir en diferentes gastos como lo son:

5.7.1 Sueldos de personal de ventas

5.7.1.1 Requerimiento de personal de ventas

Se requiere la contratación de una persona para la atención en el área de ventas, se consideran los beneficios de ley y la proyección en base a la tasa de incremento salarial.

Tabla 93. Requerimiento de personal de ventas

Detalle	Salario unificado	Fondo reserva	Ingreso mensual	Ingreso anual	Aporte patronal mensual 12,15%	Aporte patronal anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total año 1
Vendedores	380,00	380,00	380,00	4.560,00	46,17	554,04	380,00	366,00	190,00	5.860,04
Total	380,00	380,00	380,00	4.560,00	46,17	554,04	380,00	366,00	190,00	5.860,04

Fuente: Tabla 60. Personal de ventas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.7.1.2 Proyección de personal de ventas

Se realizó la determinación del año 1 en base a los beneficios de ley, sin tomar en cuenta los fondos de reserva y vacaciones, ya que éstos son considerados a partir del segundo año, la proyección se la realiza con la tasa promedio de incremento salarial del 6,29%.

Tabla 94. Proyección de personal de ventas

Detalle	Total año 1	Total año 2	Total año 3	Total año 4	Total año 5
Vendedor	5.860,04	6.834,36	7.264,10	7.720,86	8.206,35
Total	5.860,04	6.834,36	7.264,10	7.720,86	8.206,35

Fuente: Tabla 93. Requerimiento de personal de ventas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.7.2 Gasto publicidad

Para dar a conocer a la microempresa y los diferentes productos que esta comercializa es necesario incurrir en los siguientes gastos de publicidad que fueron analizados detalladamente en el estudio técnico.

Tabla 95. Proyección gasto publicidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volantes	14,00	14,17	14,34	14,51	14,68
Anuncio radio	340,00	344,05	348,14	352,28	356,48
Tarjetas de presentación	14,00	14,17	14,34	14,51	14,68
Total	368,00	372,38	376,81	381,29	385,83

Fuente: Tabla 61. Gasto publicidad
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.7.3 Suministros de oficina de ventas

Es necesario adquirir anualmente los siguientes suministros de oficina para el área de ventas, los precios fueron establecidos en el estudio técnico.

Tabla 96. Requerimiento de suministro de oficina de ventas

Detalle	Año 1
Cuadernos académicos	1,25
Grapadora	1,00
Perforadora	2,20
Bolígrafos cajas	3,00
Carpetas	1,15
Bolsas plásticas	8,00
Total	16,60

Fuente: Tabla 62. Suministros de oficina ventas
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La proyección de los suministros se la realiza tomando en cuenta la tasa promedio de inflación determinada.

Tabla 97. Proyección de suministro de oficina de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina administración	16,60	16,80	17,00	17,20	17,40
Total	16,60	16,80	17,00	17,20	17,40

Fuente: Tabla 96. Requerimiento suministros de oficina de ventas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.7.4 Gasto movilización

Es necesario incurrir en los siguientes gastos de movilización para que el vendedor pueda desarrollar su actividad sin inconvenientes.

Tabla 98. Gasto movilización

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Movilización vendedor	288,00	291,43	294,90	298,40	301,96
Total	288,00	291,43	294,90	298,40	301,96

Fuente: Tabla 63. Gasto movilización y transporte

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.7.5 Resumen de gasto de ventas

Se muestra un resumen de los gastos de ventas a realizarse:

Tabla 99. Resumen de gasto de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración personal de ventas	5.860,04	6.834,36	7.264,10	7.720,86	8.206,35
Gasto publicidad	368,00	372,38	376,81	381,29	385,83
Suministros de oficina ventas	16,60	16,80	17,00	17,20	17,40
Gasto movilización y transporte	288,00	291,43	294,90	298,40	301,96
Gasto depreciación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	6.532,64	7.514,96	7.952,80	8.417,76	8.911,54

Fuente: Tabla 94 Proyección personal ventas. Tabla 93. Gasto publicidad. Tabla 97. Suministros ventas. Tabla 98. Movilización. Tabla 106

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.8 Gastos financieros

Al no contar con la totalidad de efectivo necesario para llevar a cabo el presente proyecto, es necesaria la obtención de un crédito, éste será por un monto de \$7.459,54 que representa el 40% de la inversión; será obtenido en BanEcuador el cual proporciona una tasa efectiva de 11,74% y nominal del 11,26%, a un plazo de 3 años con periodos de pago bimensuales. Se elaboró una tabla de amortización de la deuda, la cual se realizada con una cuota fija para los periodos.

5.8.1 Tabla de amortización del crédito

Tabla 100. Amortización del crédito

N° cuota	Capital	Valor cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	7.459,54	491,78	139,29	352,49	7.107,05
2	7.107,05	491,78	132,71	359,07	6.747,98
3	6.747,98	491,78	126,00	365,78	6.382,21
4	6.382,21	491,78	119,17	372,61	6.009,60
5	6.009,60	491,78	112,22	379,56	5.630,04
6	5.630,04	491,78	105,13	386,65	5.243,39
7	5.243,39	491,78	97,91	393,87	4.849,51
8	4.849,51	491,78	90,55	401,23	4.448,29
9	4.448,29	491,78	83,06	408,72	4.039,57
10	4.039,57	491,78	75,43	416,35	3.623,22
11	3.623,22	491,78	67,66	424,12	3.199,10
12	3.199,10	491,78	59,74	432,04	2.767,05
13	2.767,05	491,78	51,67	440,11	2.326,94
14	2.326,94	491,78	43,45	448,33	1.878,61
15	1.878,61	491,78	35,08	456,70	1.421,91
16	1.421,91	491,78	26,55	465,23	956,68
17	956,68	491,78	17,86	473,92	482,77
18	482,77	491,78	9,01	482,77	0,00

Fuente: Elaborado en base a información Ban Ecuador

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.8.2 Resumen del crédito

El crédito tiene un plazo de cuatro años, a continuación se presenta el capital e interés anual que este generaría.

Tabla 101. Resumen del crédito

Año	Capital	Interés	Total
1	2.216,16	734,53	2.950,68
2	2.476,33	474,35	2.950,68
3	2.767,05	183,63	2.950,68
Total	7.459,54	1.392,51	8.852,05

Fuente: Tabla 100. Amortización del crédito

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.9 Depreciación de propiedad planta y equipo

Las depreciaciones representan el valor que propiedad planta y equipo van a perder por el pasar del tiempo, a continuación se presenta aquellos con los que la microempresa contará, incluyendo la adquisición de un equipo de cómputo para el cuarto año.

5.9.1 Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo

Tabla 102. Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo

Detalle	Valor actual	Valor residual 10%	Vida Útil
Maquinaria y equipo	8.391,00	839,10	10
Muebles y enseres	1.650,00	165,00	10
Equipo de cómputo	893,00	89,30	3
Equipo de cómputo 4 año	600,00	60,00	3
Total propiedad, planta y equipo	11.534,00	1.153,40	

Fuente: Tabla 50. Resumen propiedad, planta y equipo

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.9.2 Depreciación maquinaria y equipo

La depreciación de propiedad, planta y equipo se la determinó mediante la utilización del método de línea recta y se presenta un cuadro por cada tipo de activo, considerando la vida útil, su valor residual y el porcentaje de depreciación anual.

Fórmula

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{valor residual}}{\text{Años vida útil}}$$

Tabla 103. Depreciación maquinaria y equipo

Año	Valor actual	Depreciación	Depreciación	Saldo
1	8.391,00	755,19	755,19	7.635,81
2	8.391,00	755,19	1.510,38	6.880,62
3	8.391,00	755,19	2.265,57	6.125,43
4	8.391,00	755,19	3.020,76	5.370,24
5	8.391,00	755,19	3.775,95	4.615,05
6	8.391,00	755,19	4.531,14	3.859,86
7	8.391,00	755,19	5.286,33	3.104,67
8	8.391,00	755,19	6.041,52	2.349,48
9	8.391,00	755,19	6.796,71	1.594,29
10	8.391,00	755,19	7.551,90	839,10

Fuente: Tabla 102. Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.9.3 Depreciación muebles y enseres

Tabla 104. Depreciación muebles y enseres

Año	Valor actual	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
1	1.650,00	148,50	148,50	1.501,50
2	1.650,00	148,50	297,00	1.353,00
3	1.650,00	148,50	445,50	1.204,50
4	1.650,00	148,50	594,00	1.056,00
5	1.650,00	148,50	742,50	907,50
6	1.650,00	148,50	891,00	759,00
7	1.650,00	148,50	1.039,50	610,50
8	1.650,00	148,50	1.188,00	462,00
9	1.650,00	148,50	1.336,50	313,50
10	1.650,00	148,50	1.485,00	165,00

Fuente: Tabla 102. Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo
Elaborado por: La autora
Año: 2016

5.9.4 Depreciación equipo de cómputo

Tabla 105. Depreciación equipo de cómputo

Año	Valor actual	Depreciación	Depreciación acum	Saldo
Equipo inicial				
1	893,00	267,90	267,90	625,10
2	893,00	267,90	535,80	357,20
3	893,00	267,90	803,70	89,30
Equipo nuevo				
Año	Valor actual	Depreciación	Depreciación acum	Saldo
4	600	180,00	180,00	420,00
5	600	180,00	360,00	240,00
6	600	180,00	540,00	60,00

Fuente: Tabla 102. Resumen de depreciación propiedad, planta y equipo

Elaborado por: La autora

Año: 2016

5.9.5 Resumen de depreciaciones

Es importante realizar una distinción entre los activos fijos destinados a cada área de la microempresa, para el caso de la maquinaria y equipo está destinada en un 100% a producción, los muebles y enseres se destinan: 44% producción, 13% administración y 43% ventas; el equipo de cómputo es un 100% para administración; con esta clasificación se procede a determinar la depreciación total para cada área.

Tabla 106. Resumen de depreciaciones

Descripción	% destinado a cada área	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción						
Maquinaria y equipo	100%	755,19	755,19	755,19	755,19	755,19
Muebles y enseres	44%	95,40	95,40	95,40	95,40	95,40
Total depreciación producción		850,59	850,59	850,59	850,59	850,59
Administración y ventas						
Muebles y enseres	36%	53,10	53,10	53,10	53,10	53,10
Equipo de cómputo	100%	267,90	267,90	267,90	180,00	180,00
Total depreciación administración y ventas		321,00	321,00	321,00	233,10	233,10
Total depreciación anual		1.171,59	1.171,5	1.171,59	1.083,69	1.083,69

Fuente: Tabla 103 depreciación maquinaria y equipo. Tabla 104 Depreciación muebles y enseres. Tabla 105. Depreciación equipo cómputo

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Análisis de porcentaje de depreciación aplicados según LORTI vs lo que exponen las NIIFS

El Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en cuanto a la depreciación de propiedad, planta y equipo establece:

La depreciación de propiedad, planta y equipo se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

Equipos de cómputo y software 33% anual. (Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2015).

Por otro lado las Normas Internacionales de Información Financiera señalan:

Factores tales como un cambio en el uso del activo, un desgaste significativo inesperado, avances tecnológicos y cambios en los precios de mercado podrían indicar que ha cambiado el valor residual o la vida útil de un activo desde la fecha sobre la que se informa anual más reciente. Si estos indicadores están presentes, una entidad revisará sus estimaciones anteriores y, si las expectativas actuales son diferentes, modificará el valor residual, el método de depreciación o la vida útil. (NIIF 16 SEC 17, s.f)

En el país, la LORTI establece los porcentajes de depreciación de propiedad, planta y equipo, permitiéndose el incremento de éstos tras autorización del Director Regional del Servicio de Rentas Internas debido a razones justificadas como obsolescencia, utilización intensiva y deterioro acelerado exclusivamente en el caso de activos nuevos con una vida útil

de al menos cinco años, mientras que la Norma Internacional de Información Financiera da la posibilidad de establecer el valor residual y vida útil del activo en base a diversos factores como desgaste y cambios de precio.

Respecto a esto lo más conveniente sería aplicar lo que establece la NIIF porque se podrán realizar ajustes a las condiciones de depreciación, pero para el presente proyecto se tomó en cuenta lo establecido en la Ley de Régimen Tributario porque al ser un proyecto nuevo, que no está en marcha no se conoce las condiciones que presentarán los activos siendo lo más adecuado aplicar los porcentajes que ésta indica.

5.10 Amortización activos diferidos

Al ser una microempresa nueva, es necesario realizar desembolsos de dinero para que esta pueda iniciar su actividad productiva, entre ellos se consideran los de organización, instalación e investigación, estos pueden ser amortizados a un periodo de cinco años.

Tabla 107. Amortización activos diferidos

Activos Diferidos	Año 0	Año 1	Año 2
Gastos de organización	78,00	39,00	39,00
Gastos de instalación	200,00	100,00	100,00
Gastos de investigación	200,00	100,00	100,00
Total	478,00	239,00	239,00

Fuente: Tabla 56. Gastos constitución
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

5.11 Estado de Situación Financiera

El Estado de Situación Financiera es un informe que muestra las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio de una forma ordenada, para el proyecto de estudio, éste permite identificar lo que microempresa Vesti Moda tendría al inicio o arranque de sus actividades tanto en activos que son los bienes que posee, pasivos que son las obligaciones con terceros y patrimonio que constituye con lo que el propietario contaría al inicio del proyecto.

VESTI MODA
Estado de Situación Financiera
Al año cero
Expresado en dólares americanos

ACTIVOS

Activos corrientes

Efectivo y equivalentes de efectivo 7.095,85

Total activos corrientes 7.095,85

Activos no corrientes

Maquinaria y equipo 8.391,00

Muebles y enseres 1.650,00

Equipo de Apoyo 141,00

Equipo de computación 893,00

Total activos no corrientes 11.075,00

Activos diferidos

Gasto constitución 478,00

Total activos diferidos 478,00

Total activos 18.648,85

PASIVOS

Pasivos no corrientes

Préstamo bancario 7.459,54

Total pasivos 7.459,54

PATRIMONIO

Capital 11.189,31

Total patrimonio 11.189,31

Total pasivo + patrimonio 18.648,85

5.12 Estado de Resultados

El Estado de Resultados es un informe contable en el que constan las cuentas de ingresos, costos y gastos de una forma ordenada, para el presente proyecto es necesario la elaboración de éste y su proyección debido a que mostrará la situación económica de microempresa Vesti Moda al final de cada periodo contable, es decir, la existencia de utilidad o pérdida.

VESTI MODA
Estado de Resultados Proyectado
Expresado en dólares americanos

Tabla 108. Estado de resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	60.336,00	62.284,47	64.312,75	66.380,48	68.553,11
Costo de ventas	32.580,90	35.132,31	36.896,58	38.751,96	40.718,03
Utilidad bruta en ventas	27.755,10	27.152,16	27.416,17	27.628,52	27.835,08
Gastos de administración	9.488,92	10.535,31	10.785,08	11.215,03	11.763,78
Gastos de ventas	6.532,64	7.514,96	7.952,80	8.417,76	8.911,54
Utilidad Bruta en operaciones	11.733,54	9.101,89	8.678,29	7.995,73	7.159,76
Gastos financieros (intereses)	734,53	474,35	183,63	0,00	0,00
Utilidad Neta antes de participación trabajadores	10.999,01	8.627,54	8.494,66	7.995,73	7.159,76
15% Participación trabajadores	1.649,85	1.294,13	1.274,20	1.199,36	1.073,96
Utilidad neta antes de impuesto a la renta	9.349,16	7.333,41	7.220,46	6.796,37	6.085,80
Impuesto a la renta personas naturales					
Utilidad neta	9.349,16	7.333,41	7.220,46	6.796,37	6.085,80

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2016

La microempresa presentará utilidad en los años de vida útil estimados que son 5, para el año 2 se presentará una disminución con relación al año 1 debido a que a partir de éste se realizará el pago de fondos de reserva y vacaciones al recurso humano, para los años posteriores se presenta una utilidad aceptable, en cuanto al impuesto a la renta, al no superar la fracción básica desgravada para el año 2016 que es 11.170 éste tendrá un valor de 0.

5.13 Flujo de caja

El Estado de flujo de efectivo es un informa contable en el que se muestra los diferentes movimientos de entrada y salida que se realizarán en cada periodo contable, éste es importante debido a que se puede determinar la liquidez que microempresa Vesti Moda tendrá en cada año de vida estimada del proyecto.

VESTI MODA
Flujo de caja proyectado
Expresado en dólares americanos

Tabla 109. Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Inversión Inicial	-18.648,85					
Utilidad neta		9.349,16	7.333,41	7.220,46	6.796,37	6.085,80
Depreciaciones		1.171,59	1.171,59	1.171,59	1.083,69	1.083,69
Valor de rescate						5.762,55
Total ingresos	-18.648,85	10.520,75	8.505,00	8.392,05	7.880,06	12.932,04
Egresos						
Pago del principal		2.216,16	2.476,33	2.767,05		
Reinversión activo					600,00	
Amortización diferidos		239,00	239,00			
Total egresos	0,00	2.455,16	2.715,33	2.767,05	600,00	0,00
Flujo de caja neto	-18.648,85	8.065,50	5.789,67	5.625,00	7.280,06	12.932,04

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La microempresa presentará un flujo negativo para el año 1, ya que este constituye el total de la inversión que se realizará, para los años posteriores se muestran flujos positivos, es decir el efectivo con el que podrá contar.

5.14 Análisis financiero

El análisis financiero consiste en desarrollar una serie de indicadores financieros elaborados en base a la información obtenida en el presente capítulo, con el objeto de determinar la factibilidad de la creación de la microempresa, siendo una de las partes más representativas.

5.14.1 Costo de oportunidad

Este indicador consiste en determinar un porcentaje que representa el valor al que se renuncia por llevar a cabo un proyecto y no otro; se considerará la tasa pasiva ofrecida por las instituciones financieras que es del 6,01% y la tasa activa de Ban Ecuador, entidad en dónde se accederá a un crédito que es del 11,74%

Tabla 110. Costo de oportunidad

Detalle	Inversión	%	Tasa	Valor
Aporte propio	11.189,31	0,60	6,01%	0,03606
Aporte financiado	7.459,54	0,40	11,74%	0,04696
	18.648,85	1		0,08302
Costo de oportunidad				8,302%

Fuente: Tabla 66. Financiamiento

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Se obtuvo un costo de oportunidad del 8,30%, esto representa el valor al que se renunciaría si se desarrolla el proyecto porque es lo que se obtendría colocando el dinero en el sector financiero.

5.14.2 Tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento medio representa la rentabilidad mínima que se obtendría con el proyecto, se la obtiene con la utilización de la siguiente fórmula:

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

$$\text{CK} = \text{Costo de Capital} = 8,302\%$$

$$\text{TRM} = (1+0,08302) (1+0,0119)-1$$

$$\text{Inf} = \text{Inflación} = 1,19\%$$

$$\text{TRM} = 0,12487$$

$$\text{TRM} = 0,09591\%$$

La norma de decisión indica que si la TRM es mayor que el costo de capital el proyecto debe aceptarse y si ésta es menor debe rechazarse, se obtuvo una tasa de rendimiento medio de 9,49% y el costo de capital es de 8,3%; por lo tanto, se observa que esta condición sí se cumple por lo tanto en base a este criterio, el proyecto es factible porque representa la rentabilidad mínima del proyecto.

La TRM es la tasa de rendimiento mínima que se exige para que se pueda cubrir los costos y gastos y obtener rentabilidad para el inversionista, ésta debe ser mayor al costo beneficio; en cuánto a la inflación ésta juega un papel importante porque por ejemplo, para el presente proyecto si se considera la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años que es del 3,864% se obtiene una TRM de 12,49%, mientras que con una tasa de inflación acumulada a septiembre del 2016 que es de 1,19% se obtiene una TRM de 9,59%, esto nos da a entender que a una mayor tasa de inflación se incrementa la tasa de rentabilidad exigida, por ello lo favorable es que no existan variaciones tan significativas y que ésta se mantenga baja, porque al incrementarse considerablemente suben los costos de producción.

5.14.3 Valor actual neto

El valor actual neto es un indicador financiero con el que se puede conocer la rentabilidad que tendría el proyecto después de restar la inversión inicial, considerando la vida útil que éste tendría, permite calcular el valor presente de los flujos netos.

Si el resultado que este arroje es mayor a cero, significa que el proyecto debe aceptarse porque genera ganancias mayores a las exigidas.

Si el resultado es menor a cero, significa que el proyecto no debe aceptarse porque genera pérdidas. Para la determinación de éste indicador, se utiliza la siguiente fórmula:

$$VA = -I.I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

VA= Valor actual

I.I = Inversión Inicial = \$18.648,85

FNE = Flujo neto

i = tasa TRM = 9,59%

$$VAN = -18.648,85 + \frac{8.065,60}{(1 + 0,09591)^1} + \frac{5.789,67}{(1 + 0,09591)^2} + \frac{5.625,00}{(1 + 0,09591)^3} + \frac{7.280,06}{(1 + 0,09591)^4} + \frac{12.932,04}{(1 + 0,09591)^5}$$

$$VAN = -18.648,85 + 7.359,73 + 4.280,63 + 4.273,64 + 5.047,02 + 8.180,74$$

$$VAN = 11.032,91$$

Tabla 111. Valor actual neto

Inversión Inicial			18.648,85
TRM		0,09591	9,59%
Año	Flujos netos	Flujos actualizados	
1	8.065,60	7.359,73	
2	5.789,67	4.820,63	
3	5.625,00	4.273,64	
4	7.280,06	5.047,02	
5	12.932,04	8.180,74	
VAN		11.032,91	

Fuente: Tabla 109. Flujo de caja
Elaborado por: La autora
Año: 2016

El VAN que arroja el presente proyecto es de \$ 11.032,91, al ser mayor a cero, se concluye que el proyecto es factible y se acepta porque representa que durante los 5 años de vida del proyecto, éste generaría flujos positivos, representa que se tendrá una utilidad en comparación con lo que se percibiría al colocar el dinero en entidades financieras.

5.14.4 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno es aquella en que el Valor Actual Neto VAN es igual a cero y representa la rentabilidad que se obtendría del proyecto.

Para calcular la tasa interna de retorno se lo realiza mediante la obtención de una fórmula, ésta en su contenido tiene una tasa superior y una tasa inferior, la tasa superior constituirá la tasa de rendimiento medio que es del 9,591% y la tasa inferior es aquella tasa menor en dónde el VAN se acerque más a cero, por ello se muestra un valor negativo.

Tabla 112. Tasa interna de retorno

Inversión Inicial		18.648,85	
TRM		0,09591	0,2888
	Año	Flujos netos	Flujos actualizados
	1	8.065,60	6.258,22
	2	5.789,67	3.485,64
	3	5.625,00	2.627,64
	4	7.280,06	2.638,72
	5	12.932,04	3.636,97
VAN		11.032,91	-1,67

Fuente: Tabla 109. Flujo de caja
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tras realizar varias pruebas, se estableció una tasa inferior de 0,2888 y con ella se deber determinar el VAN y se observa que se acerca más a cero con un valor de -1,67, tras obtener estos valores se aplica la siguiente fórmula:

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

Ti = Tasa inferior; Ts = Tasa superior

$$TIR = 0,09591 + (0,2888 - 0,09591) \frac{11.032,91}{11.032,91 - 1,67}$$

$$TIR = 0,2888 \frac{11.032,91}{11.031,24}$$

$$\mathbf{TIR = 0,2888}$$

$$\mathbf{TIR = 28\%}$$

La regla de decisión de la Tasa interna de retorno indica que si ésta es mayor que la tasa de rendimiento medio que es la rentabilidad mínima que se requiere, el proyecto es factible, tenemos:

Tasa interna de retorno = 28%

Tasa de rendimiento medio = 9,591%

Se observa que la TIR es mayor que la TRM, por lo tanto desde ésta consideración, el proyecto sí es factible debido a que se generaría una rentabilidad mayor a la esperada.

5.14.5 Relación costo beneficio

Se realiza una comparación entre los costos y gastos del proyecto, si el resultado obtenido es mayor a 1 el proyecto es factible porque representa que se obtendría ingresos por cada dólar que se invierta; se actualiza los costos y los gastos considerando la tasa de rendimiento medio.

Se obtiene un factor de deflactación mediante la aplicación de la siguiente fórmula en dónde i es la tasa de inflación que es de 1,19%

$$\mathbf{Factor\ de\ deflactación = \frac{1}{(1 + i)^n}}$$

Tabla 113. Relación costo beneficio

Año	Factor de deflactación (I)	Ingresos flujo	Ingresos actualizados	Egresos flujo	Egresos actualizados
0	1				
1	0,9882	10.520,75	10.396,61	2.455,16	2.426,18
2	0,9766	8.505,00	8.305,98	2.715,33	2.651,79
3	0,9651	8.392,05	8.099,17	2.767,05	2.670,48
4	0,9538	7.880,06	7.516,00	600,00	572,28
5	0,9426	12.932,04	12.189,74	0,00	0,00
Total			46.507,50		8.320,74

Fuente: Tabla 109. Flujo de caja
Elaborado por: La autora
Año: 2016

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{Ingresos deflactados}}{\text{Egresos deflactados}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{46.507,50}{8.320,74}$$

$$\text{Beneficio costo} = 5,59$$

La relación costo beneficio arroja un resultado de 5,59, esto es positivo lo que significa que el proyecto es factible porque por cada dólar de egresos, se recibirá \$ 4,59 de ingresos.

5.14.6 Tasa de rendimiento beneficio costo

$$TRBC = \frac{\text{Ingresos deflactados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{46.507,50}{18.648,85}$$

$$TRBC = 2,49$$

La tasa de rendimiento beneficio costo representa que por cada dólar invertido se recibe 1,49 de ingresos.

5.14.7 Período de recuperación de la inversión

- Período de recuperación valor corriente

Este indicador de evaluación financiera refleja el tiempo en el que el inversionista recuperaría la inversión asignada en el proyecto, para que éste sea factible, el resultado debe ser menor a los años de proyección, se consideran los flujos netos.

Tabla 114. Período de recuperación de la inversión valor corriente

Año	Flujos Netos	Flujos netos acumulados
1	8.065,60	8.065,60
2	5.789,67	13.855,27
3	5.625,00	19.480,27
4	7.280,06	26.760,33
5	12.932,04	39.692,37

Fuente: Tabla 109. Flujo de caja
Elaborado por: La autora
Año: 2016

La inversión se recupera en el segundo año porque es en éste en el que se encuentra el flujo neto más cercano a la inversión, sin que la supere, para determinar los meses se realiza el siguiente cálculo:

$$= (18.648,85 - 13.855,27) / 5.625,00$$

$$= 0,852192 * 12$$

$$= 10,23$$

Período de recuperación = 2,10 años

El periodo de recuperación obtenido es de 2,10 años; esto es positivo y representa la factibilidad del proyecto porque la inversión se recuperaría en un tiempo menor a los años proyectados que fueron cinco.

- Período de recuperación valor real

Se aplica el mismo procedimiento del periodo de recuperación valor corriente, pero para éste se considera los flujos deflactados, considerando la siguiente fórmula para obtener los flujos actualizados.

$$\text{Factor de deflactación} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Tabla 115. Periodo de recuperación de la inversión valor real

Inversión Inicial	18.648,85	Tasa inflación	0,0119		
Año	Flujos netos	Factor deflactación	Flujos deflactados	Flujos deflactados	
				1	
1	8.065,60	0,99	7.970,43	7.970,43	
2	5.789,67	0,98	5.654,19	13.624,62	
3	5.625,00	0,97	5.428,69	19.053,31	
4	7.280,06	0,95	6.943,72	25.997,03	
5	12.932,04	0,94	12.189,74	38.186,77	

Fuente: Tabla 109. Flujo de caja
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Considerando la tasa de inflación aplicada, la inversión se recupera en segundo año porque es en éste en el que se encuentra el flujo neto más cercano a la inversión, sin que la supere, para determinar los meses se realiza el siguiente cálculo:

$$= (18.648,85 - 13.624,62) / 5.428,69$$

$$= 0,925497 * 12$$

$$= 11,50$$

Periodo de recuperación = 3 años

El periodo de recuperación obtenido es de 3 años; esto es positivo y representa la factibilidad del proyecto porque la inversión se recuperaría en un tiempo menor a los años proyectados que fueron cinco.

5.14.8 Punto de equilibrio

Este indicador muestra el punto en el que los ingresos son iguales a los gastos del proyecto, ayuda a identificar cuanto se debería vender para cubrir los costos fijos y variables necesarios para el desarrollo de la actividad productiva, es decir, a partir de la venta de cuántas unidades inicia la recuperación.

Tabla 116. Punto de equilibrio

Producto	Unidades año 1	Precio venta	Ingresos Año 1	% que representa	Costo variable año 1	Costo fijo año 1
Vestidos	1.200	25,00	30.000,00	41,67%	13.575,38	6.981,70
Blusas	960	16,00	15.360,00	33,33%	10.860,30	5.585,36
Pantalone	720	20,80	14.976,00	25,00%	8.145,23	4.189,02
Total	2.880	61,80	60.336,00	100,00%	32.580,90	16.756,09

Fuente: Tabla 71. Ingresos proyectados resumen, Tabla 86. Resumen costos producción

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Una vez que se conocen los costos fijos y variables totales que se generarán, es necesaria la determinación de los siguientes factores:

- Promedio de precio = Promedio 3 prendas

$$(25,00 + 16,00 + 20,80)/3$$

$$20,60$$

- Promedio costo variable = Costo variable año 1 /Unidades año 1

$$32.580,90 / 2.880$$

$$11,3128$$

$$\begin{aligned}
 \text{- Margen de contribuci3n} &= \text{Promedio de precio} - \text{promedio costo variable} \\
 &= 20,60 - 11,3128 \\
 &= 9,2872
 \end{aligned}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Inversi3n fija} + \text{costos fijos}}{\text{Margen de contribuci3n}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{11.075 + 16.756,09}{9,2872}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 2.997$$

El punto de equilibrio es de 2.997 unidades, esto se logra en el a1o 2 y significa que cuando se vendan dichas unidades, se cubrir3n los costos sin obtener utilidad ni p3rdida, y a partir de la venta de estas prendas se inicia la recuperaci3n de la inversi3n. Esto es positivo porque despu3s de superar los valores se1alados, la microempresa tendr3a utilidad.

5.14.9 Resumen indicadores

Tabla 117. Resumen indicadores

Indicador	Valor
Costo de oportunidad	8,30%
Tasa de rendimiento medio (TRM)	9,59%
Valor actual neto (VAN)	\$ 11.032,90
Tasa interna de retorno (TIR)	28%
Relaci3n costo beneficio	5,59
Tasa de rendimiento beneficio costo (TRBC)	2,49
Periodo de recuperaci3n de la inversi3n valor corriente	2 a1os 10 meses
Periodo de recuperaci3n de la inversi3n valor real	3 a1os
Punto de equilibrio unidades	2.997

Fuente: Tabla 110. Costo oportunidad, Tabla 111 VAN, Tabla 112. TIR, Tabla 113, 114. Costo beneficio. Tabla 114 y 115 PR. Tabla 116 PE
 Elaborado por: La autora
 A1o: 2016

5.15 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad consiste en realizar un nuevo cálculo de los flujos de caja, así como los indicadores como el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de un proyecto, al cambiar una variable.

Se pueden utilizar varios escenarios como: cambio de la inversión inicial, disminución de los ingresos, entre otros.

Para el presente análisis se considerará el escenario de disminución de los ingresos, al obtener estos nuevos resultados, es posible determinar hasta que punto el proyecto soportaría si se disminuyen las ventas.

Se analizarán dos tasas de disminución de ingresos, el 7% y el 6%, los resultados se muestran a continuación:

Tabla 118. Flujos de caja análisis de sensibilidad

% Disminución ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
7%	5.265,62	2.909,33	2.640,68	4.218,15	9.748,17
6%	5.665,61	3.329,17	3.076,90	4.659,56	10.208,62

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Se establecieron los flujos de caja que se presentaría en los dos escenarios de disminución de ventas, con ellos se calcula el Valor actual neto, Tasa interna de retorno y periodo de recuperación, a continuación se detalla:

Inversión inicial = 18.648,85

Tasa de rendimiento medio = 9,59%

Tabla 119. VAN Análisis sensibilidad

Año	7%		6%	
	Flujos netos	Flujos actualizados	Flujos netos	Flujos actualizados
1	5.265,62	4.804,79	5.665,61	5.169,78
2	2.909,33	2.422,39	3.329,17	2.771,96
3	2.640,68	2.006,28	3.076,90	2.337,70
4	4.218,15	2.924,30	4.659,56	3.230,32
5	9.748,17	6.166,64	10.208,62	6.457,92
VAN		-324,45		1.318,82

Fuente: Base de datos estudio financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Al calcular el valor actual neto con los dos porcentajes de disminución de ingresos se observa que al presentarse el 7 % de baja en ventas el proyecto no es factible porque el VAN es negativo; pero si la disminución fuese de hasta el 6% se presenta un VAN de \$1.318,82 al ser positivo y según la regla de decisión de este indicador, el proyecto es factible.

Tabla 120. TIR Análisis sensibilidad

Año	7%		6%	
	Flujos actualizados 0,09591	Flujos actualizados 0,08989	Flujos actualizados 0,09591	Flujos actualizados 0,1202
1	4.804,79	4.831,33	5.169,78	5.057,68
2	2.422,39	2.449,22	2.771,96	2.653,05
3	2.006,28	2.039,71	2.337,70	2.188,90
4	2.924,30	2.989,45	3.230,32	2.959,12
5	6.166,64	6.338,84	6.457,92	5.787,48
VAN	-324,46	-0,31	1.318,82	-2,63

Fuente: Base de datos estudio financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2016

- Disminución 7% en ingresos

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

$$TIR = 0,09591 + (0,08989 - 0,09591) \frac{324,45}{324,45 - 0,31}$$

$$TIR = 0,08997$$

TIR = 9%

- Disminución 6% en ingresos

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

$$TIR = 0,09591 + (0,1202 - 0,09591) \frac{1.318,82}{1.318,82 - 2,63}$$

TIR = 0,1204

TIR = 12%

Al analizar la tasa interna de retorno podemos observar que si disminuyen las ventas en un 7% la TIR sería de 9% lo que no es positivo para el proyecto, mientras que con una baja de 6% la TIR se incrementa al 12% que puede ser aceptable.

Tabla 121. Período de recuperación análisis de sensibilidad

Año	7%		6%	
	Flujos netos	Flujos acumulados	Flujos netos	Flujos acumulados
1	5.265,62	5.265,62	5.665,61	5.665,61
2	2.909,33	8.174,95	3.329,17	8.994,78
3	2.640,68	10.815,63	3.076,90	12.071,68
4	4.218,15	15.033,78	4.659,56	16.731,24
5	9.748,17	24.781,95	10.208,62	26.939,86

Fuente: Base de datos estudio financiero

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Tomando en cuenta una disminución de los ingresos de 7% el periodo de recuperación sería de 4,4 años; y con una reducción de 6% disminuye a 4,2 años

Tabla 122. Resumen indicadores análisis de sensibilidad

Indicador	Disminución 7%	Disminución 6%
Valor actual neto	-324,45	1.318,82
Tasa interna de retorno	9%	12%
Periodo de recuperación	4,4 años	4,2 años

Fuente: Tabla 119. VAN Análisis sensibilidad. Tabla 120. TIR Análisis sensibilidad. Tabla 121. Periodo de recuperación sensibilidad.

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Una vez determinados los indicadores del análisis de sensibilidad se puede concluir que el proyecto puede soportar hasta un 6% de disminución de los ingresos, al superar este porcentaje no sería factible, mientras que al disminuir presentaría una utilidad más alta.

5.16. Plan de Contingencia de riesgos de matriz AOOR

Un plan de contingencia se desarrolla con la finalidad de controlar una situación o riesgo específico, para de esa forma minimizar los efectos negativos que de este puedan derivarse. Para el presente proyecto se desarrollará un plan de contingencia para cada riesgo establecido en la matriz AOOR, para de esta forma conocer la forma de accionar ante estas situaciones, asignar costos y responsables.

Tabla 123. Plan contingencia escasez materia prima

Plan de contingencia				
Estrategias	Detalle	Responsable	Tiempo	Costo
Riesgo: Escasez de materia prima e insumos				
Objetivo: Establecer las estrategias adecuadas que guíen el accionar de la microempresa cuando se presente escasez de materia prima en los almacenes distribuidores.				
Causas: La escasez puede deberse a tardanzas en la importación de telas e insumos. Incrementos en las salvaguardas para la importación de estos productos. Demora en los procesos productivos de telas locales. Alta demanda del producto en la zona.				
Mantención de una reserva de materia prima e insumos.	Adquirir materia prima para ser mantenida como reserva en el área de bodega de la microempresa.	Administrador	Anualmente	\$70 Se obtendría del valor de imprevistos.
Adquisición de la materia prima en empresas de otras localidades	En caso de ser necesario, se deberá traer la materia prima de otra localidad para no detener la producción.	Administrador	Anualmente	\$70 Se obtendría del valor de imprevistos.

Fuente: Tabla 14. Matriz AOOR
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tabla 124. Plan de contingencia falta de capacitación personal

Plan de contingencia

Riesgo: Falta de capacitación a las costureras en temas como las variaciones de tendencias de prendas de vestir

Objetivo: Establecer las estrategias adecuadas que guíen el accionar de la microempresa cuando se exista falta de capacitación en temas de tendencias de moda.

Causas: Las tendencias de la moda cambian debido a la estación del año
Se producen variaciones por exigencias culturales.
Cambian debido a factores económicos

Estrategias	Detalle	Responsable	Tiempo	Costo
Compromiso de actualización continua	Las costureras que también realizan los diseños de ropa deben mantener el compromiso de actualizarse de forma autónoma, revisando material electrónico.	Costureras	Mensualmente	\$0 No implica un costo
Contratación de curso online referente a diseño de modas	Se dictan cursos online en los que las costureras pueden actualizarse en los temas señalados.	Administrador Costureras	Anualmente	\$50 Se obtendría del valor de imprevistos.
Asistencia a pasarelas de moda	A nivel local en las instituciones de formación de corte y confección se realizan pasarelas de moda, en Atuntaqui también se dan dichos eventos.	Costureras	Anualmente	\$15 Se obtendría del valor de imprevistos.

Fuente: Tabla 14. Matriz AOOR
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Tabla 125. Plan de contingencia fallos funcionamiento maquinaria

Plan de contingencia

Riesgo: Fallos en el funcionamiento de la maquinaria

Objetivo: Establecer las estrategias adecuadas que guíen el accionar de la microempresa para prevenir que se den fallos en el funcionamiento de la maquinaria.

Causas: Mal manejo de las máquinas de coser.

Desconocimiento de cómo solucionar una falla simple.

Falta de mantenimiento a las máquinas.

Estrategias	Detalle	Responsable	Tiempo	Costo
Conocimiento por parte de las costureras sobre el adecuado manejo de las máquinas	Las costureras en el área práctica de su estudio aprendieron el adecuado manejo de las máquinas actuales, deben actualizarse constantemente.	Costureras	Mensualmente	\$0 No implica costos
Contratación de un técnico para que realice el respectivo mantenimiento a las máquinas	El técnico dará el mantenimiento adecuado, además de instruir a las costureras sobre el adecuado funcionamiento	Administrador Costureras	Anualmente	\$50 Está contemplado en mano de obra indirecta

Fuente: Tabla 14. Matriz AOOR

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Tabla 126. Plan de contingencia desconocimiento de la empresa

Plan de contingencia				
Estrategias	Detalle	Responsable	Tiempo	Costo
Riesgo: Desconocimiento de la empresa en el mercado				
Objetivo: Establecer las estrategias adecuadas que permiten dar a conocer a la microempresa nueva en el mercado a sus clientes potenciales.				
Causas: Al ser una empresa nueva no se conoce en el mercado. Fidelidad de los clientes a empresas existentes. No realización de publicidad adecuada que permita darla a conocer.				
Realización de visitas a los locales comerciales de venta de ropa	Al inicio de la actividad se debe visitar a los locales comerciales e indicar los productos ofrecidos y características de cada uno.	Vendedor	Semanalmente	\$6 Está contemplado en gastos de movilización
Desarrollo de una campaña publicitaria para dar a conocer a la microempresa	Mediante el anuncio en radio, entrega de volantes y tarjetas de presentación.	Administrador Vendedor	Dos veces al año	\$368 Está contemplado en gastos de ventas
Comunicación a los clientes potenciales mediante el uso de redes sociales para conocimiento de la microempresa	Las redes sociales constituyen una manera efectiva de llegar al público joven y dar a conocer el producto	Administrador Vendedor	Semanalmente	\$0 No implica costo

Fuente: Tabla 14. Matriz AOOR

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Conclusiones estudio financiero

En la realización del estudio financiero se desarrollaron los diferentes indicadores ya señalados, éstos deben ser propicios porque revelarán la factibilidad financiera o no del proyecto y ayudarán al inversionista en la decisión de invertir porque le permite conocer la retribución que tendría tras colocar su dinero en el desarrollo de la microempresa.

Los resultados de los indicadores analizados revelan condiciones favorables en base a las reglas de decisión de cada uno de ellos que ya fueron mostradas en la realización de éstos, con ello se puede concluir que la creación de la microempresa de confección y comercialización de vestidos Vesti Moda, desde el punto de vista financiero sí es factible porque se presentará rentabilidad para el inversionista a lo largo de la vida del proyecto.

Durante el análisis de sensibilidad se obtuvo que el proyecto puede soportar hasta un 6% de baja en ingresos, al disminuir este valor se presentaría una mayor utilidad.

CAPÍTULO VI

Estudio organizacional

6.1 Introducción

En el estudio organizacional se tratarán diferentes aspectos que son de vital importancia para el desarrollo de la actividad económica, éstos son: definición de aspectos estratégicos, en los que se involucra la razón social, logotipo y eslogan de la microempresa, ya que es importante porque es la primera presentación a los posibles clientes; se estructurará la misión, visión, principios y valores y políticas de la entidad que son necesarios para que las actividades se desarrollen de manera adecuada, logrando un ambiente de unidad y progreso.

El elaborar un organigrama estructural y funcional permitirá establecer los niveles jerárquicos de las áreas que se determinó necesarias para la creación de la microempresa, se presenta una propuesta de manual de funciones para cada miembro que se consideró necesario para involucrarse internamente con la microempresa, estas definiciones permitirán llevar un adecuado control del recurso humano.

Es importante también establecer el aspecto legal a cumplirse para instaurar la entidad, conocer la serie de pasos y requisitos a acatarse para contar con una estructura legal sólida que permita que las actividades iniciales y futuras de la microempresa se lleven a cabo sin contratiempos, esto se lo obtendrá de entidades como el Servicio de Rentas Internas, el Municipio de Ibarra, el Cuerpo de bomberos, entre otros.

6.2 Objetivo del estudio organizacional

6.2.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta de estructura organizativa de la microempresa mediante la realización de un organigrama estructural, determinación de la misión, visión, principios,

valores y aspectos legales de constitución a fin de garantizar el adecuado funcionamiento de la microempresa.

6.3 Aspecto estratégico

6.3.1 Nombre o razón social

La razón social que se determinó para la microempresa es “Vesti Moda”, este se constituye de la unión de dos palabras: vestido y moda, es un nombre corto que se puede recordar fácilmente, pretendiendo así dejar clara la actividad que se lleva a cabo que es la confección y comercialización principalmente de vestidos, complementándolo con productos como blusas y pantalones; ésta entidad tiene carácter privado, representado por una persona natural.

6.3.2 Logotipo

Para el logotipo de la microempresa se estableció que tendrá una forma cuadrada, en su interior un vistoso vestido en un armador que representa el producto principal a ofrecerse, en la parte inferior el nombre de la entidad, en la parte derecha un gráfico de unas tijeras y una cinta que refleja que se desarrolla un proceso productivo de corte y confección.



Gráfico 44. Logotipo de la microempresa

Fuente: Estudio organizacional

Elaborado por: La autora

Año: 2016

6.3.3 Eslogan empresarial

Al establecer un eslogan se pretende resaltar la idea principal de lo que se ofrece, éste es representado por una frase que despierta el interés o llama la atención de los posibles clientes, en este caso las damas, se considera el siguiente:

“Elegancia y comodidad, para que deslumbres mujer”

6.4 Filosofía empresarial

6.4.1 Misión

La misión constituye la razón de ser de la microempresa, el motivo por el que se desarrolla, es importante que ésta se encuentre establecida para así no perder de vista lo que se debe cumplir durante el desarrollo de la actividad económica, se desarrolló la siguiente misión:

“Vesti Moda es una microempresa que se dedica a la confección y comercialización principalmente de vestidos de mujer, complementado con prendas como blusas y pantalones, brindando a las damas prendas de calidad, cómodas, elegantes y con diseños agradables que satisfagan sus necesidades.”

6.4.2 Visión

La visión representa hacia donde se desea que la microempresa esté en el futuro, al contar con ésta establecida se pueden tomar consideraciones para que se cumpla, siendo importante que todos los involucrados la tengan presente en el desarrollo de las actividades, se plantea la siguiente visión:

“Vesti Moda será en el 2020 una microempresa reconocida en la ciudad de Ibarra en la confección y comercialización de vestidos, ampliando la gama de prendas de vestir ajustándose a las tendencias de la moda.”

6.4.3 Principios y valores

El contar con principios y valores establecidos para ser acatados en la microempresa, permitirá guiar la actuación de las personas involucradas en la actividad, permitiendo tener un ambiente laboral adecuado, se desarrollaron los siguientes principios y valores:

Principios

a) Adecuada atención al cliente

El cliente constituye uno de los principales actores de la actividad, por ello se debe brindar un trato adecuado por parte de los trabajadores, responder a sus inquietudes para mantener una buena relación.

b) Productos de calidad

Por calidad se entiende a cumplir con ciertos requisitos que satisfagan las necesidades de los clientes, por ellos es esencial que se involucren materiales y procesos adecuados para obtener productos que cumplan con las expectativas de los consumidores.

c) Trabajo en equipo

Para que las actividades puedan desarrollarse de forma adecuada, deberá fomentarse una cultura de trabajo en equipo y compañerismo, que permita llegar a un solo fin positivo para la entidad.

d) Compromiso con el trabajo

Tanto el personal administrativo, de producción y de ventas, deberán mantener un sentido de compromiso con la microempresa en cada actividad, realizándola de la mejor manera porque de esa forma la misma podrá surgir.

e) Cuidado de la imagen de la microempresa

Esto se lo logra mediante un desempeño adecuado en las actividades asignadas a cada miembro involucrado, considerando indispensable la labor de cada uno.

Valores

a) Equidad

Se debe presentar un trato equitativo entre el recurso humano de la microempresa, valorando la labor indispensable que cada uno realiza, sin mostrar discriminación por ninguna condición.

b) Responsabilidad

Los trabajadores deben estar comprometidos con el desarrollo de las actividades, cumpliendo con lo asignado de la mejor manera que les sea posible.

c) Puntualidad

El recurso humano debe cumplir con el horario asignado de trabajo, así como velar que las actividades sean cumplidas en el tiempo establecido.

d) Respeto

Deberá existir consideración y trato adecuado entre los involucrados en el desarrollo de las actividades de la microempresa, apreciar y reconocer la valiosa labor de cada miembro.

e) Honestidad

Desarrollar las actividades asignadas con transparencia, mostrando decencia y trato justo hacia los trabajadores y clientes.

f) Solidaridad

Mantener un trato adecuado entre el personal, fortaleciendo las relaciones interpersonales, brindando apoyo cuando sea necesario, con la finalidad de que todos los miembros tenga un desempeño apropiado para lograr beneficios en conjunto.

6.4.4 Políticas de la empresa

a) Trabajadores

- Todo el recurso humano debe cumplir con el horario de trabajo establecido que es de lunes a viernes de 9:00 a 13:00 y de 14:00 a 18:00
- El personal de producción debe mantener limpieza en la manipulación de las telas para que no presenten defectos al momento de obtener el producto final.
- El personal de producción debe utilizar el uniforme de trabajo, que es un mandil que se será asignado a cada miembro.
- Todos los trabajadores deben mostrar orden y limpieza en su respectivo puesto de trabajo.
- Todo el recurso humano debe cuidar los recursos que le han sido asignados, para el área de producción es indispensable tener un adecuado cuidado de la maquinaria e insumos necesarios para la producción.
- En el desarrollo de las actividades normales, no se deberá realizar acciones que no se involucren con el proceso productivo.
- Cuando el personal llegue 10 minutos tarde se considerará atraso, cuando se presente 1 falta injustificada se presentará un memorándum.

b) Clientes

- El cliente debe cuidar las instalaciones del área de ventas cuando este realiza su compra.
- Si desea reservar una prenda de vestir, deberá realizarlo cancelando el 40% del precio total; los pagos podrán realizarlo en efectivo.

- Si realiza la compra de dos prendas de vestir, la tercera tendrá un descuento del 5% del valor total.
- Tendrá derecho a los descuentos establecidos en diferentes fechas como: día de la madre, día de la mujer y navidad, con un 2% en la compra de cada prenda.

c) Proveedores

- La compra de materia prima se realizará una vez al mes en los diferentes almacenes ya establecidos, acogiéndose a los descuentos por cantidad adquirida, estos presentan condiciones de pago favorables por lo que se cancelará el 50% al momento de la compra y la diferencia después de transcurridos 15 días.
- Se debe verificar que la materia prima se encuentre en condiciones adecuadas antes de realizar la compra.
- Se deberá recibir de los proveedores toda la documentación respectiva.

d) Empresa

- Todos los involucrados deben considerar importantes las observaciones hechas por los clientes, porque este permitirá realizar mejoras para que los productos ofrecidos cumplan con las expectativas de los compradores.
- Velar constantemente porque la empresa muestre una imagen adecuada, mediante la realización apropiada de todas las actividades.
- Dar a conocer a la empresa a través de los medios publicitarios ya asignados como: radio, entrega de volantes, redes sociales, para lograr fidelidad por parte de los clientes y atraer a nuevos.

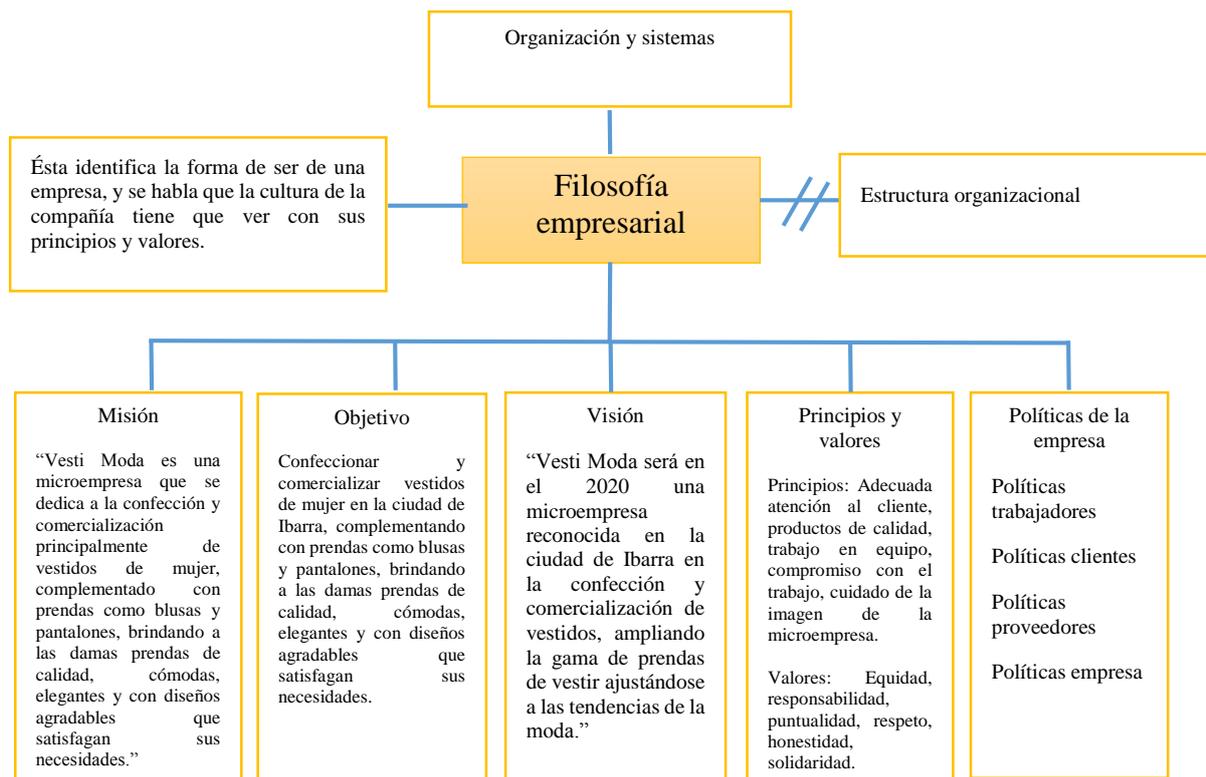


Gráfico 45. Filosofía Empresarial

Fuente: Estudio organizacional
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

6.5 Estructura organizacional

Tanto para la microempresa de estudio como para cualquier tipo de negocio es importante contar con una adecuada estructura organizacional, ésta hace referencia a los grupos de puestos de trabajo con los que se contará y tiene un interés jerárquico.

Al ser desarrollada permite reconocer y asignar responsabilidades en las diferentes áreas y procesos con los que se cuenta, también se ve inmersa la conducta de los involucrados, siendo un punto positivo para lograr cumplir las metas. A continuación, se presenta un organigrama estructural y funcional para la entidad de estudio.

6.5.1 Organigrama estructural

Un organigrama es una herramienta que permite conocer la estructura general de la empresa a través de una representación gráfica, por lo que es importante desarrollarlo, considerando las diferentes áreas con las que se cuenta.

En el siguiente organigrama estructural se presenta las diferentes áreas o estructuras con las que contará la microempresa:

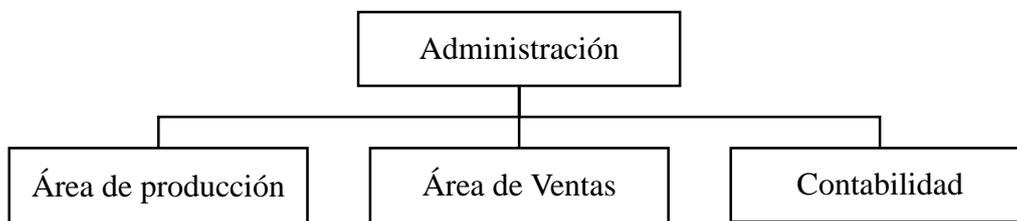


Gráfico 46. Organigrama estructural

Fuente: Estudio organizacional
Elaborado por: La autora
Año: 2016

6.5.2 Organigrama funcional

Se elaboró el siguiente organigrama funcional en el que se da a conocer los diferentes puestos de trabajo con los que contará la microempresa:

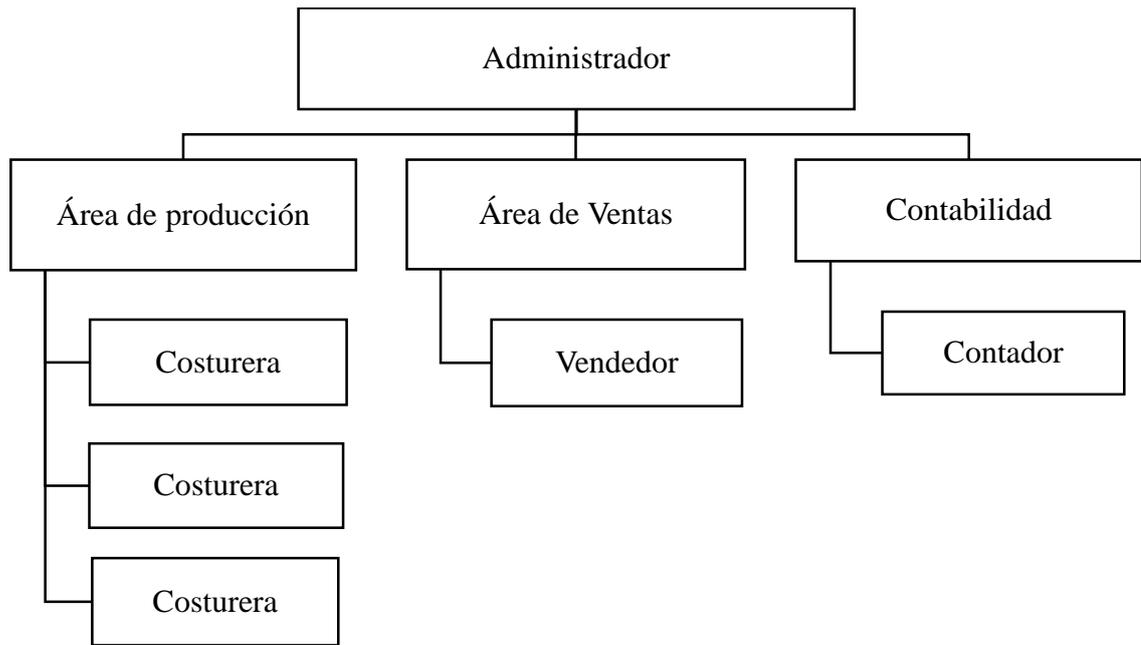


Gráfico 47. Organigrama funcional

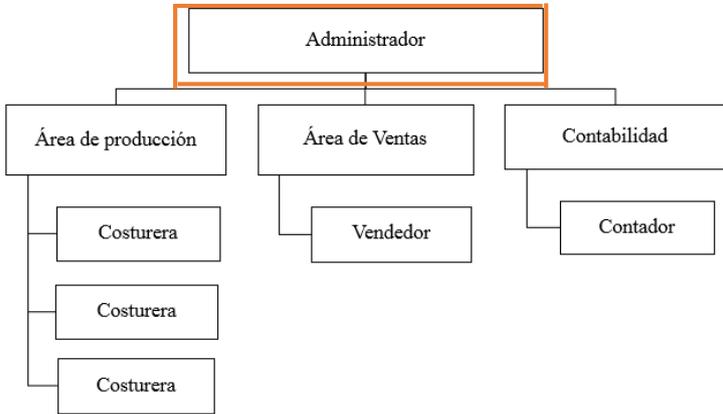
Fuente: Estudio organizacional
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

6.6 Guía de funciones

La guía de funciones es una herramienta importante dentro de la microempresa, elaborada para cada miembro del equipo de trabajo, en la que consta la identificación del puesto, misión, perfil necesario, actividades a realizarse, delimitación de tareas, entre otros, con la finalidad de conocer de forma detallada los procedimientos que se debe seguir para desarrollar las diferentes acciones de forma apropiada, ayudando en la comunicación entre los miembros y mantener un ambiente adecuado. A continuación, se presentan las siguientes fichas elaboradas para cada miembro que conforma la microempresa:

6.6.1 Guía de funciones Administrador

Tabla 127. Guía de funciones Administrador

	Manual de funciones	Administrador propietario
		1
Identificación del puesto		
Denominación del puesto	Administrador	
Ambiente de trabajo	Oficina	
Área de gestión	Administrativa	
Nivel del puesto		
Reporta a	No aplica	
Supervisa a	Costureras y vendedor	
Organigrama		
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- AreaProd[Área de producción] Admin --- AreaVentas[Área de Ventas] Admin --- Contabilidad[Contabilidad] AreaProd --- C1[Costurera] AreaProd --- C2[Costurera] AreaProd --- C3[Costurera] AreaVentas --- V[Vendedor] Contabilidad --- Cont[Contador] </pre>		
Misión del puesto		
Ser el representante de VESTIMODA, realizar actividades de administración, dirección y control en la microempresa.		

Actividades esenciales

- Planear las actividades a realizarse y tomar decisiones que otorguen beneficios a la microempresa y a los involucrados.
- Llevar a cabo la actividad administrativa y control financiera de la microempresa.
- Asignar los recursos necesarios para que la actividad productiva puede desarrollarse sin contratiempos.
- Llevar un registro de ingresos y egresos de los movimientos realizados diariamente.
- Realizar el proceso de selección de los trabajadores que laborarán en la microempresa, tanto en el área de producción como de ventas.
- Motivar y guiar al personal en el cumplimiento de las normas establecidas para lograr las metas planteadas.
- Realizar evaluaciones periódicamente a los trabajadores.
- Realizar negociaciones con proveedores y clientes para otorgar mayores beneficios económicos.
- Diseñar planes de publicidad para incrementar el nivel de ventas.

Autoridad y autonomía

Es el encargado de tomar decisiones y realizar todo tipo de transacciones para el normal desarrollo de la actividad productiva

Reportes e informes

Realiza reportes e informes para su propio conocimiento y para comunicar al Contador quien servirá de apoyo a la toma de decisiones.

Perfil

Educación

Estudios superiores, título en Administración de empresas

Experiencia

Un año como mínimo

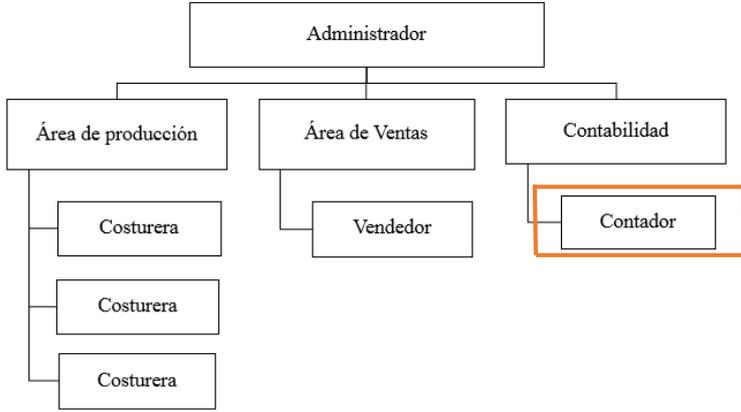
Aptitudes básicas

Capacidad analítica, liderazgo, capacidad de comunicación, perseverancia, integridad, entusiasta, capacidad de solucionar problemas, iniciativa, creatividad.

Fuente: Estudio organizacional
Elaborado por: La autora
Año: 2016

6.6.2 Guía de funciones Contador

Tabla 128. Guía de funciones contador

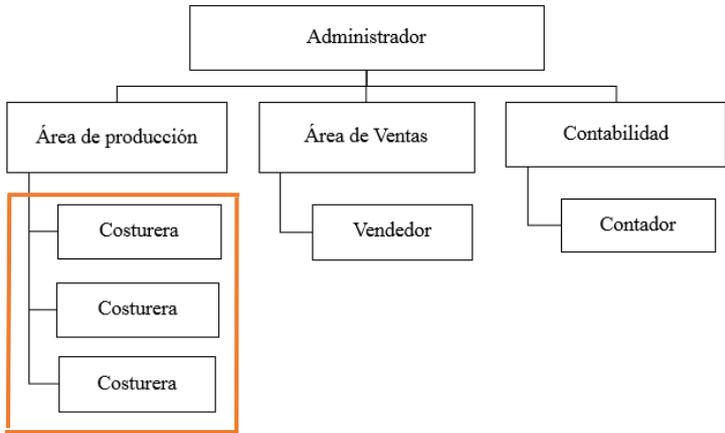
	Manual de funciones	Contador
		2
Identificación del puesto		
Denominación del puesto		Contador
Ambiente de trabajo		Oficina
Área de gestión		Administrativa
Nivel del puesto		
Reporta a		Administrador
Supervisa a		Vendedor
Organigrama		
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> AreaProduccion[Área de producción] Admin --> AreaVentas[Área de Ventas] Admin --> Contabilidad[Contabilidad] AreaProduccion --> Costurera1[Costurera] AreaProduccion --> Costurera2[Costurera] AreaProduccion --> Costurera3[Costurera] AreaVentas --> Vendedor[Vendedor] Contabilidad --> Contador[Contador] </pre>		
Misión del puesto		
<p>El contador es el encargado de tomar la documentación necesaria, procesarla y analizarla para posteriormente obtener información que ayudará al gerente a la toma de decisiones, además de manejar los asuntos tributarios.</p>		

Actividades esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar la documentación necesaria, procesarla y analizarla para elaborar los informes financieros respectivos. - Revisar los comprobantes recibidos y emitidos. - Realizar de forma mensual las declaraciones y pago de impuestos correspondientes. - Elaborar las nóminas de trabajadores y realizar el pago de las planillas de aporte al IESS - Asesorar al Administrador en la toma de decisiones financieras 	
Autoridad y autonomía	
<p>Autorizado para tener acceso a la documentación necesaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias y con el IESS, debiendo el Administrador asignar los recursos necesarios para los respectivos pagos.</p>	
Reportes e informes	
<p>Realiza reportes e informes para ser entregados al Administrador que servirán de base para la toma de decisiones.</p>	
Perfil	
Educación	Estudios superiores, título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Autorizado CPA.
Experiencia	Un año como mínimo
Aptitudes básicas	Capacidad analítica, integridad, responsabilidad, honestidad.

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

6.6.3 Guía de funciones Personal operativo. Costurera

Tabla 129. Guía de funciones Personal Operativo

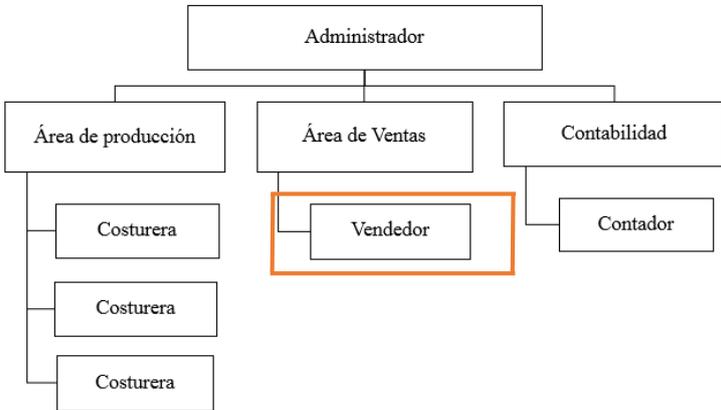
	Manual de funciones	Costurera
		3
Identificación del puesto		
Denominación del puesto	Costurera	
Ambiente de trabajo	Área productiva	
Área de gestión	Producción	
Nivel del puesto		
Reporta a	Administrador	
Supervisa a	No aplica	
Organigrama		
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> AreaProd[Área de producción] Admin --> AreaVentas[Área de Ventas] Admin --> Contabilidad[Contabilidad] AreaProd --> Costurera1[Costurera] AreaProd --> Costurera2[Costurera] AreaProd --> Costurera3[Costurera] AreaVentas --> Vendedor[Vendedor] Contabilidad --> Contador[Contador] </pre>		
Misión del puesto		
Ser el encargado del proceso productivo que incluye las etapas de: diseño, corte, confección y acabados, realizándolo con eficiencia y eficacia para obtener productos que cumplan con las expectativas de los clientes.		
Actividades esenciales		
- Encargarse del normal desarrollo de la actividad productiva.		

<ul style="list-style-type: none"> - Verificar que la materia prima se encuentre en perfecto estado para continuar con el proceso de transformación. - Informar al Administrador del requerimiento de materia prima e insumos necesarios para la producción. - Mantener el área de producción y el área de bodega con total limpieza y orden para facilitar la localización de los diferentes productos. - Cuidar la maquinaria asignada e informar al Administrador de cualquier irregularidad que se presente en ésta. - Verificar que las prendas de vestir terminadas no presenten anomalías antes de ser trasladadas al área de ventas. - Ser creativo para la realización de diferentes diseños de vestidos, blusas y pantalones. - Trabajar en equipo junto con los demás involucrados en el área de producción para fomentar la iniciativa y obtener prendas de vestir de calidad. 	
Autoridad y autonomía	
Autorizado para desarrollar diferentes diseños en las prendas de vestir, después de ser aprobado por el Administrador.	
Reportes e informes	
Realiza reportes e informes de requerimiento de materia prima al Administrador de Vestimoda para su pronta adquisición.	
Perfil	
Educación	Estudios secundarios en Corte y Confección. Certificados de participación en cursos de costura.
Experiencia	Mínimo 1 año de actividad
Aptitudes básicas	Capacidad de trabajar en equipo, creativo, solidario, tener iniciativa, concentración, originalidad, buen observador.

Fuente: Estudio organizacional
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

6.6.4 Manual de funciones Vendedor

Tabla 130. Guía de funciones Vendedor

	Manual de funciones	Vendedor
		4
Identificación del puesto		
Denominación del puesto	Vendedor	
Ambiente de trabajo	Distribución	
Área de gestión	Ventas	
Nivel del puesto		
Reporta a	Administrador	
Supervisa a	No aplica	
Organigrama		
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --> AreaProduccion[Área de producción] Admin --> AreaVentas[Área de Ventas] Admin --> Contabilidad[Contabilidad] AreaProduccion --> Costurera1[Costurera] AreaProduccion --> Costurera2[Costurera] AreaProduccion --> Costurera3[Costurera] AreaVentas --> Vendedor[Vendedor] Contabilidad --> Contador[Contador] </pre>		
Misión del puesto		
<p>Llegar de forma directa a los clientes para proporcionar las prendas de vestir, mostrando amabilidad y total disposición debido a que esta actividad es de vital importancia para la empresa porque de ella depende la consecución de ingresos.</p>		

Actividades esenciales

- Verificar que las prendas de vestir que recibe desde el área de producción no presenten anomalías antes de ser entregadas a los diferentes locales comerciales.
- Elaborar un registro de los locales comerciales que requieren el producto, fijar objetivos y estrategias, organizar el tiempo y planificar visitas para entrega de los productos respectivos.
- Conocer las características de las diferentes prendas de vestir para brindar la información correcta a los clientes mostrando amabilidad e interés.
- Conocer las condiciones de venta en cuanto a precios y formas de pago establecidas por la administración.
- Conocer los nuevos locales comerciales que se apertura en la zona de comercialización para dar a conocer el producto y llegar a acuerdos.
- Velar porque se comercialicen todos los productos elaborados por la fábrica de forma diaria.
- Receptar sugerencias de los clientes y propietarios de locales comerciales en cuanto a diseños, acabados, etc. Para ser comunicados a administración y producción.
- Receptar el dinero de la venta de las prendas de vestir y entregar los respectivos comprobantes de venta a los clientes.
- Dar a conocer a los clientes sobre las promociones existentes para incentiva la compra del producto.
- Elaborar un registro de las ventas realizadas para al finalizar la jornada laboral ser comunicado al Administrador.
- Participar conjuntamente con el Administrador en la selección y desarrollo de publicidad que permita atraer a un mayor número de clientes.

Autoridad y autonomía	
Autorizado para realizar el cobro por la venta de prendas de vestir y aplicar los descuentos que se apliquen de acuerdo a lo establecido.	
Reportes e informes	
Realiza diariamente un reporte detallado de las ventas efectuadas para ser proporcionado al Administrador al finalizar la jornada.	
Perfil	
Educación	Estudios superiores, título universitario de Marketing.
Experiencia	Mínimo en año en actividades afines
Aptitudes básicas	Empático, amable, facilidad de palabra, capacidad de negociación, organizado, entusiasta, honesto, buen observador.

Fuente: Estudio organizacional
 Elaborado por: La autora
 Año: 2016

6.7 Aspecto legal

La microempresa es unipersonal, por ello está representada por una persona natural, entendiéndose como tal a aquella persona que realiza una actividad comercial permanentemente quien tendrá responsabilidad ilimitada en las obligaciones que se deriven del desarrollo de ésta.

Los trámites a realizarse para el registro de la actividad son los siguientes:

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes RUC
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Inscripción en el registro de actividades económicas
- Patente municipal

6.7.1 Obtención del Registro Único de Contribuyentes

El RUC es el primer requisito que se debe cumplir para que inicie la vida legal de la microempresa, éste permite al Servicio de Rentas Internas identificar a los contribuyentes que realizan una actividad económica, al estar identificado por una persona natural, los requisitos aplicables para la obtención son los siguientes:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original del certificado de votación del último proceso electoral
- Para verificar el lugar de realización de la actividad, original y copia de uno de los siguientes documentos: planilla de luz, teléfono, agua potable de los últimos meses o contrato de arrendamiento legalizado.

6.7.2 Permiso de bomberos

Es necesaria la obtención anual del permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de bomberos para poder desarrollar la actividad económica en el local establecido, el propietario del negocio deberá acercarse y presentar los siguientes documentos:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

6.7.3 Inscripción en el Registro de Actividades Económicas

Las personas naturales o sociedades que vayan a desarrollar una actividad económica de forma permanente en la ciudad de Ibarra deben inscribirse en este registro el cual contiene información del ciudadano, la actividad y el predio en donde se realizará.

El propietario debe presentar la siguiente documentación:

- Cédula de identidad y papeleta de votación actualizado
- Copia del RUC

- Información del predio en donde se practicará la actividad.

6.7.4 Patente municipal

Las personas naturales o sociedades que realicen alguna actividad económica en la ciudad de Ibarra que perciban ingresos deben realizar el pago anual de la patente municipal, los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial en donde se desarrollará la actividad económica.
- Solicitud de inspección del cuerpo de bomberos.

El trámite respectivo debe ser realizado en el Municipio de Ibarra en el área de Gestión Tributaria.

6.7.5 Obligaciones tributarias

La microempresa será representada por una persona natural, al revisar las condiciones para llevar contabilidad vigentes que son:

- Operar con un capital propio que al inicio de las actividades económicas al 1 de enero de cada año supere las 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta;
- Que los ingresos brutos anuales de la actividad del ejercicio fiscal anterior superen las 15 fracciones básicas desgravadas o;
- Los costos y gastos anuales superen las 12 fracciones básicas desgravadas.

De acuerdo al análisis financiero realizado, la microempresa no supera las condiciones, por lo tanto, constituye una persona natural no obligada a llevar contabilidad.

Tendrá la obligación de llevar un registro de ingresos y gastos de acuerdo al formato establecido, en el que debe constar: fecha, número de comprobante, concepto, subtotal, valor del Impuesto al Valor agregado y total.

Deberá presentar las declaraciones mensuales del impuesto al valor agregado de acuerdo al noveno dígito del RUC.

Deberá presentar la declaración del impuesto a la renta anual, en caso de que sus ingresos superen la fracción básica desgravada que se encuentre vigente.

Conclusiones estudio organizacional

El estudio organizacional permitió definir los aspectos estratégicos de la microempresa como: razón social, logotipo, eslogan empresarial; filosofía empresarial que incluye: misión, visión, principios y valores y política de la empresa; en la estructura organizacional se desarrolló el organigrama estructural y funcional que permiten conocer la conformación de la empresa mediante la representación de éstos; se elaboró una guía de funciones para cada miembro que se desempeñara en la microempresa y finalmente se identificó el aspecto legal al que se debe acoger la entidad.

El cumplir con todos los requisitos vigentes permitirá que la microempresa desarrolle su actividad económica sin ningún tipo de contratiempo.

CAPÍTULO VII

Impactos

7.1 Análisis de impactos

En el presente capítulo se realiza un análisis de los impactos que tendría la puesta en marcha de la microempresa de confección y comercialización de vestidos Vesti Moda, entendiéndose como tal a los efectos positivos y negativos que genera la gestión del proyecto.

Estos impactos pueden ser de varios tipos, pero para se considera que los que tendrían repercusión son en el ámbito: social, económico, ambiental, educativo y legal.

Para la evaluación se considera una valoración que va en un rango de -3 a 3, representado en la siguiente tabla:

Tabla 131. Consideraciones para la medición de impactos

Tipo de impacto	Valoración	Determinación o nivel de impacto
Negativo	-3	Alto negativo
	-2	Medio negativo
	-1	Bajo negativo
No muestra impacto	0	No muestra impacto
Positivo	1	Bajo positivo
	2	Medio positivo
	3	Alto positivo

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Se elaborará una matriz para cada tipo de impacto, en el lado izquierdo de ésta se colocará verticalmente los indicadores seleccionados que ayudarán a la evaluación.

Posteriormente se colocará una equis en la valoración que se considera correcta para cada indicador.

En la columna de total se asignará la equivalencia de cada indicador, para finalmente obtener la valoración total del tipo de impacto mediante una suma simple.

7.2 Impacto económico

Este tipo de impacto se relaciona con los efectos que tendría la gestión de la microempresa en la economía, más específicamente en los ingresos que espera el propietario y en como ayudaría a la economía local y regional.

Tabla 132. Matriz de impacto económico

N°	Indicador	Nivel Impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Nivel de ingresos de la empresa							x	3
2	Obtención de utilidad							x	3
3	Fuentes de empleo						x		2
4	Desarrollo en la zona del proyecto						x		2
5	Posicionamiento en el mercado						x		2
Total									12

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula. Mediante la aplicación de la siguiente fórmula se obtendrá el nivel de impacto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,4$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Medio positivo}$$

Análisis

- Nivel de ingresos de la empresa

A este indicador se le ha asignado una calificación de 3, lo que representa un impacto alto positivo, al iniciar la actividad productiva de Vesti Moda, se generarán ingresos por la venta de las prendas de vestir confeccionadas, trayendo beneficios al propietario y a los demás actores involucrados.

- Obtención de utilidad

Este indicador cuenta con una calificación de 3, lo que representa un impacto alto positivo, debido a que al estar en marcha la microempresa y obtener ingresos se podrá determinar una utilidad que es un beneficio económico para el propietario.

- Fuentes de empleo

La calificación asignada a este indicador es de 2, significa un impacto medio positivo, al desarrollar el proyecto se requerirá la contratación de recurso humano para realizar las diferentes actividades establecidas, lo que ayudará a la economía local al tener beneficios económicos para éstos y sus familias.

- Desarrollo en la zona del proyecto

El indicador presenta una valoración de 2 puntos, lo que representa un impacto medio positivo, si el negocio es instaurado, ayudará en la economía del sector debido a que se promueve la actividad comercial y trae beneficios económicos para los involucrados.

- Posicionamiento en el mercado

A este indicador se le estableció una calificación de 2 puntos, representa un impacto medio positivo ya que al llevar a cabo la actividad económica y lograr un posicionamiento en

el mercado local, esto permitirá que se incrementen las ventas obteniendo beneficios económicos para los inversionistas y trabajadores.

7.3 Impacto social

Este tipo de impacto consiste en los efectos que la gestión del proyecto provocaría en la comunidad, entre ellos: mejoras en la calidad de vida de los trabajadores y por ende sus familias, bienestar comunitario, entre otros.

Tabla 133. Matriz de impacto social

N°	Indicador	Nivel Impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Desarrollo personal							x	3
2	Calidad de vida						x		2
3	Seguridad familiar						x		2
4	Bienestar en sector						x		2
Total									9

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula. El uso de la siguiente fórmula es necesario para la determinación del nivel de impacto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,25$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Medio positivo}$$

Análisis

- Desarrollo personal

A este indicador se le ha asignado una calificación de 3, que representa un impacto alto positivo, debido a que, al brindarse la oportunidad a los trabajadores de desempeñar su actividad en la microempresa, mejorarán profesionalmente.

- Calidad de vida

Se asignó una valoración de 2 puntos, siendo un impacto medio positivo, al brindarse a los trabajadores un trabajo con una remuneración apropiada, permitirá que puedan satisfacer sus necesidades y obligaciones tanto personales como familiares, brindando una calidad de vida adecuada.

- Seguridad familiar

A este indicador se le estableció una puntuación de 2 puntos, representando un impacto medio positivo, al desarrollarse la actividad económica de la microempresa, se brindará estabilidad laboral a los trabajadores, lo que se traduce en estabilidad para sus familias.

- Bienestar en el sector

Este indicador tuvo una asignación de 2 puntos, siendo un impacto medio positivo, la actividad productiva trae un beneficio social porque se incrementa la actividad comercial en el sector, apoyando al desarrollo del barrio.

7.4 Impacto ambiental

Hoy en día, el medio ambiente juega un rol fundamental en el desarrollo de las actividades productivas, por ello es esencial realizar un análisis sobre las repercusiones tanto positivas como negativas que la gestión de un proyecto tenga sobre éste.

Se consideraron los siguientes indicadores que serán analizados:

Tabla 134. Matriz de impacto ambiental

N°	Indicador	Nivel Impacto						Total	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Manejo de desechos			x					-1
2	Contaminación del aire			x					-1
3	Generación de ruido			x					-1
Total									-3

Fuente: Estudio impactos

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Fórmula. Mediante la siguiente fórmula se determinará el nivel de impacto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{-3}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = -1$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Bajo negativo}$$

Análisis

- Manejo de desechos

Este indicador tiene una calificación de -1 puntos, representando un impacto bajo negativo, en la actividad de corte y confección de prendas de vestir interviene la utilización de grandes cantidades de telas de las cuales se van a generar desperdicios, éstos no son de fácil degradación, por ello una forma de mitigar es utilizando éstos para elaborar accesorios como correas, cintas, moños que pueden ser entregados a los clientes.

- **Contaminación del aire**

A este aspecto se estableció una puntuación de -1 puntos, es un impacto bajo negativo, la maquinaria que se plantea adquirir funciona con electricidad, no genera humo que pueda contaminar el aire del área de trabajo y de la zona en general, pero debido a su composición sí genera impacto al medio ambiente.

- **Generación de ruido**

Este indicador tiene una valoración de -1, es bajo negativo, la maquinaria a adquirirse, así como no genera humo tampoco genera ruido de gran intensidad, sin embargo, aunque en mínimas cantidades, podría generar afectaciones al personal que la manipula y al entorno.

7.5 Impacto educativo

Es importante realizar el análisis del impacto educativo que el proyecto generará debido a que este factor permite tener mejoras en el desarrollo de las actividades de la microempresa y de los involucrados.

Se consideraron los siguientes indicadores que serán analizados:

Tabla 135. Matriz de impacto educativo

N°	Indicador	Nivel Impacto						Total	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Capacitación al personal						x		2
2	Desarrollo cultura organizacional							x	3
3	Fortalecimiento de conocimientos y habilidades							x	3
Total									8

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula. Mediante la siguiente fórmula se determinará el nivel de impacto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma \text{ Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{11}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,67$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Alto positivo}$$

Análisis

- Capacitación al personal

Este indicador tiene una valoración de 2, es medio positivo, este aspecto es de suma importancia porque el personal de las áreas de producción, administración y ventas debe mantenerse actualizado en cada una de sus ramas mediante el apoyo de la microempresa ya que traerá beneficios para todos los involucrados al tener el conocimiento para desarrollar las actividades de forma eficiente.

- Desarrollo cultura organizacional

Este indicador tiene una valoración de 3, es alto positivo, es necesario que en la microempresa se mantenga una cultura organizacional adecuada entre el personal, que se enfoque en el cumplimiento de misión, visión, principios y valores para transmitir a los clientes un ambiente adecuada y lograr así beneficios.

- Fortalecimiento de conocimientos y habilidades

Este indicador tiene una valoración de 3, es alto positivo, cuando se desarrolle la microempresa ésta contará con el presente material que servirá a todo el personal como fuente de consulta ante cualquier duda, así como también a terceros, es importante que todos

los miembros de la microempresa tengan el compromiso de fortalecer sus conocimientos y habilidades en cada una de sus áreas para obtener así productos de calidad y beneficios para los involucrados.

7.6 Impacto legal

Hoy en día, el medio ambiente juega un rol fundamental en el desarrollo de las actividades productivas, por ello es esencial realizar un análisis sobre las repercusiones tanto positivas como negativas que la gestión de un proyecto tenga sobre éste.

Se consideraron los siguientes indicadores que serán analizados:

Tabla 136. Matriz de impacto legal

N°	Indicador	Nivel Impacto						Total	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Legislación tributaria			x					-1
2	Legislación laboral							x	3
3	Legislación mercantil						x		2
4	Legislación educativa						x		2
Total									6

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula. Mediante la siguiente fórmula se determinará el nivel de impacto.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1,5$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Medio positivo}$$

Análisis

- Legislación tributaria

Este indicador tiene una valoración de -1 puntos que representa un impacto bajo negativo. La legislación tributaria en Ecuador establece la recaudación de impuestos que es fundamental para financiar el pago de servicios y obras públicas que el Estado proporciona a la ciudadanía, sin embargo, debido al incremento de impuestos los negocios podrían verse afectados debido a que se reduce el poder de compra de los clientes.

- Legislación laboral

Este indicador presenta una ponderación de 2 puntos, es medio positivo. En este factor se presenta una situación favorable, debido a que ésta busca que se dé una relación armónica entre los empleadores y trabajadores, determinando derechos y obligaciones para ambos para que de ésta forma se puedan desarrollar las actividades productivas sin perjuicios a las partes.

- Legislación mercantil

Él presente indicador muestra una valoración de 2 puntos, es medio positivo. Este tipo de legislación es el que se encarga de regular las normas que rigen a los comerciantes en el desarrollo de su actividad comercial, debido a que los locales a los que se entregará los productos realizan la compra de las prendas de vestir para posteriormente venderlas se encuentran protegidos por esta legislación lo que es favorable para la microempresa porque adquirirán sin dificultades la mercadería.

- Legislación educativa

Este indicador presenta una ponderación de 2 puntos, es medio positivo. La legislación ecuatoriana en el ámbito educativo es el conjunto de normas que regulan el funcionamiento de éste sistema, para de esta forma obtener profesionales de calidad en los diferentes centros

educativos del país, esto es positivo porque se necesita de personal capacitado para el normal desarrollo del presente proyecto.

7.7 Impacto general

Tabla 137. Matriz de impacto general

N°	Indicador	Nivel Impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto económico						x		2
2	Impacto social						x		2
3	Impacto ambiental			x					-1
4	Impacto educativo							x	3
5	Impacto legal						x		2
Total									8

Fuente: Estudio impactos
Elaborado por: La autora
Año: 2016

Fórmula. Para determinar el impacto global se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1,6$$

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Medio positivo}$$

Conclusiones impactos

El impacto económico presenta un impacto medio positivo, el social un medio positivo, el ambiental un bajo negativo; el educativo un alto positivo, el legal un medio positivo, éstos en conjunto representan un nivel de impacto medio positivo con esto podemos concluir que la microempresa de confección y comercialización de vestidos Vesti Moda, posee expectativas positivas para su implantación, ya que otorgará beneficios en diferentes áreas como económicos los cuales se ven reflejados en la mejora de las condiciones de vida de los actores involucrados y de la comunidad en general, considerando importantes también los aspectos ambientales y no se presentarían impactos negativos debido a la adecuada gestión del proyecto.

CONCLUSIONES

Se determinó que en la parroquia Caranqui existen escenarios adecuados a nivel geográfico, demográfico, cultural y económico de la población, igualmente se presenta un alto número de condiciones favorables respecto a oportunidades y aliados, por lo que la creación de una microempresa de confección de vestidos sería aceptable.

Mediante la recopilación de información en diferentes fuentes sobre aspectos de conocimiento necesario como: temas generales y específicos de las empresas, contenidos de mercado, técnicos, financieros, organizacionales y de impactos, se puede comprender e interpretar adecuadamente el desarrollo del proyecto.

El estudio de mercado permitió mediante una comparación de oferta y demanda, determinar una demanda potencial insatisfecha de aproximadamente 6.000 prendas de dama entre vestidos, blusas y pantalones de tipo casual, por lo que existe la oportunidad de que el producto sea comercializado, siendo el proyecto factible desde ésta consideración.

Al realizar el estudio técnico, se pudo determinar la localización más adecuada para el proyecto tras tomar en cuenta varias consideraciones, el lugar seleccionado es el Barrio 10 de Agosto, se estableció una producción anual estimada de 2.880 prendas entre vestidos, blusas y pantalones; se establecieron los recursos necesarios para la adquisición de propiedad, planta y equipo, diferidos y capital de trabajo, siendo necesaria una inversión de \$18.648,85

El estudio financiero reveló que el proyecto es factible tras desarrollar e interpretar una serie de indicadores como: valor actual neto de \$11.032,90; tasa interna de retorno de 28% y relación costo beneficio de \$5,59; éstos presentan resultados favorables lo que representa que el inversionista percibirá rentabilidad durante los años de vida del proyecto.

Se presentó una propuesta organizacional en la que se establece: misión, visión, principios y valores, estructura organizacional y funcional, mismos que permitirán tener un

adecuado control del recurso humano y los aspectos legales necesarios para que la microempresa pueda establecerse y cumplir las metas planteadas.

Al analizar los impactos que el proyecto generaría como: económico, social y ambiental, se determinó la existencia de un impacto general alto positivo, lo que permitirá que la microempresa se desarrolle generando efectos positivos.

RECOMENDACIONES

La parroquia Caranqui cuenta con factores sociales, económicos y culturales adecuados que la hacen apta para la realización del proyecto, por ello la microempresa debe ser constituida en dicho lugar para obtener beneficios tanto para el inversionista como para terceros que se involucran en la actividad.

Los aspectos analizados en el marco teórico deben tomarse en cuenta, es necesario que se dé importancia al estudio de éstos de forma constante, para sustentar las decisiones y poder interpretar la información presentada de forma correcta.

Los componentes estudiados en el estudio de mercado como oferta, demanda, precios, son variables, por ello es importante considerar los cambios que se presenten para así tomar decisiones en cuanto al desarrollo de las actividades para generar beneficios; también se debe dar importancia a la actualización de los productos, publicidad y promoción que se realiza porque éstos deben estar acorde a las exigencias de los consumidores.

El lugar en donde se implantará el negocio posee condiciones adecuadas que se deben aprovechar, como: vías de acceso y transporte, crecimiento de la actividad comercial, disponibilidad de recursos, se debe dar importancia a la selección de todos los recursos necesarios para el proceso productivo como: maquinaria, recurso humano y materiales.

Al analizar la información financiera generada, se muestra factores favorables en cuanto a los indicadores desarrollados, que sustentan la factibilidad de la creación de la microempresa, por ello, Vesti Moda debe ser implantada por el inversionista para que le permita obtener beneficios económicos durante los años estimados.

Contar con una propuesta organizacional permitirá desarrollar actividades normalmente, se debe ejercer un control sobre el recurso humano para cumplir en conjunto con

la misión y visión, permitiendo la participación activa de éste en la toma de decisiones de diferentes áreas, se debe cumplir con la normativa legal para evitar caer en sanciones.

Es importante que se conozca con claridad las repercusiones positivas y negativas que genere el desarrollo del proyecto, para de esa forma conocer la forma de actuación para mitigar los efectos negativos y fomentar los positivos.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Hernández, F. (09 de Abril de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/ciclo-contable-fiscal-y-financiero/>

Ambientes de formación sena. (6 de Febrero de 2011). Recuperado el 28 de Abril de 2016, de <http://ambientesdeformacionsena.blogspot.com/>

Araujo, D. (2012). *Proyectos de inversión: análisis, formulación y evaluación práctica* (Primera ed.). México: Trillas, S. A. de C. V.

Arboleda, G. (2013). *Proyectos. Identificación, formulación, evaluación y gerencia* (Segunda ed.). Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Bravo, M. (2013). *Contabilidad General* (Décima primera ed.). Quito, Ecuador: Escobar Impresores.

Bravo, M. (15 de Diciembre de 2015). *El norte*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/60522-protestan-contr-el-comercio-informal.html>

Campiña, G., & Fernández, M. J. (2012). *Empresa y Administración*. España: Editex, S.A.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Díaz, Á. (2011). *El arte de dirigir proyectos* (Tercera ed.). México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

Enciclopedia de Clasificaciones. (2016). *Tipos de*. Recuperado el 30 de Abril de 2016, de <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/54-tipos-de-contabilidad/>

GAD Municipal Ibarra. (s.f.). *Ibarra*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/informativo/ibarra1234/informacion-general>

GAD Provincial de Imbabura. (s.f.). *Imbabura*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/datos-generales.html>

GAD Provincial de Imbabura. (s.f.). *Imbabura*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/cantones-parroquias.html>

García, J. (2014). *Contabilidad de costos* (Cuarta ed.). México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J., & Konopaske, R. (2013). *Organizaciones, comportamiento, estructura y procesos* (Decimotercera ed.). México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Griffin, R. (2011). *Administración* (Décima ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A.

Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera* (Sexta ed.). México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Guarisma, J. G. (21 de Marzo de 2009). *El Universal*. Recuperado el 9 de Mayo de 2016, de <http://www.eluniversal.com/opinion/090321/proyeccion-e-impacto-social-de-la-investigacion>

Hernández, S., & Pulido, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Martín, R. (s.f.). *Expansión*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/ciclo-contable.html>

Meza, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). *Industrias*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.industrias.gob.ec/mcpec-magap-y-mipro-lideran-campana-primero-ecuador-que-incentiva-a-consumir-productos-nacionales/>

Münch, L., Sandoval, P., Torres, G., & Ricalde, E. (2012). *Nuevos fundamentos de mercadotecnia: hacia el liderazgo del mercado* (Segunda ed.). México: Trillas, S. A. de C. V.

NIIF 17. (s.f.). *Ifrs*. Recuperado el 31 de Octubre de 2016, de http://www.ifrs.org/Documents/17_PropiedadesPlantayEquipo.pdf

Pabón, H. (2012). *Fundamentos de Costos*. Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana.

Páez, A. (9 de Octubre de 2014). *Pbplaw*. Recuperado el 9 de Mayo de 2016, de <http://www.pbplaw.com/que-es-el-ruc/>

Palacios, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.

Paredes, N. (1 de Julio de 2012). *Slideshare*. Recuperado el 9 de Mayo de 2016, de <http://es.slideshare.net/nparedestrujillo/tipos-de-telas-13510163>

Ragás, I. (2012). *Centros logísticos*. Barcelona: Marge Books.

Ramírez, D. (2013). *Contabilidad administrativa. Un enfoque estratégico para competir* (Novena ed.). México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Rincón, C., Lasso, G., & Parrado, Á. (2012). *Contabilidad siglo XXI* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Robledo, E. (2012). *Desarrollo organizacional: enfoque convergente de investigación-acción* (Segunda ed.). México: Trillas, S.A de C.V.

Rojas, D. (2014). *Manual de Contabilidad y Costos*. España: Lexus Editores.

Romero, Á. (2013). *Contabilidad práctica para no contadores*. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Sánchez, M. Á. (2013). *Técnicas básicas de corte, ensamblaje y acabado de productos textiles* (Primera ed.). Antequera, España: Ic Editorial.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación* (Segunda ed.). Chile: Pearson Educación.

SENPLADES. (15 de Febrero de 2014). *Sni*. Recuperado el 2016 de Mayo de 15, de <http://app.sni.gob.ec/sni->

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1001_IBARRA_IMBABURA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1001_IBARRA_IMBABURA.pdf)

Tecnun. (s.f.). Recuperado el 9 de Mayo de 2016, de <http://www4.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/15HombAmb/150ImpAmb.htm>

Word Reference. (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.wordreference.com/definicion/vestido>

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General* (Séptima ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill-Interamericana.

Zapata, P. (2015). *Contabilidad de costos. Heramientas para la toma de decisiones* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista Técnico de Participación Ciudadana

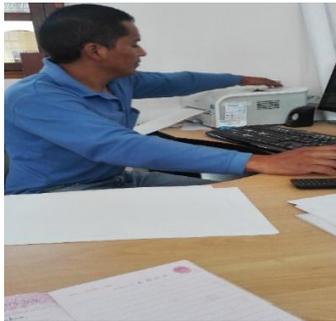


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Dirigida A: Sr. Fernando Vinuesa

Objetivo: Indagar información relevante sobre los barrios y comunidades de la parroquia Caranqui.

Cuestionario:

1. ¿Cuántos barrios posee la parroquia Caranqui?
2. ¿Cuántas comunidades tiene la parroquia Caranqui?
3. ¿Cuáles son los barrios y comunidades de la parroquia Caranqui?
4. ¿Quién es el presidente del Consejo Parroquial de Caranqui?



Fuente: Participación Ciudadana Caranqui

Anexo 2. Entrevista Técnico de sistema de Información Geográfica Ibarra

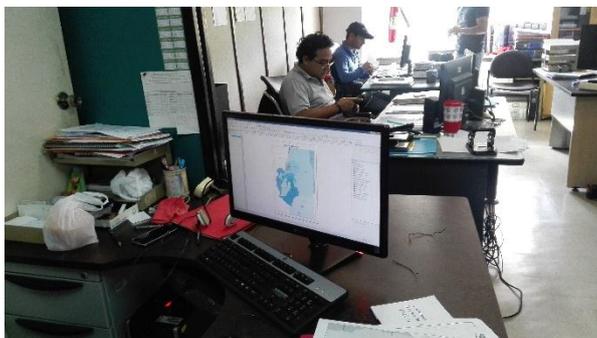


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Entrevista
Dirigida A: Ing. Javier Caiza

Objetivo: Obtener información en base a la extensión territorial de la parroquia Caranqui para sustentar la información geográfica.

Cuestionario:

1. ¿Cuál es la extensión territorial de la parroquia Caranqui?



Fuente: Información geográfica Municipio Ibarra



Anexo 3. Encuesta estudio de mercado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Escuela De Contabilidad Y Auditoría
Encuesta

DIRIGIA A: Mujeres pertenecientes a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra

OBJETIVO: La presente encuesta se lleva a cabo con el objeto de recopilar información sobre aspectos relevantes en cuanto a la adquisición de vestidos de mujer en la ciudad de Ibarra.

Lea detenidamente cada pregunta y marque con una X la respuesta que más estime conveniente.

DATOS GENERALES:

Sexo: Femenino

Edad:	Menos de 18	()	De 19 a 30	()
	De 31 a 50	()	Más de 50	()

PREGUNTAS

1. ¿Usted ha usado vestidos?

SI ()

NO ()

2. ¿Por qué razón usted usa vestidos?

Comodidad ()

Tendencia de la moda ()

Feminidad ()

Celebración fiestas ()

3. ¿Con qué frecuencia usted usa vestidos?

Una vez al mes ()

Dos veces al mes ()

Tres o más veces al mes ()

4. A la hora de adquirir sus prendas, ¿Qué aspecto considera más importante?

Calidad ()

Diseño ()

Precio ()

Variedad ()

5. Al momento de adquirir su vestido usted prefiere:

Comprarlo confeccionado ()

Enviarlo a confeccionar ()

6. Los vestidos que usted usa los adquiere en:

Almacenes de venta de ropa ()

Talleres de confección ()

Ventas por catálogo ()

7. ¿Los vestidos ofrecidos en el mercado local cumplen con sus expectativas?

Totalmente ()

En gran medida ()

Medianamente ()

No cumplen ()

8. ¿En qué tela prefiere que sus vestidos sean confeccionados?

Licra algodón ()

Randa elástica ()

Gabardina elástica ()

Poliéster spandex ()

Viscosa ()

9. ¿Con qué frecuencia adquiere la siguiente vestimenta?

	Vestidos casuales	Blusas	Pantalones casuales
Bimensual	()	()	()
Trimestral	()	()	()
Semestral	()	()	()
Anual	()	()	()

10. ¿Cuánto dinero generalmente asigna para la compra de las siguientes prendas de vestir?

Vestido casual	Blusa	Pantalón casual
De \$25 a \$30 ()	De \$15 a \$20 ()	De \$22 a \$26 ()
De \$31 a \$35 ()	De \$21 a \$25 ()	De \$27 a \$30 ()
Más de \$36 ()	Más de \$26 ()	Más de \$31 ()

11. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de confección de vestidos en la parroquia Caranqui?

Totalmente de acuerdo ()

Medianamente de acuerdo ()

En desacuerdo ()

12. ¿Estaría dispuesta a adquirir las prendas de vestir confeccionadas en ésta microempresa?

Si ()

No ()

13. ¿Qué prenda de vestir confeccionadas en la microempresa preferiría comprar?

Vestidos casuales ()

Blusas ()

Pantalones casuales ()

14. ¿A través de qué medio le gustaría que la microempresa se dé a conocer?

Radio ()

Entrega de volantes ()

Redes sociales ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 4. Entrevista propietarios microempresas de confección

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas
Escuela De Contabilidad Y Auditoría
Entrevista

DIRIGIA A: Propietarios de microempresas de confección y comercialización de ropa de mujer de la ciudad de Ibarra

OBJETIVO: La presente entrevista se realiza con la finalidad de investigar asuntos relevantes que se desarrollan entorno a la actividad de confección y comercialización de ropa de mujer que realizan los microempresarios de la ciudad de Ibarra.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué tipo de vestimenta femenina confecciona?
2. ¿Qué cantidad de ésta vestimenta confecciona mensualmente?
3. ¿Cuántas prendas de vestir de cada tipo comercializa de forma mensual?
4. ¿Cómo considera la aceptación que tienen sus productos por parte de los clientes?
5. ¿Cómo fija los precios de las diferentes prendas de vestir que se comercializan?
6. ¿Cuál es el precio al que actualmente comercializa las diferentes prendas de vestir que confecciona?
7. ¿Cuáles son las telas que utiliza generalmente para la confección de las prendas de vestir?
8. ¿Cuánto tiempo aproximadamente toma la confección de las prendas de vestir que elabora?
9. ¿Sus clientes generalmente prefieren comprar prendas en exhibición o enviarlas a confeccionar?
10. ¿Con qué maquinaria usted cuenta para la confección de la vestimenta?
11. ¿Qué estrategias utiliza para dar a conocer su producto e incrementar las ventas?

Anexo 5. Proforma máquinas



PROFORMA
RUC: 1002007944001

Vendedor: _____
Máquina: Recebridos
Marca: Jouflex motor
Tipo: electrónico
Modelo: _____
Serie: _____
P.V.P. 1105,00.
Cuota Inicial: \$ _____
Pagos: \$ _____
Precio total: \$ _____

Fecha: 24/06/16
Máquina: Combo Precio
Marca: Oferla
Tipo: recta, overlock
Modelo: Recebridos y
Serie: contadora la misma
P.V.P. \$ 1970,00.
Cuota Inicial: \$ _____
Pagos: \$ _____
Precio total: \$ _____

Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794
 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916
 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614

SIGUENOS EN:

0986957229



PROFORMA
RUC: 1002007944001

Vendedor: Jessica Garza
Máquina: Recta
Marca: Jouflex motor
Tipo: electrónico
Modelo: _____
Serie: _____
P.V.P. 570,00
Cuota Inicial: \$ _____
Pagos: \$ _____
Precio total: \$ _____

Fecha: 24/06/16
Máquina: Overlock Jouflex
Marca: motor electrónico
Tipo: _____
Modelo: _____
Serie: _____
P.V.P. 837,00
Cuota Inicial: \$ _____
Pagos: \$ _____
Precio total: \$ _____

Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794
 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916
 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614

SIGUENOS EN:

0986957229

Anexo 6. Proforma computador e impresora



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466

RUC 0701084121001

PROFORMA

NOMBRE: JENNY RUANO **0125811**
RUC:
CONTACTO: JENNY RUANO FECHA: 13/07/2016
TELÉFONO: 2651921 ASESOR: VANESSA URVINA
DIRECCIÓN: TELÉFONO: 2640333
REFERENCIA:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	COMPUTADOR ATX Case Kit E-Laser Negro Gris WSC-6360 Board Gigabyte H81M-H LGA 1150 4taG Procesador Intel Pentium G3250 3.2Ghz 3MB 1150 Disco duro 1 TB SATA Toshiba PC 7200RMP Dimm 2 Gb DDR3 Kingston PC-1333/1600 DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD-52X CD Lector de memorias Monitor 20" LED LG 20M37A-B 1600X900 Multifuncion Canon MG-2510 con Cable Regulador CDP o Forza Pad mouse Supresor de picos Cobertores SOFTWARE ORIGINAL: Windows 10 Home 64 Bits Spanish Antivirus McAfee	515.79	515.79
1	Multifuncion Epson L220 Sistema C+cable	267.54	267.54
	SUBTOTAL		783.33
	IVA 12%		109.67
	TOTAL		893.00

FORMA DE PAGO: Contado

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... **26 AÑOS**

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

Anexo 7. Telas a utilizarse en vestidos

Tela Gaelle. 90% Poliéster, 10% Spandex. \$4,38 metro

Varias texturas y colores



Anexo 8. Telas a utilizarse en blusas

Jameli. Viscosa 100% 3,37 metro.

Varias texturas y colores.



Anexo 9. Telas a utilizarse en pantalones

Tela Donatelo: 94% Poliéster, 6% spandex. \$3.72 metro.

Varios colores

