



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROYECTO PARA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE
MODAS “ANDAYA”, DEDICADA A LA CONFECCIÓN EXCLUSIVA
DE ROPA EN LA CIUDAD DE TULCÁN**

AUTORA:

Ginnela Gabriela Solarte Pozo

DIRECTOR:

Eco. Manuel Portilla R. Msc.

QUITO, JUNIO 2012

CERTIFICACIÓN

Por la presente declaro que esta tesis es producto de mi trabajo de investigación, no contiene material previamente publicado o escrito por otras personas, ni una o de otro que de manera sustancial haya sido aceptado, excepto donde se ha hecho el reconocimiento debido en el texto.

Todo el proceso investigativo se ha ceñido estrictamente a los reglamentos vigentes en la Universidad Tecnológica Equinoccial, en consecuencia este trabajo no es producto de plagio.

Ginnela Solarte

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita Ginnela Solarte, previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, considero que dicho Trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial, por medio de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios, para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 30 días del mes de junio de 2012.

Eco. Manuel Portilla R. Msc.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a ti mi Dios que me das la oportunidad de vivir y estas presente en todo momento de mi vida, eres el eje fundamental y lo que inspira para seguir adelante.

A mis queridos padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, gracias por su infinito amor, por su apoyo y por brindarme la fuerza necesaria en los momentos más difíciles y así mismo por ayudarme en lo que fuera posible, dándome sus consejos y orientación.

Los amo con todo mi corazón son lo más hermoso que tengo en mi vida sin ustedes no podría haber logrado este gran sueño.

Ginnela Solarte

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, al brindarme medios necesarios para continuar mi formación académica siendo un apoyo incondicional para lograrlo ya que sin él no hubiera podido.

A mis padres por haberme guiado por el camino del bien y por brindarme su confianza y apoyo incondicional para poder culminar mi carrera universitaria con éxito.

A las personas que siempre estuvieron en los momentos más complicados brindándome su apoyo, a mis familiares, amigos, profesores quienes me llenaron de conocimientos y me apoyaron para seguir adelante en todo el proceso educativo.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por ser la institución en la cual adquirí mis conocimientos.

Ginnela Solarte

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se centra en la oportunidad de creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir de ropa casual, puntualmente: jeans, camisas, blusas y camisetitas que presenten diseños exclusivos, para la población adolescente y juvenil de la ciudad de Tulcán.

La tesis tiene una composición de 4 partes:

La primera parte realiza una breve descripción de los antecedentes textiles del país, así como de la zona, donde se evidencia que a pesar de la incidencia de la ropa extranjera, el país desde hace mucho tiempo ha tenido una dedicación a la confección de ropa.

Luego continúa el estudio de mercado, donde aparte de definir a la población objetivo, se aplicó una encuesta que permitió verificar la factibilidad del mercado en la ciudad de Tulcán aceptando el producto a confeccionar y comercializar, así como también los gustos, colores, tallas. Este capítulo también incluye las estrategias de marketing que serán utilizadas para el producto, precio, plaza y promoción.

La tercera parte trata de todos los detalles que describen el estudio técnico del proyecto, tales como tamaño, localización, proceso, requerimientos, ámbito organizacional, e incluso los bosquejos de la planta y del local de comercialización.

Por último se presenta el estudio financiero, que permite detallar la inversión, operación y evaluación del proyecto, donde se verificará la factibilidad económica y financiera.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	ANTECEDENTES Y GENERALIDADES	1
1.1	LA INDUSTRIA TEXTIL	1
1.1.1	La Microempresa	3
1.1.2	Clases de microempresas	3
1.1.3	Microempresas de producción.....	4
1.1.4	Microempresas de comercio.....	6
1.1.5	Microempresas de servicios	6
1.1.6	Características de las microempresas.....	7
1.1.7	Importancia de las microempresas.....	7
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2.1	Enunciado del problema	11
1.2.2	Formulación del problema	13
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	Objetivo General.....	13
1.3.2	Objetivos Específicos	14
1.4	JUSTIFICACIÓN	14

1.5	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	15
1.6	DISEÑO O TIPO DE INVESTIGACIÓN	15
1.6.1	Tipos de Diseño de Investigación	16
1.7	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	19
1.8	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	20
1.9	POBLACIÓN Y MUESTRA	22
1.10	MARCO CONCEPTUAL	23
2.	ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1	MERCADO	25
2.2	TIPOS DE MERCADO	26
2.2.1	Tipo de mercado del proyecto	27
2.3	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	28
2.4	EL PRODUCTO	28
2.4.1	Características del producto	29
2.5	DEMANDA	34
2.5.1	Metodología para la cuantificación de la demanda	34
2.5.2	Segmentación	35
2.5.3	Determinación del Universo del proyecto	36

2.5.4	Tamaño de la muestra.....	39
2.5.5	Diseño de la encuesta	40
2.5.6	Tabulación de la encuesta.....	40
2.5.7	Análisis de los resultados generales de la encuesta	54
2.5.8	Cuantificación de la demanda	55
2.5.9	Demanda proyectada	56
2.6	OFERTA.....	57
2.6.1	Cuantificación de la oferta	57
2.6.2	Oferta proyectada	60
2.7	CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	60
2.8	DEMANDA A SER CUBIERTA CON EL PROYECTO	61
2.9	COMERCIALIZACIÓN	63
2.9.1	Canal de distribución	64
2.9.2	Estrategias de marketing	65
3.	ESTUDIO TÉCNICO	71
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	71
3.1.1	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	72
3.1.2	Tamaño óptimo.....	74

3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	75
3.2.1	Matriz de localización	75
3.2.2	Macrolocalización	76
3.2.3	Microlocalización	77
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	78
3.3.1	Proceso de confección	79
3.3.2	Descripción del proceso de confección	81
3.4	ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	83
3.4.1	Asuntos legales	83
3.4.2	La Microempresa.....	90
3.4.3	Misión	91
3.4.4	Visión.....	91
3.4.5	Principios y valores.....	92
3.4.6	Organigrama estructural	93
3.4.7	Organigrama posicional.....	94
3.4.8	Organigrama funcional.....	95
3.5	Recursos requeridos	101
3.5.1	Maquinaria.....	101

3.5.2	Detalle de recursos.....	106
3.5.3	Distribución de la planta	108
4.	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	111
4.1	CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES.....	111
4.2	ESTABLECIMIENTO DE LAS INVERSIONES	111
4.2.1	Inversión de Activos Tangibles	112
4.2.2	Inversión de Activos Intangibles	117
4.2.3	Inversión de capital de trabajo.....	118
4.3	FINANCIAMIENTO.....	119
5.	INGRESOS Y EGRESOS	123
5.1	ESTABLECIMIENTO DE LOS INGRESOS.....	123
5.2	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	124
5.3	CLASIFICACIÓN DE LOS EGRESOS	125
5.4	ESTABLECIMIENTO DE LOS COSTOS	126
5.4.1	Costos de materia prima.....	126
5.4.2	Costos de mano de obra directa.....	129
5.4.3	Costos indirectos de producción.....	130
5.5	ESTABLECIMIENTO DE LOS GASTOS.....	135

5.5.1	Gastos administrativos	135
5.5.2	Gastos de ventas	139
5.5.3	Gastos financieros	142
5.6	PROYECCIÓN DE LOS EGRESOS TOTALES	143
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	145
6.1	BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	145
6.2	ESTADO DE RESULTADOS	146
6.3	FLUJO DE CAJA.....	148
6.4	EVALUACIÓN FINANCIERA	148
6.4.1	Tasa de descuento ponderado o tasa de oportunidad.....	149
6.4.2	Valor actual neto (VAN)	149
6.4.3	Tasa interna de retorno (TIR)	151
6.4.4	Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	152
6.4.5	Punto de equilibrio	153
6.5	ÍNDICES FINANCIEROS	155
6.5.1	Índices de rentabilidad.....	155
6.5.2	Índices de solvencia	158
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	160

7.1	CONCLUSIONES.....	160
7.2	RECOMENDACIONES	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de segmentación	36
Tabla 2: Población de la Provincia del Carchi por Cantones.....	37
Tabla 4: Tasa Crecimiento	38
Tabla 5: Cálculos Universo.....	38
Tabla 6: Edad de los encuestados	41
Tabla 7: Sexo de los encuestados	42
Tabla 8: Resultados de la pregunta 1.....	43
Tabla 9: Resultados de la pregunta 2.....	44
Tabla 10: Resultados de la pregunta 3.....	45
Tabla 11: Resultados de la pregunta 4.....	46
Tabla 12: Resultados de la pregunta 5.....	47
Tabla 13: Resultados de la pregunta 6.....	48
Tabla 14: Resultados de la pregunta 7.....	49
Tabla 15: Resultados de la pregunta 8.....	50
Tabla 16: Resultados de la pregunta 9.....	51
Tabla 17: Resultados de la pregunta 10.....	52
Tabla 18: Resultados de la pregunta 11.....	53

Tabla 19: Proyección de la demanda.....	56
Tabla 20: Cálculo de la oferta.....	59
Tabla 21: Proyección de la oferta.....	60
Tabla 22: Cálculo de la demanda insatisfecha.....	61
Tabla 23: Cálculo de la oferta estimada del proyecto.....	62
Tabla 24: Oferta a ser cubierta por el proyecto.....	62
Tabla 25: Matriz de localización.....	76
Tabla 26: Microlocalización.....	78
Tabla 27: Vehículos.....	106
Tabla 28: Maquinaria.....	107
Tabla 29: Muebles y enseres.....	107
Tabla 30: Muebles y enseres almacén.....	107
Tabla 31: Equipos de oficina.....	108
Tabla 32: Equipos de oficina almacén.....	108
Tabla 33: Equipos de computación.....	108
Tabla 34: Equipos de computación almacén.....	108
Tabla 35: Bienes tangibles.....	112
Tabla 36: Terreno.....	113

Tabla 37: Edificaciones	113
Tabla 38: Vehículos.....	114
Tabla 39: Maquinaria y Equipos	114
Tabla 40: Mobiliario (Planta).....	115
Tabla 41: Mobiliario (Almacén).....	115
Tabla 42: Equipos de oficina (Planta).....	116
Tabla 43: Equipos de oficina (Almacén).....	116
Tabla 44: Equipos de computación (Planta).....	116
Tabla 45: Equipos de computación (Almacén).....	117
Tabla 46: Activos Intangibles.....	117
Tabla 47: Gastos de Constitución	118
Tabla 48: Capital de Trabajo	119
Tabla 49: Fuentes y usos	120
Tabla 50: Tabla amortización anual resumida.....	122
Tabla 51: Ingresos del primer año.....	124
Tabla 52: Ingresos proyectados	125
Tabla 53: Costos de Producción	126
Tabla 54: Confección mensual de prendas de vestir.....	127

Tabla 55: Cantidad de telas para el año 1	128
Tabla 56: Materia Prima	128
Tabla 57: Mano de obra directa.....	129
Tabla 58: Cálculos del personal de producción.....	129
Tabla 59: Costos indirectos de producción.....	130
Tabla 60: Materiales indirectos.....	131
Tabla 61: Servicios básicos producción	132
Tabla 62: Cálculo de la depreciación	132
Tabla 63: Depreciación por áreas	133
Tabla 64: Mantenimiento de Bienes	133
Tabla 65: Mantenimiento de bienes por áreas	134
Tabla 66: Prima de seguro de bienes.....	134
Tabla 67: Prima seguro bienes por área	135
Tabla 68: Gastos administrativos	136
Tabla 69: Recursos del área Administrativa	136
Tabla 70: Suministros.....	138
Tabla 71: Amortización de bienes intangibles	138
Tabla 72: Gastos de ventas.....	139

Tabla 73: Recursos humanos de ventas	140
Tabla 74: Publicidad.....	141
Tabla 75: Servicios básicos almacén	142
Tabla 76: Gastos financieros.....	142
Tabla 77: Proyección de los egresos	144
Tabla 78: Balance de situación inicial	146
Tabla 79: Estado de pérdidas y ganancias	147
Tabla 80: Flujo de caja o efectivo.....	148
Tabla 81: VAN	150
Tabla 82: Cálculo de la TIR.....	152
Tabla 83: TIR.....	152
Tabla 84: PRI	153
Tabla 85: Punto de equilibrio proyectado	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Producto jeans hombre	30
Gráfico 2: Producto jeans mujer	30
Gráfico 3: Producto camisa hombre 1	31
Gráfico 4: Producto camisa hombre 2	31
Gráfico 5: Producto blusas 1	32
Gráfico 6: Producto blusas 2	32
Gráfico 7: Producto camisetas mujer	33
Gráfico 8: Producto camisetas hombre	33
Gráfico 9: Edad de los encuestados.....	41
Gráfico 10: Sexo de los encuestados.....	42
Gráfico 11: Resultados de la pregunta 1	43
Gráfico 12: Resultados de la pregunta 2	44
Gráfico 13: Resultados de la pregunta 3	45
Gráfico 14: Resultados de la pregunta 4	46
Gráfico 15: Resultados de la pregunta 5	47
Gráfico 16: Resultados de la pregunta 6	48
Gráfico 17: Resultados de la pregunta 7	49

Gráfico 18: Resultados de la pregunta 8	50
Gráfico 19: Resultados de la pregunta 9	51
Gráfico 20: Resultados de la pregunta 10	52
Gráfico 21: Resultados de la pregunta 11	53
Gráfico 22: Marca.....	66
Gráfico 23: Etiqueta.....	67
Gráfico 24: Macrolocalización	77
Gráfico 25: Proceso General	79
Gráfico 26: Simbología procesos	79
Gráfico 27: Proceso de Confección.....	80
Gráfico 28: Marca y eslogan.....	90
Gráfico 29: Organigrama estructural	93
Gráfico 30: Organigrama funcional.....	94
Gráfico 31: Máquina de costura recta	101
Gráfico 32: Máquina de coser de dos agujas	102
Gráfico 33: Máquina overlock.....	102
Gráfico 34: Máquina cortadora	103
Gráfico 35: Máquina recubridora	104

Gráfico 36: Máquina ojaladora	104
Gráfico 37: Máquina botonera	105
Gráfico 38: Máquina atracadora	105
Gráfico 39: Plancha industrial.....	106
Gráfico 40: Distribución planta	109
Gráfico 41: Distribución del local comercial.....	110
Gráfico 42: Punto de equilibrio	154

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

1.1 LA INDUSTRIA TEXTIL¹

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, entre las más utilizadas tenemos el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

¹Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE

El sector textil tiene una gran importancia en la economía ecuatoriana, por su producción, volumen de inversión, generación de plazas de empleo directo e indirecto, consumo de materias primas e insumos nacionales, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea en su gestión después, del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

La industria textil, en el pasado estaba protegida de la competencia extranjera, mediante aranceles, limitaciones a las importaciones de ropa nueva o de uso, subsidio al crédito, lo que le permitió su crecimiento. En la actualidad este sector ha sufrido grandes transformaciones en cuanto a la conformación de las empresas, su especialización y los sistemas de producción,

El sector textil se caracteriza por estar formado de sociedades de hecho y negocios individuales que compiten con la pequeña industria. El 70% son microempresas que trabajan en su mayoría en locales de propiedad del dueño del negocio quien es además el que dirige y opera la actividad sin que se haya establecido una organización interna ni se cuente con un registro contable básico ni con un sistema integrado de información que les permita llevar una programación adecuada de la programación y venta de sus productos.

En la actualidad se observa un buen equipamiento en hilatura y tejeduría con mano de obra abundante sin capacitación y a bajo costo originando una productividad disminuida. Además sus instalaciones son inadecuadas para la instalación de maquinarias modernas con tecnología de punta para facilitar los procesos productivos y ser competitivos con el dinamismo tecnológico a nivel mundial no solo en la confección sino también en otras áreas como, el diseño de las prendas.

La competencia entre la pequeña industria, las microempresas y los negocios individuales se basan en: el precio, la calidad y su variedad de productos en

cuanto a su origen (marca), la situación se vuelve desleal ya que en muchos casos el producto se comercializa como si fuera del exterior dado al comportamiento cultural de los consumidores.

1.1.1 La Microempresa

“Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta diez personas, el cual es poseído y operado por una persona individual de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (si no lo más importante) fuente de ingresos para el hogar”²

1.1.2 Clases de microempresas

Hay que clasificar y diferenciar entre las que son formales y las informales. Las primeras son aquellas que poseen:

- RUC
- Patente Municipal
- Se encuentran inscritas en el IESS
- Llevan registros contables
- Cumplen obligaciones tributarias (declaración y pago de impuestos)
- Emiten comprobantes de venta.

² Alarcón Costa, César, Al futuro con la Microempresa, Primera edición. Editorial raíces. Pág. 103

Las informales son aquellas que aparte de no cumplir con las normas legales establecidas, desarrollan un comercio ambulante.

Según su actividad las microempresas se distinguen entre:

- Microempresas de Producción
- Microempresas de Comercio
- Microempresas de Servicios.

1.1.3 Microempresas de producción

Este es uno de los sectores más amplios, pues es el que mayor puestos de trabajo genera de forma directa o indirecta, ya sea en la parte urbana o rural de las ciudades; en domicilio o lugares fijos de trabajo.

Aquí se desarrollan actividades agropecuarias, mineras, pesqueras, de conservación de frutas (elaboración de mermeladas, jaleas de frutas), de panadería, pastelería, derivados de caña de azúcar (panela, alfeñique, nogada, cocada), calzado; y las más demandadas: la producción textil, la confección de prendas de vestir, la elaboración de artesanías, los trabajos en madera y carpintería. Los productos elaborados son vendidos a intermediarios o directamente al consumidor final.

Entre las actividades más desarrolladas en el sector de la producción se tiene:

Producción textil

En este sector podemos mencionar las telas sintéticas como el nylon, el poliéster, y el acrílico, que son resultado de la transformación de materiales químicos como el petróleo y el carbono entre otros. También existen las fibras artificiales, que son

mezclas de sustancias naturales como la madera, maíz, caseína y algas, con soluciones químicas; de este procedimiento obtenemos el rayón y el acetato.

Las fibras textiles pueden ser también de origen animal y vegetal. Dentro de las fibras animales tenemos entre otros la seda producto de las glándulas del gusano de seda *Bombix mori* y la lana que es extraída mediante la cardadura e hilatura del vellón de las ovejas.

Entre las de origen vegetal tenemos el yute, el cual se extrae de las plantas liliáceas, mediante el secado y macerado de los tallos de las plantas; regularmente con el yute se teje la tela que se usa para fabricar bolsos, sacos, alfombras, entre otros. Así también tenemos el lino y el cáñamo extraídos de las plantas liliáceas y cannabáceas respectivamente.

Elaboración de artesanías³

En este sector se encuentran personas muy creativas, que se dedican a la elaboración de objetos complementarios para la indumentaria, tales como: bolsos, abrigos, blusas, entre otros; todos estos son elaborados manualmente.

También se citan las siguientes actividades:

- Adornos para el hogar, pintura en telas, cueros y crines
- Artículos en tagua, bisutería
- Sombreros de paja, etc.

³Mujer creativa, publicación del Grupo Océano. Pág. 14 y 15

Trabajos en madera y carpintería.

Los microempresarios dedicados a esta labor, desarrollan un sin fin de mobiliario, y se especializan en otras ramas como son: el calado, lacado, dorado, taraceado, marquetería, tornería, policromado, esterilla, ebanistería, decorado y escultura en madera, tallado, tapicería de muebles, etc. Este tipo de trabajos es rentable y ofrece estabilidad laboral, tanto para propietarios como para operarios.

1.1.4 Microempresas de comercio

Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos y artículos, en menor o mayor cantidad dependiendo de su capital; en cierto modo actúan como intermediarios entre los productores y los consumidores.

Un elevado número de personas manejan actividades de comercio, por su alta ganancia en la venta, tanto de artículos de primera necesidad, como accesorios de vestuario, medicina, ferretería, comida preparada, zapatos, bazares, entre otros.

1.1.5 Microempresas de servicios

Las prestaciones que se brindan aquí, son intangibles a diferencia de las anteriores, de ahí que su crecimiento se eleva día a día, por la poca inversión en bienes materiales y sus altos porcentajes de utilidad.

Abarcan la realización de una tarea sugerida, como la reparación y mantenimiento de electrodomésticos, de vehículos, de embellecimiento, imprenta, entre otros.

1.1.6 Características de las microempresas

- Su organización es de tipo familiar.
- El Dueño es quien proporciona el capital.
- Es dirigida y organizada por el propio dueño.
- El mercado que domina y abastece es pequeño ya sea local o cuando mucho regional.
- Su número de trabajadores es muy bajo y muchas veces está integrado por los propios familiares del dueño. Ocupa hasta 10 personas.
- Para el pago de impuestos son considerados como causantes menores.
- Utiliza mano de obra no calificada (personas aprendices).
- Activos Fijos limitados
- Escasa división de trabajo.

1.1.7 Importancia de las microempresas.

El sector micro-empresarial es el gran generador de empleo, ingresos y bienestar en la mayoría, por no decir en todas, las naciones. Es una gran alternativa para que las familias pobres, puedan salir de esa condición, ya que es un proceso circular, dado que todos necesitan de todos, y de todos los servicios y productos que se fabrican o brindan. Otro punto relevante es que a través del trabajo micro-artesanal se mantiene y solidifica la cultura de los diferentes países, logrando expandirlas a cada rincón de este planeta.⁴

⁴ Monografías: www.monografias.com- Administración y Finanzas

1.1.1 Materias Primas⁵

Se considera como materia prima a los elementos que se incorporan mediante un proceso de transformación al producto final y fuere inseparable de él.

La fabricación de prendas de vestir va desde la producción agropecuaria o química de las materias primas, va a la producción de hilados, luego se pasa a la de los tejidos y después a las confecciones.

Para la industria textil las materias primas básicas son:

- El algodón
- La lana de oveja
- Las fibras artificiales o sintéticas

El Algodón

El algodón es una fibra vegetal cuyo uso textil es de los más importantes a nivel mundial. En el Ecuador la semilla del algodón que se la importa desde los Estados Unidos se siembra entre Diciembre y Febrero de cada año y tiene un ciclo de 145 días, la cosecha principal se realiza entre julio y Agosto. Las Principales provincias productoras de algodón son Guayas con un 50% y Manabí con casi el resto.

La Lana de Oveja

La lana de oveja en el Ecuador es muy escasa por las condiciones de mala alimentación y mal manejo de técnicas para esquila, además que existe el

⁵Cámara de la Pequeña Industria (1989), "Estudio de Manufactura". Quito

problema de la compra de lana de oveja a intermediarios por lo que el precio se eleva.

En el país la lana de oveja es utilizada para la confección de alfombras y tejido burdo. Para la fabricación de hilo, la mayoría de lana de oveja es importada.

Las Fibras Sintéticas y Artificiales

Las fibras artificiales surgen de la celulosa natural y actualmente son muy utilizadas y presentan la ventaja, sobre las fibras naturales, de producirse en grandes cantidades y en espacios reducidos, además que no presentan el problema del clima que influye en la producción de algodón y del saneamiento de ovejas (lana de oveja)

Para la fabricación de textiles las fibras mas utilizadas son los poliésteres, dacrón, diolen, telirene, orlón y acrilán. Los poliésteres tienen una gran versatilidad para mezclarse con algodón y lana. Los acrílicos son sustitutos de la lana.

Otros Insumos

Los insumos que se necesitan para la microempresa de confecciones son:

Hilos

Al igual que la fabricación de telas los hilos son procesados por dos tipos de fibras: naturales y sintéticas. En la microempresa de confecciones los hilos a utilizarse deben presentar las siguientes características:

- Durabilidad de la costura con el uso y el lavado
- No encogerse con el lavado y el planchado
- Resistencia a los químicos en condiciones normales (lavados industriales)
- Resistencia a la humedad
- Tener una elasticidad controlada

Botones

Los botones pueden ser tanto decorativos como funcionales. Para adquirir los botones se debe tomar en cuenta el color, el estilo, el grosor y el cuidado que requerirán.

Cierres

Los cierres tienen dientes metálicos o de plástico. O tienen una espiral sintética de poliéster que va fija a una cinta tejida. Aunque generalmente los cierres están diseñados para que no se noten mucho, algunos son grandes, de colores fuertes y están hechos para que resalten la prenda.

Entretelas

Constituyen la capa interna de la tela, le da más cuerpo a la prenda y ayuda a conservar su rigidez a pesar de las lavadas y del uso continuo. Se usan para dar firmeza a cuellos, puños, pretinas, solapas, bolsas y ojales. Las entretelas se fabrican en diversos grosores desde muy finas hasta muy gruesas.

Etiquetas

Toda prenda para salir a la venta debe tener una etiqueta que garantice la fabricación de la misma, el modelo de la etiqueta dependerá del gusto del empresario.

Toda empresa de confecciones debe tener materiales en existencia de manera que permitan satisfacer las necesidades de producción: telas en general 67, hilos 52%, botones 27%, cierres 23%, elásticos 12%, agujas 4%, entretelas 4%, además hebillas, almohadillas, broches, esponjas, cintas, encaje, ganchos, etiquetas, armaduras, adornos, remaches, plumón, pintura de estampado, lana, fundas de polietileno, repuestos de máquina, aceites, etc.⁶

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Enunciado del problema

En la ciudad de Tulcán hay mucho retraso en la moda porque la mayoría de las empresas que venden ropa no se preocupan mucho por la última moda, ni tampoco por la calidad de la tela por ende hay retraso en la confección de ropa actual para sus consumidores.

Existe falta de maquinarias de confección de ropa actual. Si en dicha ciudad existieran máquinas de confección más actualizadas, las prendas serían de mayor atractivo para los compradores y así su elaboración sería más rápida y con acabados perfectos.

⁶SINGER (1988), "El ABC de la Costura", México, Limusa

Falta de diferentes clases de tela de confección. No hay variedad de telas como son la seda, jean, algodón, casimir, poliéster por lo que las prendas de vestir no son de buena calidad, esto hace que los compradores no se interesen por la ropa de esta localidad.

Ausencia de personal profesional para que sirva de modelo en la microempresa. En esta ciudad no se cuenta con este tipo de personas para que sirvan de modelos de las microempresas y así poder exhibir la ropa confeccionada por el diseñador contratado por la misma.

Falta de experiencia por diseñadores en la moda actual. Los diseñadores que hay en esta ciudad no tienen tanta experiencia en moda actual ya que por este motivo se debe dar cursos de capacitación en moda y diseño.

Efectos

- Que los habitantes de la ciudad de Tulcán no conozcan la última moda en prendas de vestir.
- Pérdida de ventas de la ropa confeccionada por la microempresa
- Retraso en la tecnología de maquinarias textiles para poder competir con otras microempresas a nivel mundial.

1.2.2 Formulación del problema

¿Es necesario crear una microempresa de modas para los habitantes de Tulcán?

¿Qué beneficios va a tener la ciudad de Tulcán con la creación de la Microempresa?

¿Cómo afecta a la ciudadanía la ausencia de esta microempresa?

¿Qué consecuencias tiene la ciudad de Tulcán al no contar con maquinaria de confección?

¿Cuál es el objetivo para la creación de esta Microempresa de Modas?

¿Por qué esta Microempresa se va a dedicar a la confección y creación de prendas de vestir?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un Proyecto para la creación de una Microempresa de modas “ANDAYA” dedicada a la confección exclusiva de ropa en la ciudad de Tulcán.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Realizar el estudio técnico y la ingeniería del proyecto.
- Determinar las inversiones y el financiamiento.
- Determinar los costos y los ingresos del proyecto.
- Determinar la evaluación financiera del proyecto.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Debido a que en los últimos años la creación de las Microempresas no han sido tratadas con la debida importancia ni tampoco han sido satisfactorias para la población Tulcanéña porque existe un gran retraso en la moda actual, falta de maquinaria, falta de telas de confección, falta de conocimientos en prendas de vestir, una desorganización de la administración, escasez de recursos económicos y ausencia de modelos para exhibición de la ropa confeccionada por la microempresa. Por todo lo mencionado se plantea la creación de una Microempresa de Modas que se va a dedicar a la confección de ropa exclusiva, para que los habitantes de las diferentes ciudades puedan lucir de forma atractiva ante los ojos de las demás personas.

La creación de esta microempresa va a ser de mucha ayuda a la ciudad en el aspecto de modas ya que se van a mejorar las prendas de vestir, también va a servir para atender las necesidades dentro del país, además para actualizar las prendas de vestir y así la microempresa pueda surgir y crecer cada día más.

Con la creación de esta Microempresa se va a generar más fuentes de trabajo en la ciudad de Tulcán ya que su fines ayudar a las personas que necesitan trabajar e incorporarse a la sociedad.

1.5 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La creación de una microempresa de modas llamada “Andaya”, que se dedique a la confección y comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Tulcán, es técnicamente factible y económicamente rentable

VARIABLES

- **INDEPENDIENTE**

La creación de una microempresa de modas llamada “Andaya”, que se dedique a la confección y comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Tulcán.

- **DEPENDIENTE**

Es técnicamente factible y económicamente rentable

1.6 DISEÑO O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Es la estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de la hipótesis”, una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis (o no se establecieron debido a la naturaleza del estudio), el investigador debe visualizar la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de investigación, además de cubrir los objetivos fijados. Esto implica seleccionar o desarrollar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio. El

término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

1.6.1 Tipos de Diseño de Investigación

a) Según la naturaleza de los objetivos en cuanto al nivel de conocimiento que se desea alcanzar.

La investigación exploratoria: es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes;

La Investigación Descriptiva: se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad;

La investigación correlacional: es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

Investigación explicativa: es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y NO experimentales.

Diseños cuasi experimentales: se utilizan cuando no es posible asignar al azar los sujetos de los grupos de investigación que recibirán tratamiento experimental;

Diseños experimentales: se aplican experimentos "puros", entendiéndose por tales los que reúnen tres requisitos fundamentales: 1) Manipulación de una o más variables independientes; 2) Medir el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente; y 3) Validarse interna de la situación experimental;

Investigaciones NO experimentales: se entiende por investigación no experimental cuando se realiza un estudio sin manipular deliberadamente las variables.

b) Según el tiempo en que se efectúan:

Investigaciones sincrónicas: son aquellas que estudian fenómenos que se dan en un corto período;

Investigaciones diacrónicas: Son aquellas que estudian fenómenos en un período largo con el objeto de verificar los cambios que se pueden producir:

c) Según la naturaleza de la información que se recoge para responder al problema de investigación:⁷

Investigación cuantitativa: es aquella que utiliza predominantemente información de tipo cuantitativo directo. Dentro de la investigación cuantitativa se pueden observar:

- Los diseños experimentales.
- La encuesta Social: es la investigación cuantitativa de mayor uso en el ámbito de las ciencias sociales y consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado;
- Estudios cuantitativos con datos secundarios: Los cuales, a diferencia de los dos anteriores, abordan análisis con utilización de datos ya existentes

⁷Caiceo y Mardones- Elaboración de tesis e informes Técnico-Profesionales-ed.Conosur

La investigación cualitativa: es aquella que persigue describir sucesos complejos en su medio natural, con información preferentemente cualitativa. Los principales tipos de investigación cualitativa son:

Investigación-acción: es un tipo de investigación aplicada, destinada a encontrar soluciones a problemas que tenga un grupo, una comunidad, una organización. Los propios afectados participan en la misma;

Investigación Participativa: es un estudio que surge a partir de un problema que se origina en la misma comunidad, con el objeto de que en la búsqueda de la solución se mejore el nivel de vida de las personas involucradas. Dentro de la investigación participativa se pueden encontrar:

1. Estudio de casos: es el estudio de sucesos que se hacen en uno o pocos grupos naturales;

2. Estudio Etnográfico: es una investigación en la cual el investigador se inserta, camuflado en una comunidad, grupo o institución, con el objeto de observar, con una pauta previamente elaborada.

d) Estudios Históricos:

La investigación histórica se realiza cuando se desea estudiar desde una perspectiva histórica una realidad, recurriendo a las fuentes primarias y secundarias para la reconstitución de la misma.

1.7 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método Inductivo

Inducción: Es un modo de razonar que nos lleva:

- a) De lo particular a lo general.
- b) De una parte a un todo.

Inducir es ir más allá de lo evidente. La generalización de los eventos es un proceso que sirve de estructura a todas las ciencias experimentales, ya que éstas—como la física, la química y la biología— se basan (en principio) en la observación de un fenómeno (un caso particular) y posteriormente se realizan investigaciones y experimentos que conducen a los científicos a la generalización.

Método Deductivo

Deducción: Es un tipo de razonamiento que nos lleva:

- a) De lo general a lo particular.
- b) De lo complejo a lo simple.

Pese a que el razonamiento deductivo es una maravillosa herramienta del conocimiento científico, si el avance de la ciencia se diera sólo en función de él, éste sería muy pequeño. Esto se debe a que nuestra experiencia como humanos es limitada, depende de nuestros sentidos y de nuestra memoria.

El Método Histórico

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia.

Método Lógico

Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento más profundo de esta, de su esencia. La estructura lógica del objeto implica su modelación.

1.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN⁸

Observación directa

Consiste en observar fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc. con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

⁸Guía Para el Plan de Proyecto de Titulación

Encuestas

Técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Se diseña un formato de encuesta a través de preguntas que recordaran información acerca de la demanda.

Se realiza por falta de información y para determinar demanda insatisfecha.

Para desarrollar mi proyecto voy a utilizar la técnica de la encuesta ya que me ayudará a obtener información importante que desconozco. También realizare los siguientes pasos:

Procesamiento de Datos

Es la Técnica que consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados por el usuario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente.

Tabulación de Datos

La tabulación consiste en presentar los datos estadísticos en forma de tablas o cuadros.

Los tratamientos estadísticos

Se caracterizan por un ir y venir permanente entre los datos, que son colecciones de cifras medidas, y los modelos probabilistas que no tienen ninguna realidad

física, pero proveen herramientas para describir la variabilidad de los datos. En esta manera de pensar, un primer paso consiste en asociar a la muestra una ley de probabilidad ficticia.

Análisis de Datos

El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación.

Interpretación de los resultados

El objetivo de la interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su trabazón con otros conocimientos disponibles. Ambos propósitos, por supuesto, presiden la totalidad del proceso de investigación, todas las fases precedentes han sido tomadas y ordenadas para hacer posible la realización de estos dos últimos momentos.

Este aspecto del proceso se realiza confrontando los resultados del análisis de los datos con las hipótesis formuladas y relacionando dichos resultados con la teoría y los procedimientos de la investigación.

1.9 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Es todo conjunto de elementos, finito o infinito, definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen, y sólo ellos. En muestreo se entiende por población a la totalidad del universo que interesa considerar, y que es necesario que esté bien definido para que se sepa en todo momento que elementos lo componen.

La muestra

Es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. Se obtiene con la finalidad de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de la población.

1.10 MARCO CONCEPTUAL

Microempresa.- Se conoce como microempresa a aquella empresa de tamaño pequeño, cuenta con un máximo de diez empleados.

Moda.- Es un modo, uso o costumbre que está en auge por un tiempo determinado en un lugar como puede ser un país.

Confección.- Hechura de un traje o prenda de vestir.

Exclusivo.- Único, solo.

Retraso.- Atraso o demora en la ejecución de una cosa.

Calidad.- Es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Acabado.- Perfeccionamiento o último retoque que se da a una obra.

Casimir.- Tela muy fina para trajes de vestir.

Poliéster.- Materia plástica que se obtiene por condensación de poliácidos con polialcoholes o glicoles y que se usa en la fabricación de pinturas, fibras textiles, películas, etc.

Modelo.- Es un ente que representa de forma precisa algo que será realizado o que ya existe.

Bordado.- Es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible.

Textil.- Es el término genérico aplicado originalmente a las telas tejidas, pero que hoy se utiliza también para fibras, filamentos, hilazas e hilos.

Tejido.- La tela resultante de tejer hilos, filamentos o fibras.

Masivo.- Es aquello que tiene una gran masa con una gran densidad

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

El desarrollo del presente capítulo está orientado a determinar el comportamiento que tiene la actividad comercial en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, particularmente en lo referente a comercialización de ropa casual, con la finalidad de establecer la demanda, que será cubierta en una proporción razonable por la nueva microempresa.

2.1 MERCADO

“Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”⁹

En realidad el mercado no solamente puede ser un sitio físico, ya que existen casos de negociaciones en internet, es decir, ni siquiera toman contacto personal el comprador y vendedor para realizar la transacción.

Los compradores (la demanda) tienen una necesidad y por tanto se acercan al mercado para satisfacerla, y por otro lado los vendedores (la oferta) están prestos a proporcionar sus productos y/o servicios a cambio de un precio determinado.

Para el caso del presente proyecto se tomará en cuenta las personas adolescentes y jóvenes de la ciudad de Tulcán que usen ropa casual.

⁹ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de proyectos, Quinta edición, McGrawHill. Pág. 14

2.2 TIPOS DE MERCADO

Según los autores Fisher y Espejo, los mercados se dividen de acuerdo a algunos criterios, como se resumen a continuación:¹⁰

Desde el punto de vista Geográfico:

- Mercado Internacional (en varios países)
- Mercado Nacional (abarca el territorio de un país)
- Mercado Regional (abarca una zona mayor a límites políticos)
- Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo (se realiza en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad)
- Mercado Metropolitano (dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande)
- Mercado Local (dentro de una ciudad)

Según el Tipo de Cliente:

- Mercado del Consumidor: Los compradores son personas o individuos que adquieren los bienes y servicios para un uso personal.
- Mercado del Productor o Industrial: Los compradores son individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- Mercado del Revendedor: Es el mercado también conocido como comercial, ya que individuos o empresas obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios.

¹⁰ Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotécnica, Tercera edición, McGrwHill. Pág. 85-90

- Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones.

Por otra parte los autores Kotler y Lane, presentan una clasificación de mercados de la siguiente manera: Mercado de consumidores, de empresas, globales y no lucrativos.¹¹

2.2.1 Tipo de mercado del proyecto

El proyecto, centrará su producción y comercialización en la ciudad de Tulcán, por lo que se apuntará a un mercado local.

Así mismo el proyecto será de tipo industrial, ya que transformará la materia prima en prendas de vestir, y realizará la comercialización.

Es importante aclarar que se pretende establecer una fábrica que distribuya y comercialice el producto dentro del mercado Local de Tulcán, y que enfrentará a la libre competencia del mercado del producto: ropa casual que existe en dicha ciudad; por esto la ropa a crear será de modelos exclusivos que les de el atractivo necesario a los compradores y consumidores de la zona.

¹¹Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin, Dirección de marketing, duodécima edición, Pearson. Pág. 11-12

2.3 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo principal del estudio de mercado será el realizar una investigación a cerca de la oferta y demanda de ropa en la ciudad de Tulcán, para verificar la oportunidad de cabida del proyecto a realizar.

Puntualizando los objetivos se pueden mencionar los siguientes:

- Especificar el mercado objetivo: ciudad de Tulcán y verificar el tamaño de la demanda.
- Realizar una segmentación adecuada para la posibilidad de colocación del producto.
- Realizar una investigación a cerca de los gustos y preferencias de la demanda sobre ropa casual, con el fin de establecer características ara el producto.
- Investigar sobre la oferta de ropa casual en la ciudad de Tulcán.
- Determinar el nivel de demanda insatisfecha que existe en el mercado.
- Determinar los factores que afectarán al precio del producto.
- Fijar la cantidad de producción que se debe ofrecer al mercado, para alcanzar la rentabilidad del proyecto.
- Realizar las estrategias de la mezcla de mercadotecnia para el proyecto.

2.4 EL PRODUCTO

El proyecto pretende plantear la viabilidad de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa casual en la ciudad de Tulcán, por lo que a continuación se presenta una breve descripción de las prendas de vestir que se formarían parte del producto a fabricar.

Es importante indicar que los productos a confeccionar y comercializar serán prendas de vestir de alta calidad en tejidos 100% algodón/poliéster. La variedad de prendas a fabricar incluye jeans, blusas, camisas y camisetas. Todos estos productos se desarrollaran según las exigencias del cliente, y con modelos innovadores.

2.4.1 Características del producto

Los productos que va a fabricar la microempresa propuesta en el presente proyecto, van a tener las siguientes características:

- Calidad debido a sus materiales
- Comodidad
- Textura agradable
- Calidad del hilo y la costura
- Durabilidad
- Diseños innovadores
- Diversidad en colores.

En ciertos casos se podrá trabajar con algunas variaciones puntuales solicitados por clientes para la confección de algunas prendas, lo que proporcionará exclusividad de los modelos para proporcionar la total satisfacción del cliente.

Se cuidará mucho el material utilizado en las prendas a fabricar, lo cual permitirá la calidad, comodidad y diseños diferenciados. El material en la mayoría de las de las prendas de vestir será algodón y polyester ya que se lo considera como el de mejor calidad.

En cuanto a los acabados se utilizará botones de buena calidad, hilos de acrílico, y de preferencia etiquetas estampadas para evitar molestias del consumidor del

producto, ya que muchas veces las etiquetas grandes o con relieves representan molestias en el cuello y espalda.

Los productos a confeccionar serán los siguientes:

- Jeans, para hombre y mujer:

GRÁFICO 1:
PRODUCTO JEANS HOMBRE



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

GRÁFICO 2:
PRODUCTO JEANS MUJER



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

- Camisas, para hombre:

GRÁFICO 3:
PRODUCTO CAMISA HOMBRE 1



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

GRÁFICO 4:
PRODUCTO CAMISA HOMBRE 2



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

- Blusas, para mujer:

GRÁFICO 5:
PRODUCTO BLUSAS 1



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

GRÁFICO 6:
PRODUCTO BLUSAS 2



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

- Camisetas, para hombre y mujer:

GRÁFICO 7:
PRODUCTO CAMISETAS MUJER



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

GRÁFICO 8:
PRODUCTO CAMISETAS HOMBRE



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

2.5 DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹²

La demanda estará entonces constituida por todas aquellas personas que deseen adquirir ropa casual, y que estén dispuestos a pagar un precio, que irá en función del tipo de calidad y demás condiciones del producto.

Es importante resaltar que la demanda tiene algunos factores que inciden al momento de la compra de los productos, en general, pero más aún cuando se trata de ropa casual, ya que aparte de factores como calidad, precio, cantidad, etc. entran variables subjetivas como color, diseño, talla, modelo, etc.

Para el caso del proyecto propuesto la demanda estará conformada por todas las personas de Tulcán que requieran adquirir prendas de vestir casuales o informales, pero no deportivas.

El análisis de la demanda del presente proyecto pretende cuantificar la cantidad de ropa que el consumidor está dispuesto a adquirir.

2.5.1 Metodología para la cuantificación de la demanda

Para realizar la estimación de la demanda del proyecto de confección y comercialización de ropa, se tomará en cuenta dos aspectos fundamentales: el primero es realizar una segmentación básica para determinar el universo del

¹² Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 17

proyecto, de la población de la ciudad de Tulcán; y el segundo es la aplicación de una encuesta sobre una muestra establecida, que permitirá identificar la demanda, e incluso aspectos como gustos, rangos de precios, etc.

2.5.2 Segmentación

“La segmentación de mercados es el proceso mediante el que identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores.”¹³

Es decir que se va a especificar algunas condiciones que deberá cumplir la población para que sea tomada en cuenta como el universo de aplicación de la encuesta. En otras palabras de toda la población de la ciudad de Tulcán, se realizará una selección de algunas personas que cumplan con ciertas condiciones, con el fin de definir las como potenciales demandantes del producto que se pretende crear con el proyecto.

Para realizar la segmentación se utilizarán puntualmente los siguientes criterios:

- Segmentación Geográfica (características del lugar)
- Segmentación Demográfica (características de la población)
- Segmentación Psicográfica (rasgos de la personalidad a tomar en cuenta)

A continuación se definen las variables de cada criterio escogido para la segmentación.

¹³ Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotecnia. Tercera edición. McGrawHill. Pág. 92

TABLA 1:
TABLA DE SEGMENTACIÓN

<p>VARIABLES GEOGRÁFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Región: Tulcán •Zona: Urbana •Clima: Frío, soleado, lluvioso, nublado
<p>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Edad: Entre 12 y 25 años •Sexo: Masculino y Femenino •Ciclo de vida: Adolescentes y Jóvenes •Educación: Todos los niveles
<p>VARIABLES PSICOGRÁFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Personalidad: Jovial, sociable, preocupado de si mismo •Estilo de vida: Dinámicos, aventureros •Motivo compra: Moda

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

2.5.3 Determinación del Universo del proyecto

Una vez que se conoce claramente la segmentación, se procede a estimar el universo del proyecto, para lo cual se partirá de la población de la ciudad de Tulcán y luego se tomarán los posibles demandantes partiendo del grupo segmentado, es decir jóvenes hombres y mujeres de 12 a 25 años de edad.

Según los datos del censo realizado en el año 2010 por el INEChay 14'483.499 de ecuatorianas y ecuatorianos. De los cuales en la provincia del Carchi hay 164.524 habitantes, donde 83.369 son mujeres y 81.155 son hombres.

TABLA 2:
POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI POR CANTONES

CANTONES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
BOLÍVAR	7.166	7.181	14.347
EL ANGEL	6.527	6.837	13.364
MIRA	6.121	6.059	12.180
SAN GABRIEL	14.910	15.601	30.511
SAN PERO DE HUACA	3.847	3.777	7.624
TULCÁN	42.584	43.914	86.498
TOTAL	81.155	83.369	164.524

FUENTE: INEC CENSO POBLACIÓN 2010
ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

En el cantón Tulcán existen 86.498 habitantes de los cuales 43.914 son mujeres y 42.584 son hombres.

Para el presente proyecto se tomarán en cuenta la población de jóvenes entre 12 y 25 años de edad que existen en el Cantón Tulcán. Dicha población es de 24.778 personas, según el último censo de población realizado por el INEC en el año 2010; del cual se tiene la siguiente división:

- Hombre: 12.199
- Mujer: 12.580

La tasa de crecimiento poblacional establecida por el INEC en el último censo del año 2010 es del 1.95% para el Ecuador; sin embargo, es diferente en cada provincia, cantón, e incluso por edades, por lo que a continuación se presenta un cuadro que muestra las tablas respectivas de crecimiento, y la de la población entre 12 y 25 años del Cantón Tulcán, que es la población objetivo del presente proyecto.

TABLA 3:
TASA CRECIMIENTO

TASA CRECIMIENTO	PORCENTAJE
NACIONAL	1,95%
PROV. CARCHI	0,81%
CANTON TULCAN	1,27%
ENTRE 12 Y 25 AÑOS	0,64%

FUENTE: INEC CENSO POBLACIÓN 2010
ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Una vez investigados los datos de la población objetivo, así como la tasa respectiva de crecimiento, se procede a establecer el universo actual, por lo que se tendrían los siguientes cálculos:

TABLA 4:
CÁLCULOS UNIVERSO

AÑO	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2010	TULCÁN	42.584	43.914	86.498
2010	DE 12 A 25 AÑOS	12.199	12.580	24.778
TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL				0,64%
2011	DE 12 A 25 AÑOS	12.277	12.660	24.937
2012	DE 12 A 25 AÑOS	12.356	12.742	25.097

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

De esta manera se determina que el universo para establecer la demanda del proyecto es de 25.097 personas, que están entre los 12 y 25 años, y que viven en la ciudad de Tulcán.

2.5.4 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño del universo (25.097)

Z: variable del nivel de confianza de los datos 95% (1,96)

p: probabilidad a favor 84%

q: probabilidad en contra 16%

e: error de estimación 5%

Remplazando los datos se tiene que:

$$n = \frac{1,96^2 * 25.097 * 0,84 * 0,16}{0,05^2(25.097 - 1) + (1,96^2 * 0,84 * 0,16)}$$

$$n = \frac{12.957,99}{63,26}$$

$$n = 204,85$$

Que equivale a:

$$n = 205$$

El número de adolescentes y jóvenes de ambos sexos que serán encuestados en la ciudad de Tulcán es de 205.

2.5.5 Diseño de la encuesta

Con el objetivo de estimar la respectiva demanda para el proyecto que se plantea, se procederá a aplicar una encuesta, la cual se detalla en el Anexo 1 de la presente investigación.

2.5.6 Tabulación de la encuesta

Las 205 encuestas fueron aplicadas en la calle Bolívar de la ciudad de Tulcán el día viernes 24 de febrero del 2012, ya que es costumbre de muchos jóvenes y adolescentes salir a pasear con sus amigos ese día en dicha zona.

Los resultados de la encuesta se presentan a continuación:

DATOS GENERALES

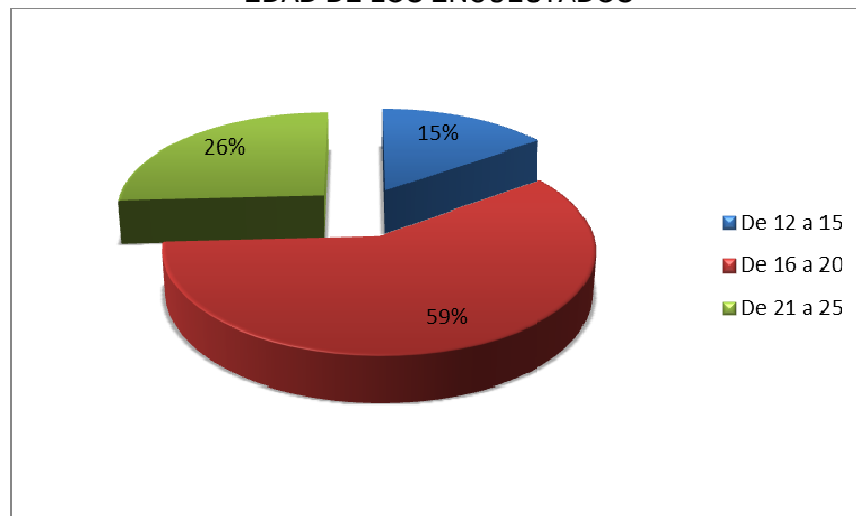
- **Edad:**

TABLA 5:
EDAD DE LOS ENCUESTADOS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 12 a 15	31	15%
De 16 a 20	121	59%
De 21 a 25	53	26%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 9:
EDAD DE LOS ENCUESTADOS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La mayor parte de los encuestados (un 59%) se encuentra entre los 16 a 20 años, seguido de un 26% que tienen entre 21 a 25 años, y el restante 15% entre 12 a 15 años.

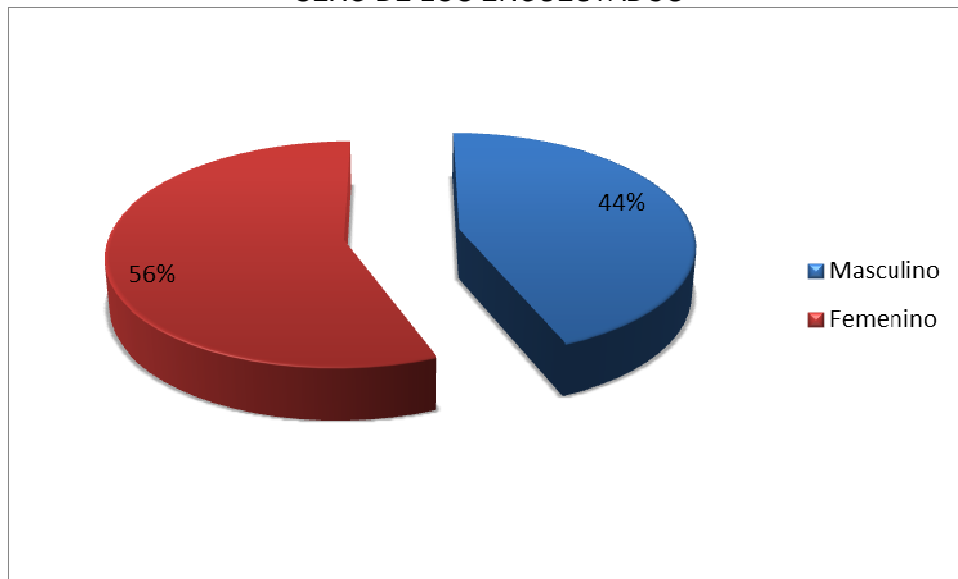
- **Sexo:**

TABLA 6:
SEXO DE LOS ENCUESTADOS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	90	44%
Femenino	115	56%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 10:
SEXO DE LOS ENCUESTADOS



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El 56% de los encuestados representan al sexo femenino, mientras que el 44% al sexo masculino.

PREGUNTAS

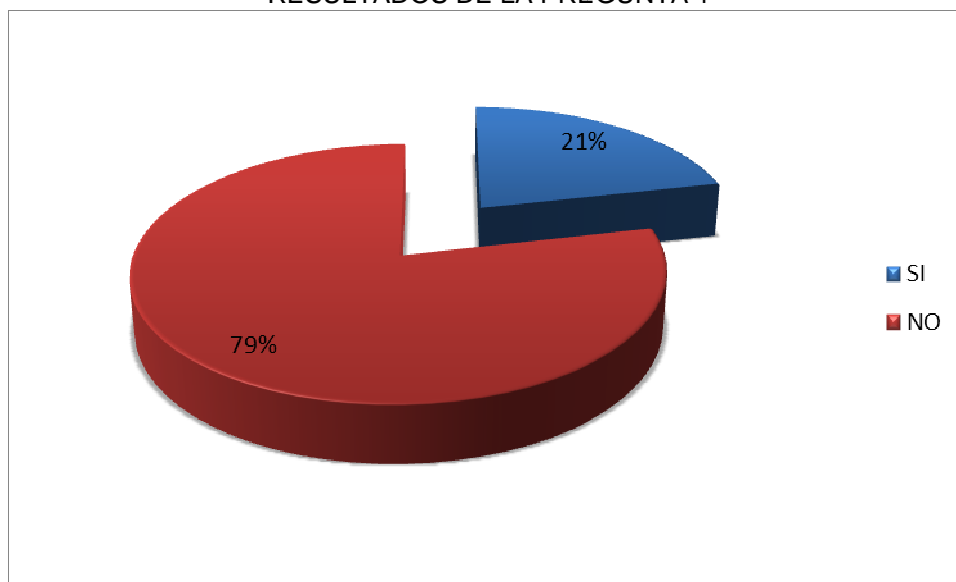
1. ¿Está satisfecho con la ropa casual que se produce y oferta en la ciudad de Tulcán?

TABLA 7:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	21%
NO	161	79%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 11:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Al preguntar sobre la satisfacción de la ropa casual que se confecciona y comercializa en la ciudad de Tulcán, un alto porcentaje, casi el 80%, contestó que no está satisfecho, y solamente un 21% de los encuestados mostraron conformidad.

2. ¿Dónde compra usualmente su ropa casual?

TABLA 8:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	19	9%
Boutiques	57	28%
Almacenes	96	47%
Colombia	33	16%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 12:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Casi la mitad de los encuestados confirmaron comprar la ropa casual en almacenes, un 28% en boutiques, el 9% adquiere el producto en el mercado, y un 16% admitió comprar la ropa en el vecino país del norte, debido principalmente a modelos e incluso calidad.

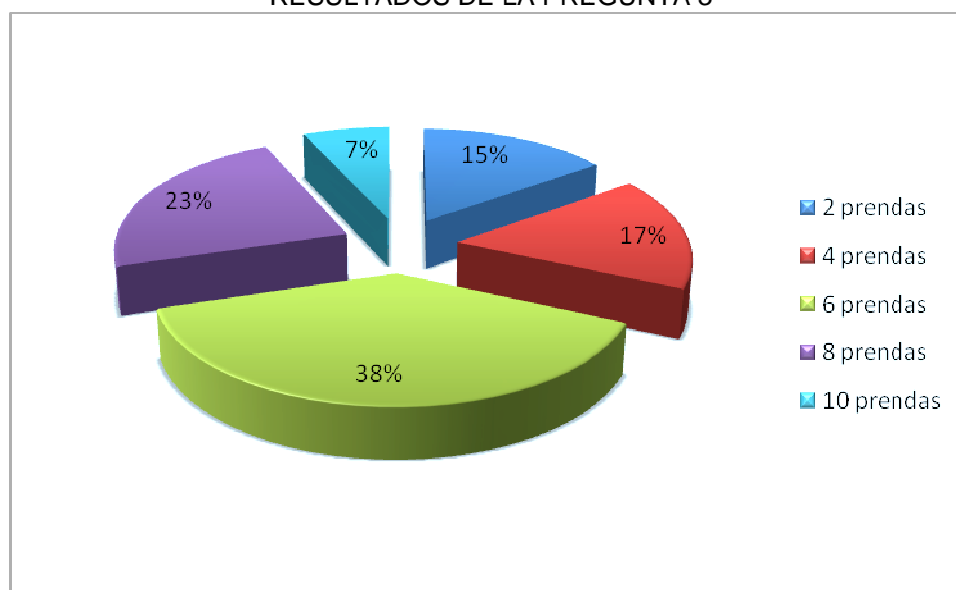
3. ¿Cuántas prendas de vestir compra en el año?

TABLA 9:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 prendas	31	15%
4 prendas	34	17%
6 prendas	79	39%
8 prendas	47	23%
10 prendas	14	7%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 13:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El 39% de los encuestados adquiere 6 prendas de ropa casual al año, un 23% compra 8 prendas, mientras que un 17% adquiere 4 prendas. El 15% de los encuestados aceptó adquirir 2 prendas al año, y solamente un 7% compra 10 prendas cada año. Es decir que la mayoría adquiere 6 prendas al año en promedio.

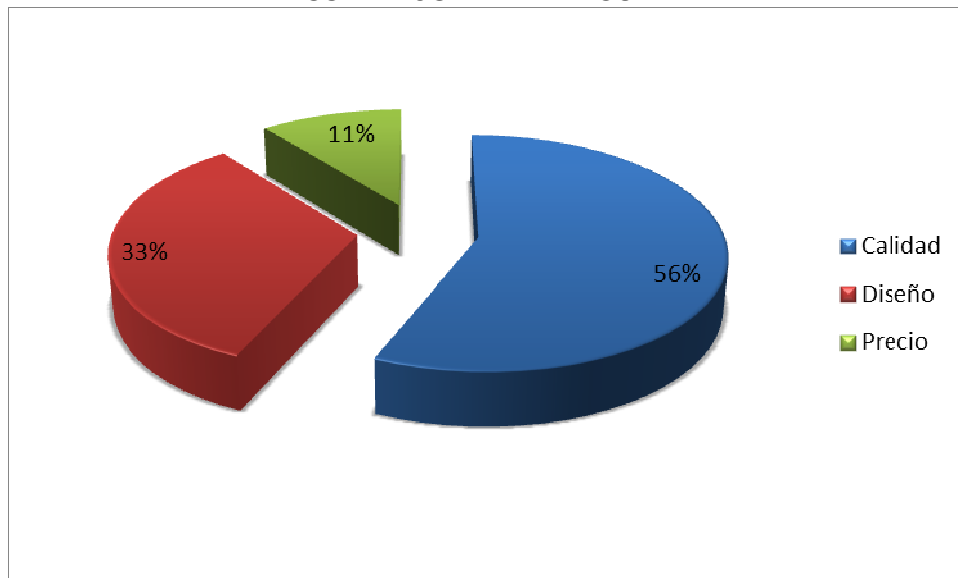
4. ¿Qué factor es más importante para usted al momento de comprar su ropa casual?

TABLA 10:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	116	57%
Diseño	67	33%
Precio	22	11%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 14:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La razón principal para comprar ropa casual según los encuestados, fue la calidad, ya que un 56% admitió preferir dicho factor como razón principal de compra; el diseño fue el principal motivo para el 33% de los encuestados, y solamente un 11% respondió que el precio es el principal factor para decidir al momento de comprar la ropa casual.

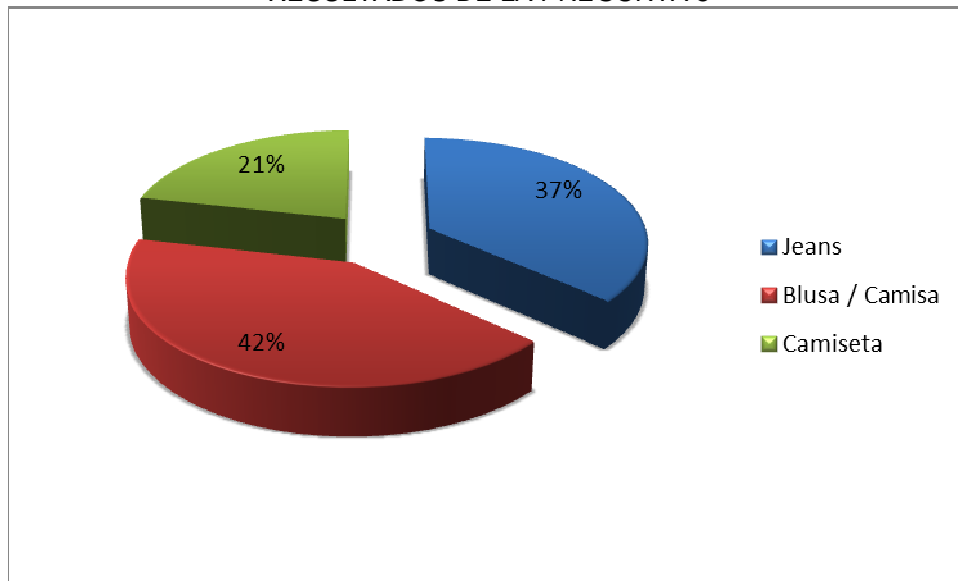
5. ¿Qué prendas de ropa casual usualmente adquiere?

TABLA 11:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jeans	75	37%
Blusa / Camisa	86	42%
Camiseta	44	21%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 15:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se pretendió averiguar sobre la preferencia de prendas de ropa casual, y las respuestas indicaron que las blusas o camisas son las de mayor demanda por los encuestados (42%), un 37% respondió que los jeans son sus prendas preferidas, y solamente un 21% respondió que la camiseta es su prenda preferida al momento de comprar su ropa casual. Es importante la incidencia del clima en la respuesta de los encuestados.

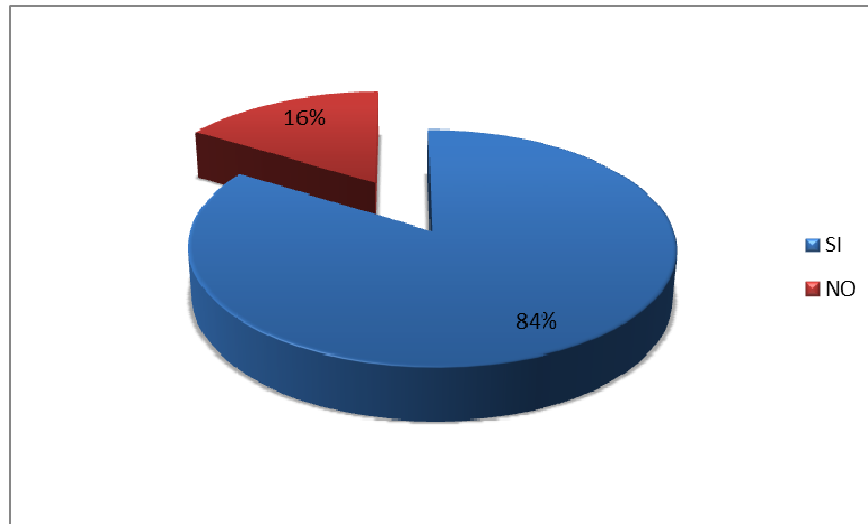
6. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de confección de ropa casual en la ciudad de Tulcán, que ofrezca prendas de diseños exclusivos y modernos con excelente calidad de telas?

TABLA 12:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	172	84%
NO	33	16%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 16:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

A pesar de que en la pregunta 1 un 21% admitió estar satisfecho con la ropa que se confecciona y comercializa en la ciudad de Tulcán, al momento de consultar sobre la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa casual, bajo condiciones de calidad y diseños modernos y exclusivos, el 84% está de acuerdo con el proyecto.

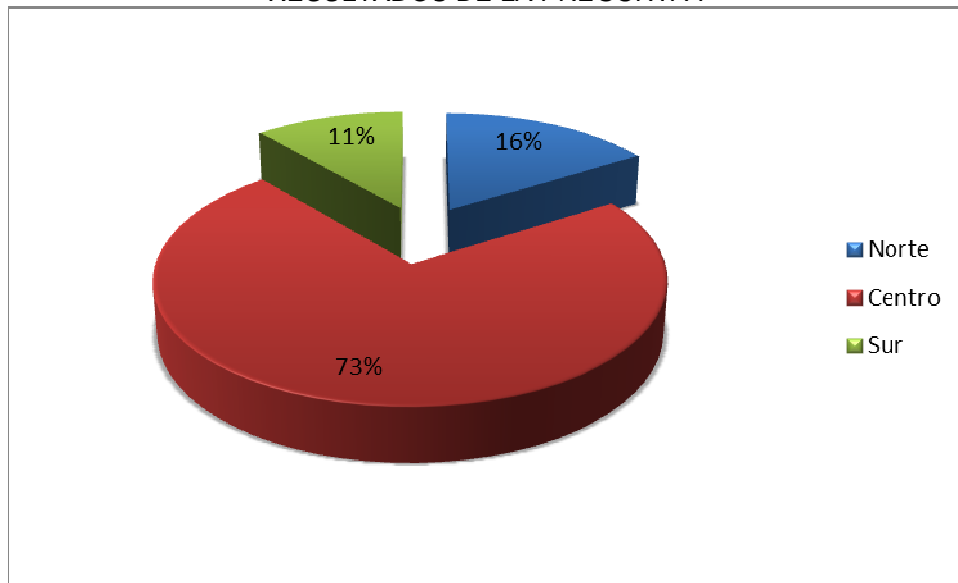
7. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique la microempresa?

TABLA 13:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Norte	33	16%
Centro	149	73%
Sur	23	11%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 17:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La preferencia de la población encuestada sobre la ubicación del proyecto es en el centro de la ciudad de Tulcán, con el 73%; mientras que un 16% cree que la mejor ubicación sería en el norte, y solamente el 11% en el sur de la ciudad.

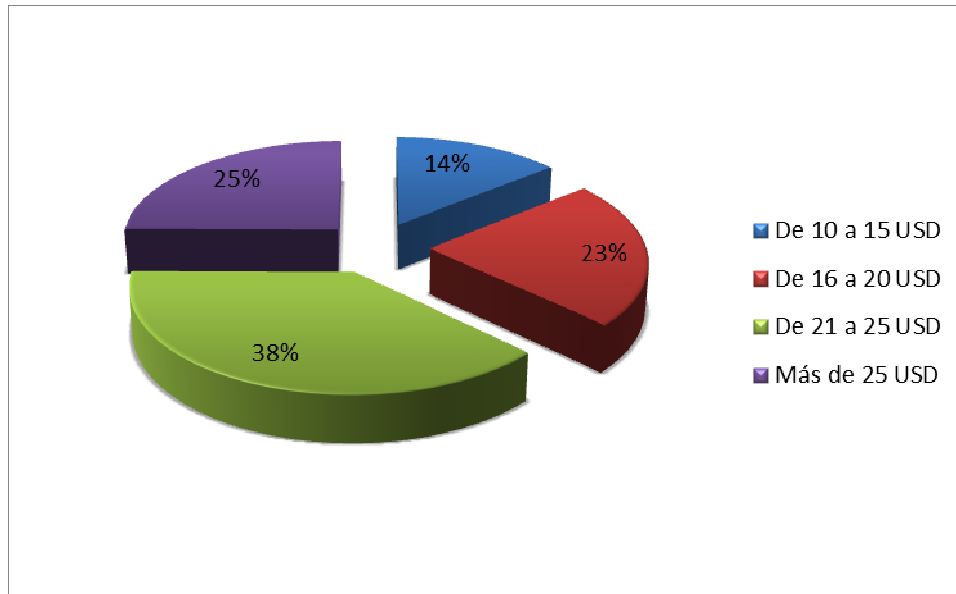
8. El precio al que adquiere sus prendas de vestir varía entre:

TABLA 14:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 15 USD	29	14%
De 16 a 20 USD	47	23%
De 21 a 25 USD	78	38%
Más de 25 USD	51	25%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 18:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El 38% de los encuestados respondió que adquiere sus prendas de vestir casuales a un precio entre 21 y 25 USD, el 25% adquiere a un precio mayor a 25 USD, mientras que un 25% adquiere entre 15 y 20 USD, y solamente un 14% adquiere a valores inferiores a 15 USD. Se puede verificar que el 63% adquiere a precios sobre los 21 USD.

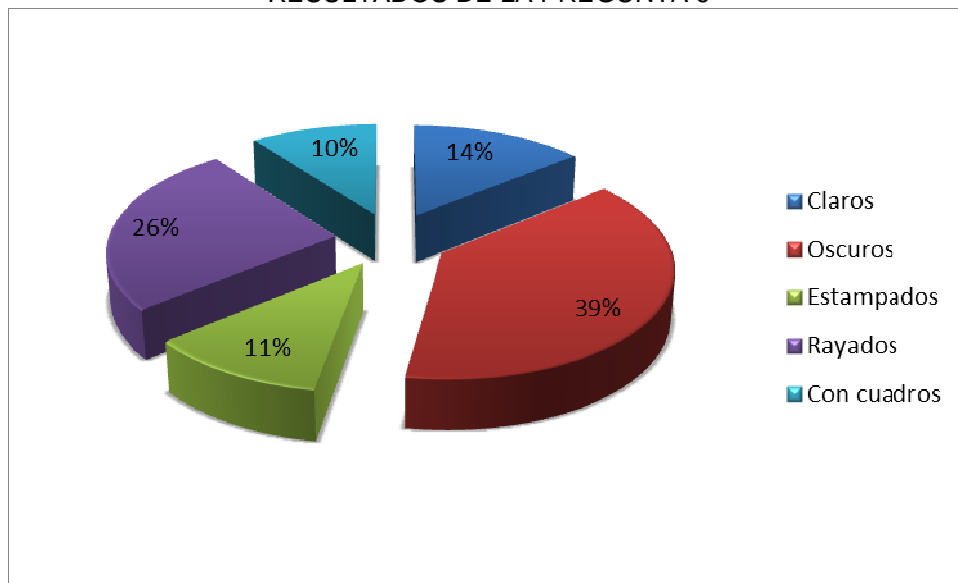
9. ¿Qué colores prefiere para sus prendas de vestir?

TABLA 15:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Claros	29	14%
Oscuros	79	39%
Estampados	23	11%
Rayados	53	26%
Con cuadros	21	10%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 19:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El 39% respondió que prefiere los colores oscuros, seguido del 26% que tiene preferencia por las rayas. Un 14% prefiere colores claros, y el restante 21% gusta de estampados y cuadros en sus prendas de vestir casuales. Es decir que la tendencia sería por los colores oscuros y la ropa a rayas.

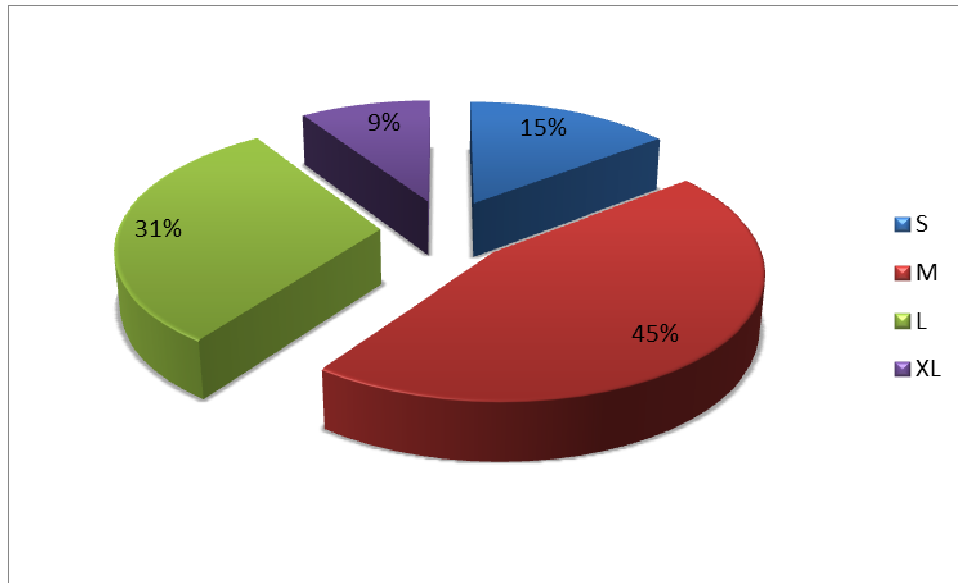
10. ¿Qué talla de prendas de vestir usa?

TABLA 16:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S	30	15%
M	93	45%
L	63	31%
XL	19	9%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 20:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Al hablar de tallas, casi la mitad, es decir un 45% de los encuestados admitió usar la talla M “médium”, un 31% usa talla L o “large”, un 15% la talla S o “small” y solamente el restante 9% usa talla XL o “extra large”. La tendencia va por las tallas M y L (mediano y grande).

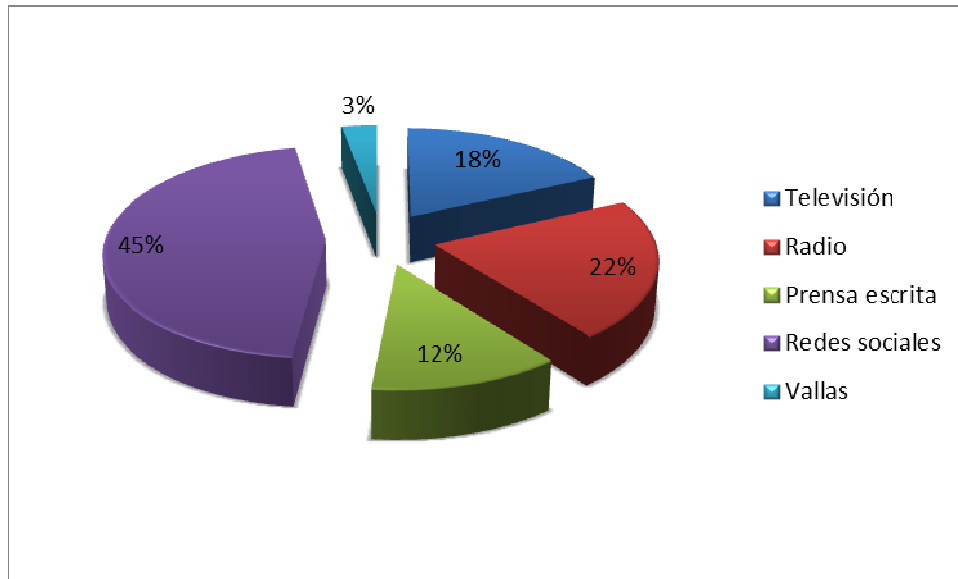
11. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir publicidad sobre ropa casual?

TABLA 17:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 11

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	37	18%
Radio	44	21%
Prensa escrita	25	12%
Redes sociales	93	45%
Vallas	6	3%
TOTAL	205	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

GRÁFICO 21:
RESULTADOS DE LA PREGUNTA 11



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Debido a la edad de los encuestados hay una fuerte preferencia de recibir publicidad e información de la ropa casual que ofrecerá el proyecto por medio de las redes sociales, ya que un 45% seleccionó la opción de internet para la

publicidad. La radio y televisión ocupan el segundo y tercer lugar de preferencia para este tipo de publicidad según los encuestados.

2.5.7 Análisis de los resultados generales de la encuesta

Los resultados obtenidos en las encuestas muestran un mercado potencial favorable para el proyecto. En resumen se puede resaltar el hecho de que un 79% de los encuestados está insatisfecho con la ropa casual que se confecciona y comercializa en la ciudad de Tulcán, y un 84% estaría de acuerdo con se cree una microempresa que oferte ropa casual de buena calidad y con diseños innovadores y exclusivos.

A continuación se muestra un resumen de los resultados:

- La mayor parte de los potenciales clientes tienen entre 16 y 20 años.
- El género femenino es un 6% mayor que el masculino.
- Un 79% no está satisfecho con la ropa casual que se produce y comercializa en la ciudad.
- Un 75% adquiere ropa en almacenes y boutiques, sin embargo es importante tomar en cuenta la incidencia de un 16% que aceptó adquirir ropa fuera del país, aprovechando la cercanía de la ciudad de Ipiates que es tan comercial.
- La mayor cantidad de personas compran 6 prendas de vestir al año.
- Los encuestados identificaron a la calidad como el factor más importante para escoger su ropa, seguido del diseño.
- Las blusas/camisas son las prendas más compradas, seguidas muy de cerca por jeans.
- Al 84% de la población estaría de acuerdo con la creación de la microempresa de confección y comercialización de ropa casual de buena calidad y modelos exclusivos.

- El 73% de los encuestados prefieren que el proyecto se ubique en el centro de la ciudad.
- Un 63% de los encuestados adquiere sus prendas de vestir de ropa casual a un valor mayor a \$20.
- La preferencia de colores es de colores oscuros, luego de telas a rayas.
- Las tallas más usadas son Médium y Large.
- El 45% de la población prefiere recibir información sobre la ropa casual mediante redes sociales, mientras que un 39% gustaría de publicidad en radio y televisión.

2.5.8 Cuantificación de la demanda

En el cálculo del tamaño de la muestra se determinó que se deben realizar 205 encuestas, por motivo de estudio se realizaron 90 encuestas para hombres y 115 encuestas para mujeres, de los cuales se determinó la demanda de la siguiente forma:

HOMBRES

De las 90 encuestas el 79% de los mismos no se encuentran satisfechos con la ropa que se comercializa actualmente en el mercado, por lo que dicho rubro será considerado como demanda potencial del presente proyecto; es decir que 71 de los 90 investigados comprarían el producto con una frecuencia de 6 veces al año, dando un total de 8724hombres entre 12 y 25 años del Cantón Tulcán.

MUJERES

Igualmente en el caso de las 115 mujeres encuestadas el 79% no se encuentran satisfechas con la ropa que se comercializa actualmente en el mercado, por lo que dicho rubro será considerado como demanda potencial del presente proyecto; es

decir que 91 de las 115 investigadas comprarían el producto con una frecuencia de 6 veces al año, dando un total de 11.103 mujeres entre 12 y 25 años del Cantón Tulcán.

Para ambos casos se estima una compra de 6 prendas al año según las respuestas a la pregunta 3 de la encuesta aplicada.

Con los datos obtenidos se tiene que la demanda potencial es de 118.962 prendas al año actual.

2.5.9 Demanda proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se tomará la tasa de crecimiento poblacional estimada por el INEC, en el último censo de población y vivienda realizada el año 2010, para la población entre 12 y 25 años del Cantón Tulcán, esto da un crecimiento del 0.64% cada año. Para efectuar los cálculos se parte de 19.827 personas que consumirán 118.962 prendas el año actual y aplicando el porcentaje de crecimiento se tiene el siguiente cuadro:

TABLA 18:
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA ANUAL (PERSONAS)	PRENDAS POR PERSONA AL AÑO	DEMANDA ANUAL (PRENDAS)
2013	19.954	6	119.724
2014	20.082	6	120.492
2015	20.211	6	121.264
2016	20.340	6	122.042
2017	20.471	6	122.824

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Adicionalmente a la demanda en personas, el cuadro muestra la demanda en prendas, bajo la estimación de compra de 6 prendas por cada persona al año, según los resultados de la encuesta (pregunta 3).

2.6 OFERTA

“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.”¹⁴

La oferta toma en cuenta los competidores que ofrecen en el mercado el producto que el proyecto pretende confeccionar y comercializar: ropa casual. Si bien es cierto existen varios proveedores de ropa en la ciudad de Tulcán, se tomará en cuenta solamente aquellos que comercialicen prendas de ropa casual tales como jeans, camisas/blusas y camisetas, es decir quedarán fuera almacenes que ofrezcan ropa deportiva, formal, interior, etc.

2.6.1 Cuantificación de la oferta

La oferta de las prendas de vestir está representada por las empresas de confección y comercialización de ropa que se encuentran en la ciudad de Tulcán, Provincia de Carchi.

Para cuantificar la oferta actual del proyecto se realizó una validación con algunos locales de comercialización de prendas de vestir de ropa casual de la ciudad de Tulcán, entre los principales se pudo visitar los siguientes:

¹⁴ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 48

- DelferSport
- Boutique Exclusivos
- Santa Estación
- Moda al día
- FashionPoloStar
- Energy
- Jonay's Boutique
- Joshep Sports
- Up town
- Kape
- Dabsoy

De los 11 locales descritos, solamente el primero de la lista de nombre DelferSport es el más grande que comercializa ropa casual exclusiva, los demás locales son de tamaño pequeño y a pesar de que venden ropa casual, los modelos distribuidos son menos exclusivos.

Con el objetivo de levantar información de la competencia descrita se realizó una investigación de campo con algunos de los 11 locales, y se obtuvo los siguientes resultados:

- Un almacén vende al mes aproximadamente:
 - 100 jeans * 11 locales = 1.100 prendas al mes
 - 80 camisas * 11 locales = 880 prendas al mes
 - 50 camisetas * 11 locales = 550 prendas al mes
 - 120 blusas * 11 locales = 1320 prendas al mes
- A pesar de que se vende todo el año: los meses más relevantes son: diciembre, noviembre, abril, mayo y junio.

- Se vende un 5% más de ropa de mujer que de hombre.
- Los precios promedios estimados son:
 - Jeans: \$30
 - Camisas: \$25
 - Blusas: \$28
 - Camisetas \$20
- Más de la mitad de los compradores pagan en efectivo, un 30% con crédito directo al almacén y solamente un 15% con tarjeta de crédito.

Aplicando los resultados de la investigación de campo a la cantidad estimada de 11 locales que comercializan prendas de vestir en la ciudad de Tulcán se propone el siguiente cuadro que muestra el cálculo de la oferta del proyecto:

TABLA 19:
CÁLCULO DE LA OFERTA

ALMACEN	CANTIDAD	VENTAS AL MES					VENTAS AL AÑO
		JEANS	BLUSAS	CAMISAS	CAMISETAS	TOTAL	
LOCALES	11	100	120	80	50	3.850	46.200
TOTAL		1.100	1.320	880	550	3.850	46.200

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Como se puede ver la oferta en la tabla, la ropa casual ofrecida por los establecimientos que comercializan en la ciudad de Tulcán llega a ser de 46.200 prendas al año, solamente tomando en cuenta jeans, camisas, blusas y camisetas. Este valor se toma como la oferta actual del proyecto.

2.6.2 Oferta proyectada

Para proyectar la oferta del proyecto, se aplicará el mismo método que se utilizó para proyectar la demanda, es decir se tomará la tasa del 0.64% de crecimiento poblacional establecido en el último censo de población realizado por el INEC, para las edades y cantón objetivo del proyecto, con lo cual la oferta proyectada para los siguientes 5 años será la siguiente:

TABLA 20:
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA ANUAL (PRENDAS)
2013	46.496
2014	46.794
2015	47.094
2016	47.396
2017	47.700

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

2.7 CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Una vez que se han proyectado la demanda y oferta, se procede a calcular la demanda insatisfecha del proyecto.

“Se llama demanda potencial insatisfecha a 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 proveedor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”¹⁵

¹⁵ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 51

Como lo indica el autor citado la demanda insatisfecha se calcula tomando en cuenta el consumo de años futuros del producto, debidamente restada la posible oferta bajo condiciones estándares, que se fijan al momento del cálculo.

El siguiente cuadro muestra la demanda insatisfecha potencial del proyecto para los siguientes 5 años:

TABLA 21:
CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA ANUAL (PRENDAS)	OFERTA ANUAL (PRENDAS)	DEMANDA INSATISFECHA (PRENDAS)
2013	119.724	46.496	73.228
2014	120.492	46.794	73.697
2015	121.264	47.094	74.170
2016	122.042	47.396	74.645
2017	122.824	47.700	75.124

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Es resaltar que la demanda potencial proyectada ha sido calculada en base a la pregunta 1 de la encuesta aplicada a la población objetivo, con lo cual el 79% de los encuestados comentó no estar satisfecho con la ropa que se confecciona y comercializa en la ciudad de Tulcán.

2.8 DEMANDA A SER CUBIERTA CON EL PROYECTO

Tomando como referencia la comercialización que tenían los competidores, y la potencial capacidad de producción que se definirá para el proyecto, a continuación se detalla el cálculo de prendas que la microempresa realizaría al primer año:

TABLA 22:
CÁLCULO DE LA OFERTA ESTIMADA DEL PROYECTO

ALMACEN	VENTAS AL MES					VENTAS AL AÑO
	JEANS	BLUSAS	CAMISAS	CAMISETAS	TOTAL	
SEMANAL	50	40	30	20	140	6.720
AL MES	200	160	120	80	560	6.720
AL AÑO	2.400	1.920	1.440	960		6.720

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

En base a estos datos se procede a relacionarlos con la demanda insatisfecha para conocer el porcentaje de dicha demanda que cubrirá el proyecto durante los cinco primeros años de su operación:

TABLA 23:
OFERTA A SER CUBIERTA POR EL PROYECTO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (PRENDAS)	% OFERTA PROYECTO	OFERTA PROYECTO (PRENDAS)
2013	73.228	9,2%	6.720
2014	73.697	9,6%	7.104
2015	74.170	10,1%	7.488
2016	74.645	10,5%	7.872
2017	75.124	11,0%	8.256

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

El proyecto cubrirá un 9,2% de la demanda insatisfecha proyectada al primer año, y subirá un 5% anual de producción, con lo cual llega a cubrir un 11% de la demanda insatisfecha como se indica en el cuadro anterior.

El crecimiento de la oferta del proyecto se realiza en base a la capacidad instalada del mismo, y teniendo en cuenta que no se cubra un porcentaje muy alto de la demanda insatisfecha, ya que es potencial o estimada.

2.9 COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”¹⁶

Según el concepto del autor citado, la comercialización es la forma en cómo el productor vende sus productos y/o servicios al consumidor, y toma dos factores como intervinientes en el proceso que son: tiempo y lugar.

Para una buena venta, el productor debe colocar los productos en un lugar de fácil acceso para el consumidor, por esto se debe pensar en un lugar apropiado para que los productos estén al alcance del consumidor de la ropa casual exclusiva y de calidad, y que se muestre adecuadamente de acuerdo con los gustos del potencial comprador.

Por otro lado es importante que la ropa casual que se confeccione esté disponible en el momento oportuno de su requisición por parte del potencial comprador, ya que si en el momento de la compra no se dispone de la talla, color, etc. específicos, se pierde la venta.

Adicionalmente a lo mencionado, es importante tomar en cuenta que la competencia de locales que existe en la ciudad de Tulcán ofrece en su mayoría ropa común, y el proyecto pretende ofrecer modelos exclusivos de ropa, lo cual presenta un concepto diferente a los almacenes existentes, para que la ropa guarde ese estatus, el proyecto deberá contar con un local adecuado a la necesidad del potencial comprador, y expender directamente el producto al consumidor.

¹⁶ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 57

2.9.1 Canal de distribución

“Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.”¹⁷

Para el caso del proyecto de confección y comercialización de ropa casual de calidad y con diseños exclusivos, se propone realizar la distribución directa del productor al consumidor, es decir sin puntos medios ni intermediarios, ya que como se ha explicado se pretende crear un almacén temático de acuerdo a la edad y estilo de los potenciales compradores para que la ropa casual que se expenda mantenga el concepto del proyecto.

Si se decidiera optar por el canal de distribuidores, se correría el riesgo de que las prendas no lleguen al consumidor con el impacto requerido.

Esta determinación de distribución directa al consumidor también se puede efectuar sin problemas en la ciudad de Tulcán, ya que la urbe no es muy grande, y generalmente el segmento al cual apunta el proyecto pasa por el sitio donde se ubicará el local de comercialización del proyecto.

¹⁷ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 59

2.9.2 Estrategias de marketing

Con el objetivo de lograr un adecuado posicionamiento del producto que la microempresa plantea confeccionar y comercializar, a continuación se propone el planteamiento de algunas estrategias de marketing.

Es importante definir “posicionamiento”, y según los autores Fisher y Espejo, se refiere a un panorama general de marketing que incida en la percepción del consumidor a cerca de varios aspectos como: sensación, opinión, impresión y asociación.¹⁸

Es importante hacer hincapié en que todas las estrategias que se establezcan, tendrán el objetivo de diferenciar el producto de los que existen en el mercado principalmente en base a calidad y diseños exclusivos que tendría la ropa casual, también se guardará una relación con los precios del mercado para que sea accesible a la mayor cantidad de población de la ciudad de Tulcán según el segmento de mercado determinado.

A continuación se detallan las estrategias de la marketing mix de la microempresa a crear:

2.9.2.1 Producto

El producto será ropa casual de buena calidad, con diseños exclusivos, por lo que algunas estrategias para posicionarlo serían las siguientes:

- Se buscará diferenciar el producto de los que se confecciona y distribuye en el mercado objetivo, esta diferenciación se logrará mediante la creación de

¹⁸ Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotecnia, Tercera edición. McGrawHill. Pág. 169

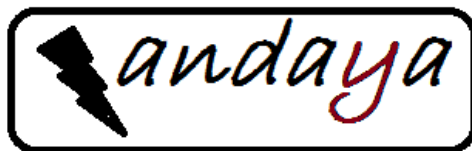
un concepto de marca de ropa exclusiva, lo cual se verá reflejado en la calidad de los materiales utilizados.

- Se presentará diseños exclusivos frente a los ofrecidos por la competencia.
- Se confeccionará una etiqueta que coloque en cada prenda que identifique claramente la marca “Andaya”.
- Se realizarán colecciones de ropa, teniendo ciertas variaciones cada cierto tiempo, con el objetivo de mantener la atención del consumidor.
- En ciertos casos puntuales, y para algunos clientes específicos se podría aplicar variaciones puntuales de los diseños elaborados.
- Se confeccionarán bajo pedido fundas de papel exclusivas con la marca, para la entrega del producto al comprador.

Es importante hablar de que la marca, a más de constituir un signo de propiedad personal, presta algunos beneficios como por ejemplo: diferenciación respecto de la competencia, signo de garantía y calidad, prestigio, promoción y posicionamiento del producto.¹⁹

La marca del producto será “ANDAYA”, y su logotipo será:

GRÁFICO 22:
MARCA



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

¹⁹ Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotecnia, Tercera edición. McGrawHill. Pág.192 y 193

La etiqueta que colgará de todas las prendas confeccionadas será la siguiente:

GRÁFICO 23:
ETIQUETA



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

2.9.2.2 Precio

El precio es muchas veces el principal determinante para la compra de un producto o servicio. Sin embargo, depende de algunos factores en el comprador para que sea el precio el principal talante de decisión de compra. Según la información levantada en la encuesta el precio fue el último aspecto elegido como un factor importante para la decisión de compra, quizá debido al segmento de población al cual se pretende vender el producto; a pesar de esto, el precio es un aspecto decisivo para el comprador, por lo que se plantean algunas estrategias sobre dicho factor:

- Para la fijación del precio de los productos del presente proyecto, se debe tener en cuenta el rango de precios del mercado de productos similares, para que el producto sea alcanzable y pueda ser comprado por los potenciales consumidores.

- No se debería establecer un precio que esté por debajo de la media del rango del mercado, ya que la calidad del producto influye en su costo, así como también se pretende no dañar la imagen o estatus de diferenciación que se quiere crear del producto.
- Se sugiere mantener los precios para que el producto sea comprado por buena parte de la población, y solamente en caso de variación de precios del mercado se deberá realizar un análisis que permita incrementar paulatinamente el precio del producto, tomando también en cuenta la diferenciación del producto.
- El análisis de precio del producto deberá realizarse al menos cada semestre, para que guarde relación con el mercado de la ciudad de Tulcán, pero que mantenga el concepto de diferenciación del producto.

2.9.2.3 Plaza

Este aspecto del marketing es muy importante ya que definirá condiciones importantes sobre el expendio del producto al consumidor final. A pesar de que ya se estableció que la distribución al consumidor será directa, es importante tomar en consideración las siguientes estrategias de plaza, para lograr el éxito de distribución:

- Solo se expenderá el producto en el local de comercialización propio de la marca, es decir no se distribuirá a intermediarios, con el fin de mantener el concepto de diferenciación del producto.
- A pesar de que lo ideal fuera que la planta y el local comercial estén juntos, por motivos estratégicos se buscará un local apropiado situado justo en el centro de la ciudad, cercano a los sitios usuales de reunión y encuentro de personas del segmento de mercado determinado.

- El traslado del producto desde la planta al local será realizada en un vehículo apropiado, que aparte de brindar la logística bajo condiciones de seguridad, sea un punto de publicidad móvil para la marca, mientras realiza su desplazamiento.

2.9.2.4 Promoción

Este factor del marketing abarca tanto la comunicación del producto hacia el consumidor, como también la persuasión para que lo compre²⁰. A continuación se describen brevemente algunas estrategias:

- Se creará una página web de la marca, donde exista información de los productos, colecciones, etc.
- Se incluirá la marca en las redes sociales, lo que permitirá anunciar el producto por internet al segmento de mercado establecido.
- Se pueden realizar promociones en fechas puntuales del segundo producto a mitad de precio.
- Se otorgarán descuentos a clientes frecuentes, mediante una la elaboración de una tarjeta de cliente vip.
- No se ofrecerá descuentos por cantidades de compra, para mantener el concepto de diferenciación del producto.
- Podrán realizarse sorteos entre los clientes, por medio de redes sociales.
- La publicidad se realizará principalmente por internet, por radio, el local y por medio del vehículo que traslade la mercadería de la planta al local.
- Aparte se distribuirá material publicitario como flyers.
- Se crearán artículos publicitarios puntuales como esferos, llaveros y calendarios de bolsillo.

²⁰ Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotecnia, Tercera edición. McGrawHill. Pág. 26

- Se pondrá atención especial para la decoración del local de comercialización del producto, para que esté totalmente apropiado a la expectativa del segmento de mercado determinado.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico definirá aquellos aspectos técnicos y operativos básicos y necesarios para poner en marcha el proyecto, dentro de estas definiciones se encuentran elementos como: tamaño, ubicación, etc.

Para el presente proyecto de confección y comercialización de ropa casual exclusiva en la ciudad de Tulcán el estudio técnico abarcará los siguientes objetivos:

- Definir el tamaño del proyecto.
- Determinar la ubicación del proyecto.
- Establecer el proceso de confección del proyecto.
- Establecer los aspectos organizacionales más relevantes de la microempresa a crearse.
- Determinar los recursos requeridos por el proyecto.
- Esbozar la distribución de la planta y local de comercialización del proyecto.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir el tamaño es importante tener en cuenta algunos factores que ayudarán a establecer el tamaño óptimo del proyecto, como por ejemplo mercado, es decir la demanda potencial estimada, la cual dará una primera idea general de que tan grande o pequeña debe ser la empresa.

A continuación se realiza un breve análisis de los factores principales que ayudarán a determinar el tamaño del proyecto.

3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto

Entre los principales factores se encuentran: el mercado, suministros e insumos, tecnología, financiamiento y organización, los cuales se describen a continuación:

Mercado

Uno de los principales aspectos que apoyan en la definición del tamaño de un proyecto, es la demanda. No se podría plantear un tamaño adecuado sin conocer cuantas personas podrían consumir el producto que se pretende confeccionar y comercializar. Justamente el capítulo anterior definió la demanda potencial insatisfecha, la cual se estimó en base a un segmento de mercado, al cual se aplicó una encuesta para verificar la aceptación de crear el producto de ropa casual exclusiva de buena calidad, una vez establecida la demanda se identificó la oferta potencial de productos similares, la que sirvió para calcular la demanda potencial insatisfecha, de la cual el proyecto pretende atender solamente un 9.3% al inicio de sus operaciones.

A pesar de que el mercado potencial establecido podría adquirir sobre las 73.000 prendas en el año, el proyecto se determina para confeccionar 6.720, tomando en cuenta menos del 10% de la demanda, lo cual es recomendable en este tipo de proyectos.²¹

²¹ Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 104

Suministros e insumos

La posibilidad de adquisición de los suministros e insumos, es otro factor a tomarse en cuenta para determinar el tamaño óptimo de un proyecto. En el caso puntual de la creación de la microempresa de confecciones ANDAYA, los insumos y suministros que se requerirán, tales como: telas, botones, elásticos, cierres, hilos, etc., serán adquiridos en su mayoría dentro de la ciudad de Tulcán.

Tecnología

La tecnología en la actualidad es un punto importante para los proyectos industriales, ya que proporciona algunos beneficios como niveles altos de producción y calidad estándar, lo que apoya a todo tamaño y tipo de empresa para competir en el mercado con productos de calidad. Para el caso del proyecto de confección y comercialización de ropa casual en la ciudad de Tulcán, se adquirirán las máquinas necesarias, tales como máquinas de costura, cortadoras, recubridoras, ojaladoras, atracadoras, botoneras, planchas, overlok, etc., las cuales cumplirán condiciones de tecnificación que permitan confección de alta calidad a un precio razonable.

Financiamiento

Todo proyecto requiere de dos fuentes de financiamiento para iniciar, la primera referente al capital propio que pondrá el o los inversionistas, el cual debe ser al menos del 30%. La segunda fuente de financiamiento es otorgada por los intermediarios financieros del país, tanto públicos como privados, como es el caso de la Corporación Financiera Nacional, Banco de Fomento y bancos privados en general, los cuales dependiendo del tipo de actividad a realizar y de los montos cobran tasas de interés que van del 11% al 15%, y otorgan diferentes plazos.

Para el caso del proyecto planteado los socios cuentan con un monto de dinero que representa entre el 30% y 35% de las inversiones a realizar, y requerirán un crédito por el resto a un plazo no mayor a 3 años.

Mano de obra

Otro de los factores relevantes al momento de considerar el proyecto, es la mano de obra, donde se especificará el tipo de mano de obra a requerirse.

Respecto al requerimiento de personal para el proyecto, se pretende contar con gente calificada, que adicionalmente posea una buena actitud de trabajo en equipo, lo que ayudará a lograr los niveles de confección con la calidad requerida para que la ropa casual cumpla el concepto de diferenciación.

Es importante resaltar que se requiere un profesional en modas, que este todo el tiempo analizando nuevos modelos y diseños de ropa casual de acuerdo a las tendencias modas del país y la región.

3.1.2 Tamaño óptimo

Al revisar los diferentes factores para la determinación del tamaño, se establece la confección de 6.720 prendas anuales para el inicio del proyecto, y con la posibilidad de crecer a un nivel de confección de hasta 10.000 prendas, cifra que representaría la capacidad máxima en base al dimensionamiento del proyecto (recursos, equipos, maquinaria, etc.).

La capacidad del proyecto estimada en 10.000 prendas anuales, parte de la posibilidad máxima de confección de 5,2 prendas por hora, lo que da un total diario de 42 prendas de vestir, a la semana serían 208 y al mes 833.

Una vez establecida la capacidad del proyecto se considerarán los demás factores relevantes para la creación de la microempresa.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”²²

Según comenta el autor citado, la localización contribuye al éxito del proyecto, o si no estaría bien planteada podría determinar su fracaso.

En el caso del proyecto de confección de ropa casual, se pondrá atención en ubicar el local de comercialización, siendo este de gran importancia para lograr el éxito de ventas que plantea el proyecto.

3.2.1 Matriz de localización

Con el objetivo de verificar la mejor opción de ubicación, siendo las tres opciones planteadas: al norte, centro o sur de la ciudad de Tulcán, a continuación se mencionan algunos factores que se puntuarán para cada opción:

- Abastecimiento de materia prima
- Medios de Transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Facilidad de encontrar locales de renta

²² Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos. Quinta edición. McGrawHill. Pág. 107

- Servicios básicos
- Seguridad
- Cercanía al mercado objetivo

Con dichos aspectos se evaluará a cada opción planteada, con un puntuación de 5 cuando sea la mejor y 1 cuando sea la peor opción, y se ponderará como lo muestra la siguiente matriz de localización:

TABLA 24:
MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

FACTOR	PESO	OPCION NORTE		OPCION CENTRO		OPCION SUR	
		CALIF	PONDERADO	CALIF	PONDERADO	CALIF	PONDERADO
Abastecimiento de materia prima	0,1	3	0,3	5	0,5	4	0,4
Medios de transporte	0,1	4	0,4	5	0,5	4	0,4
Disponibilidad de mano de obra	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Facilidad de encontrar locales de renta	0,15	5	0,75	4	0,6	5	0,75
Servicios Básicos	0,15	5	0,75	5	0,75	5	0,75
Seguridad	0,15	4	0,6	5	0,75	3	0,45
Cercanía al mercado objetivo	0,25	3	0,75	5	1,25	3	0,75
TOTALES	1		4,05		4,85		4

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

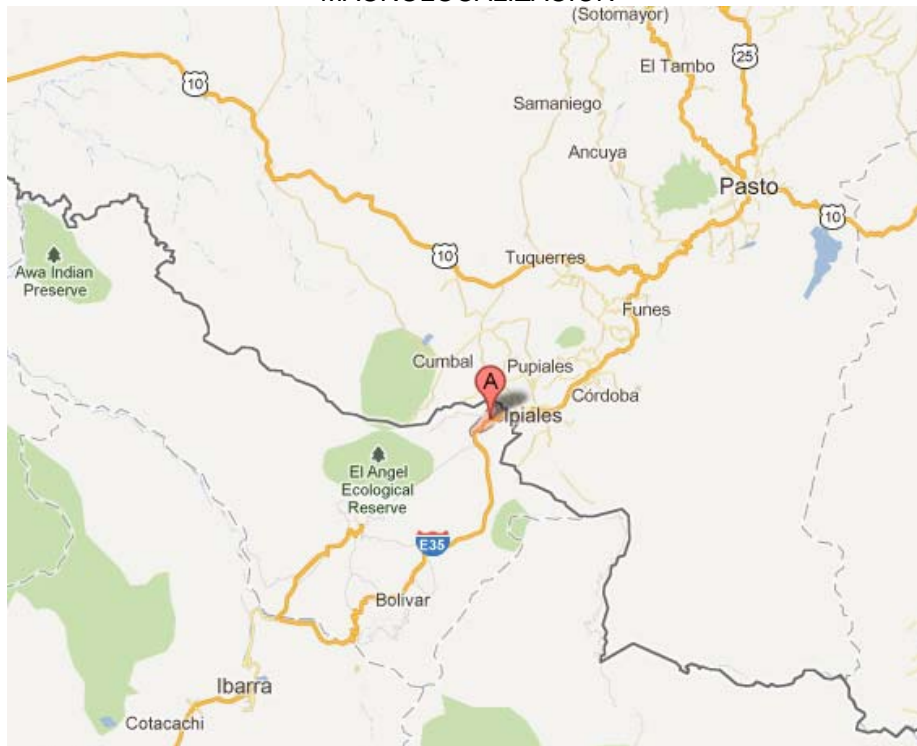
El sector que ha ganado es el centro, en donde se buscará un local comercial de tamaño y características apropiadas para realizar la comercialización.

3.2.2 Macrolocalización

La macrolocalización hace referencia a la ubicación general del proyecto, en el caso de la microempresa “ANDAYA” la macrolocalización es la siguiente:

- País: Ecuador
- Provincia: Carchi
- Ciudad: Tulcán
- Zona: Urbana

GRÁFICO 24:
MACROLOCALIZACIÓN

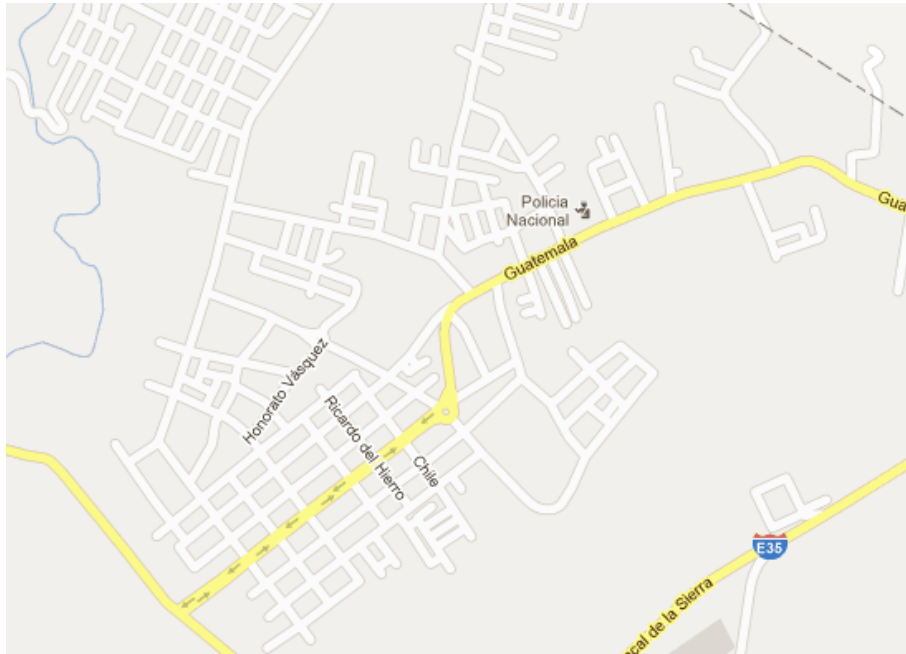


FUENTE: GOOGLMAPS

3.2.3 Microlocalización

La Microlocalización mostrará el punto exacto de ubicación del local comercial para el proyecto planteado. Para el caso del proyecto de la microempresa “ANDAYA”, el local de comercialización estará ubicado en el centro de la ciudad de Tulcán: en la calle Bolívar.

TABLA 25:
MICROLOCALIZACIÓN



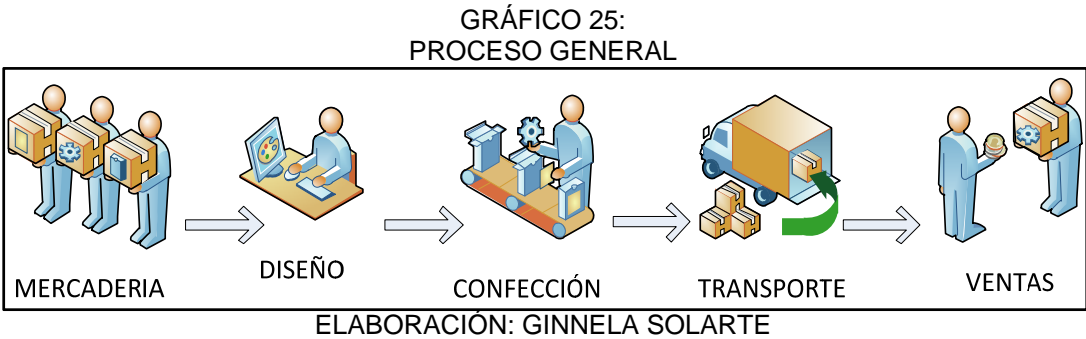
FUENTE: GOOGLMAPS

Para el caso de la planta, esta se encontrará ubicada a las afueras de Tulcán en un sector donde se tenga facilidad de movilización para transporte de materia prima, así como también que no sea una zona residencial y se pueda operar con maquinaria durante todo el día sin ningún problema.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto detallará los procesos principales que tendrá el proyecto. Para el caso planteado de creación de la microempresa “ANDAYA” se describirá el proceso de confección.

El proceso general de la microempresa será el de tomar materias primas, tomar en cuenta los diseños, realizar la respectiva transformación, trasladar al local y vender al consumidor final, tal como lo muestra el gráfico:



3.3.1 Proceso de confección

El principal proceso es el de confección de la ropa, y a pesar de que son diferentes prendas de vestir, se seguirán los mismos pasos para concluir con la confección de cada una de las prendas.

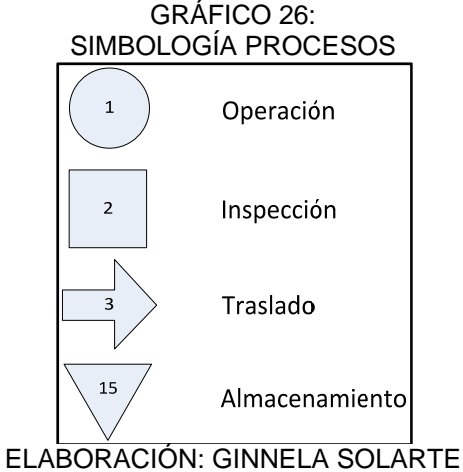
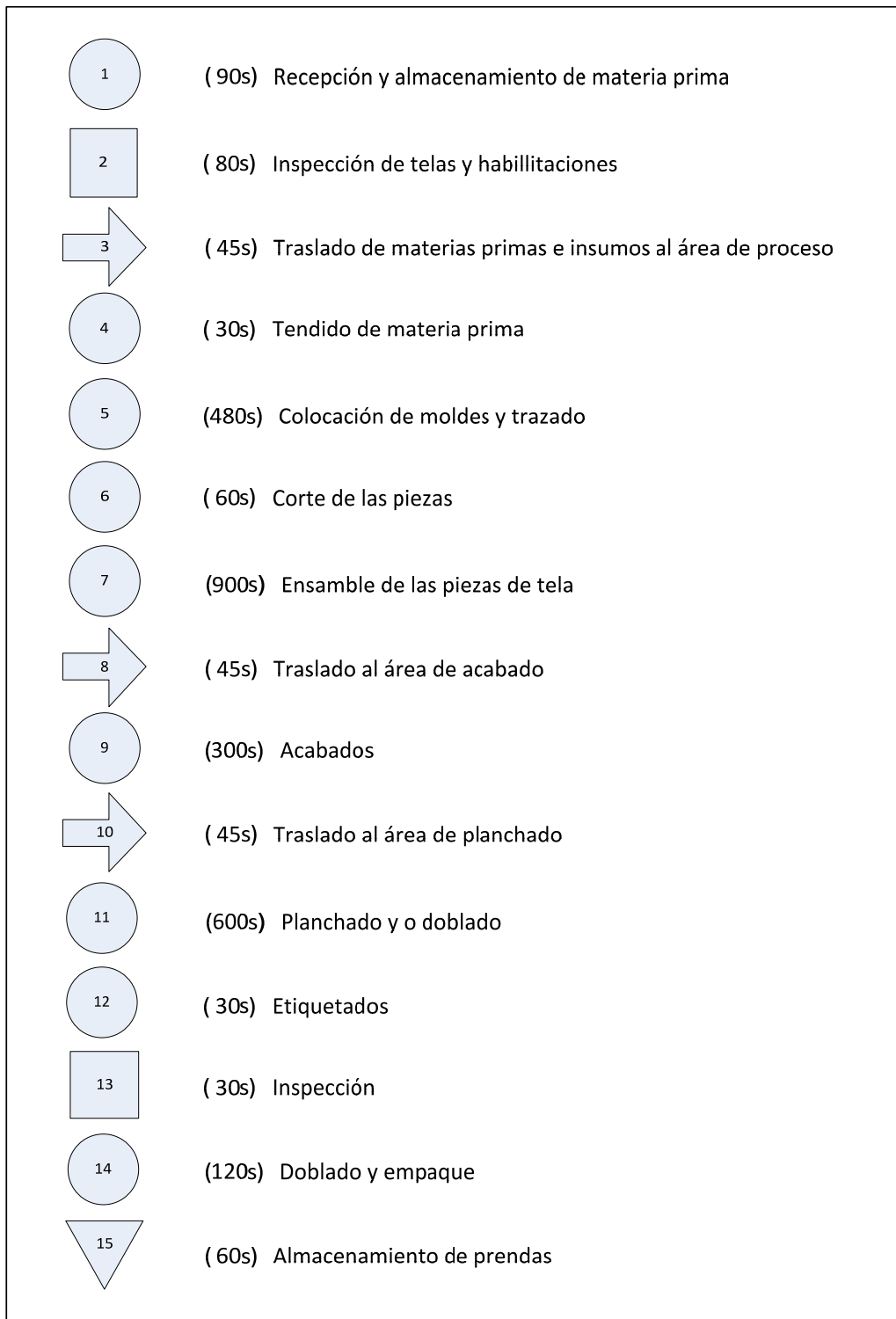


GRÁFICO 27:
PROCESO DE CONFECCIÓN



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

El proceso de confección de una prenda se realiza en un tiempo de 2.915 segundos, lo que da un total de 48,58 minutos, es decir 49 minutos por prenda. Este tiempo se tardaría en una prenda siempre y cuando sea una sola persona la que realice la confección, por eso más adelante se verá que el número de personas será proporcional al número de prendas que se pretende confeccionar.

El proyecto pretende crear 6.720 prendas al año, lo que corresponde a 560 prendas al mes, 140 a la semana, 28 al día y casi 4 prendas cada hora laborable, esta cantidad para el primer año, pero la confección aumenta cada año.

3.3.2 Descripción del proceso de confección

1. Recepción y almacenamiento de materia primas: Se recibe la tela y las habilitaciones (adornos, cierres, botones y resortes, entre otras), así como una tabla de especificaciones.
2. Inspección de tela y habilitaciones: Se inspecciona la tela y sus habilitaciones, separando, en su caso, tallas y color, entre otros.
3. Traslado de las materias primas al área de proceso Las piezas de tela se transportan al área de proceso.
4. Tendido de materia prima: Consiste en poner la tela en la mesa de corte capa sobre capa cuidando que la tela no esté mal colocada.
5. Colocación de moldes y trazado: El diseño y los patrones de moldes lo realiza una persona especializada en la dicha rama.
6. Corte de las piezas: Consiste en pasar la maquina sobre el trazo de manera que salgan las piezas a confeccionar en bloques.

7. Ensamble de las piezas de tela: Se realiza el ensamble de las distintas piezas cortadas: delanteros, espalda, mangas, forros, vistas, entretelas, etc. por medio de máquinas de coser. Las piezas de tela tienen guías por donde se deberá realizar la costura.
8. Traslado al área de acabado: Una vez cosida la prenda, se transporta al área de acabado.
9. Acabado: En esta etapa se colocan a las prendas los botones, dobladillos, adornos, resortes, broches, etc., de acuerdo con la tabla de especificaciones y a la muestra modelo de la prenda.
10. Traslado al área de planchado: Las prendas se transportan al área de planchado.
11. Planchado o doblado: La prenda se plancha con equipo industrial, realizando, si es que se requieren, dobleces especiales.
12. Etiquetado: Con máquinas de coser se colocan etiquetas y especificaciones: de cuidado de la prenda, talla y marca.
13. Inspección: Una vez terminada la prenda, se efectúa la inspección para verificar que no existan fallas.
14. Doblado y empaque: Las prendas terminadas son empacadas en bolsas y agrupadas de acuerdo a la talla, modelo y color en grupos de 10 a 15 prendas y además se cubren con un plástico para evitar que se ensucie o se manche durante su recorrido al cliente final.
15. Almacenamiento: Concluido el proceso, se almacenan los productos terminados para su comercialización

3.4 ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

El proyecto propone crear una microempresa de confección y comercialización de ropa casual, para esto se deben cumplir con algunos requisitos legales, los cuales han sido consultados y serán detallados.

Así mismo una empresa supone una serie de aspectos importantes que van desde el nombre, la marca, el eslogan, misión, visión, principios, organigrama y funciones entre los más relevantes, detalles que se describirá a continuación.

3.4.1 Asuntos legales

Se pretende formar una microempresa, a continuación se describe lo que representa una compañía:

“La Ley de Compañías define a esta especie de compañía como una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.”²³

Características importantes son:

- Las compañías se forman con dos o más socios.
- El capital mínimo es de \$800.
- La compañía puede constituirse por medio de escritura pública.
- Los socios deben estar en plena capacidad civil para contratar.
- El plazo de duración debe especificarse en la escritura de constitución.

²³Touma Endara, Jorge, Curso de derecho para administradores, 1ra. Edición, Ediciones Abya-Yala, Quito 2006, p.77

- En la escritura se definirá el objetivo de la compañía.
- La escritura debe registrarse en el registro Mercantil.
- La entidad creada debe afiliarse a la cámara respectiva.

Los pasos para la creación son:

- Reserva de Nombre (IEPI)
- Elaboración Escritura (Notaria)
- Patente Municipal
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- RUC (SRI)
- Afiliación Cámaras
- Registro Mercantil
- Número Patronal (IESS)
- Apertura de cuenta en el sistema financiero

Requisitos para el registro de un signo distintivo²⁴

- Formulario impreso a máquina de escribir o computadora, de lado y lado. Dos ejemplares para su presentación
- Denominación del signo (casilla No. 3 del formulario).
- Naturaleza del Signo (denominativo, figurativo, mixto, sonoro, olfativo, táctil) (casilla No. 4).
- Tipo de signo (marca de producto, marca de servicio, nombre comercial, lema comercial, Indicación Geográfica/Denominación de Origen, apariencia

²⁴Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

distintiva, marca colectiva, marca de certificación, rótulo comercial) (casilla No. 5)

- Nombre, domicilio, nacionalidad del solicitante. (casilla No. 6).
- Nacionalidad del signo, es decir, país donde se produce o presta sus servicios.
- En caso de firmar el Representante Legal o Apoderado, enunciar los nombres, apellidos, dirección, teléfonos, entre otros. (casilla No. 7).
- Si la solicitud es presentada para legitimar el interés en el Ecuador enunciar los datos pertinentes. (casilla No. 8).
- Para el caso de marcas figurativas o mixtas adherir en la casilla No. 9 del formulario, la etiqueta correspondiente.
- Descripción clara y completa del signo, es decir, si se trata de un signo denominativo, enunciar que palabras lo conforman, si es figurativo, describir las formas, colores, etc, y si es mixto, describir la parte correspondiente a las letras y las figuras que lo conforman. (casilla No. 10).
- Enunciación de los productos, servicios o actividades que protege, de acuerdo con la Clasificación de Niza 9na Edición. (casilla No. 11).
- Número de la clasificación de acuerdo con los productos o servicios que ampara. (casilla No. 12).
- Para el caso de solicitarse un Lema Comercial, debe indicarse la marca a la que acompaña, enunciándose la denominación, número de solicitud o registro, la fecha, clase internacional de la marca a la que acompaña el lema. (casilla No. 13).
- En caso de solicitarse un signo con prioridad, es decir, dentro de los 6 meses de haberse solicitado un signo en cualquiera de los países de la Comunidad Andina, se deberá enunciar los datos del signo solicitado, la fecha de presentación, el número de trámite y el país. (casilla No. 14).
- Toda solicitud de registro debe ser patrocinada por un Abogado, enunciándose su nombre, casillero IEPI (en Quito, Guayaquil o Cuenca) o Judicial (solo en Quito), para el caso de abogados de otras provincias que

no sean Pichincha o Guayas, podrán señalar una dirección domiciliaria para efecto de notificaciones. (casilla No. 15).

- Como documentos anexos, deberán incorporar: (casilla No. 16).
 - Comprobante original del pago de tasa (USD\$116,00). El comprobante deberá constar a nombre del solicitante o el Abogado Patrocinador.
 - Para el caso de marcas figurativas o mixtas, 6 etiquetas en papel adhesivo de 5x5cm.
 - Copia de la cédula de ciudadanía, para el caso de que el solicitante sea persona natural.
 - Copia de la primera solicitud, en caso de reivindicar prioridad.
 - Poder, en caso de no firmar directamente el solicitante o su Representante Legal
 - Nombramiento del Representante Legal
 - Para el caso de marcas de certificación y colectivas, el reglamento de uso de la marca, lista de integrantes, copia de los estatutos del solicitante.
 - Para el caso de denominaciones de origen, designación de la zona geográfica, documento que justifique el legítimo interés, reseña de calidades, reputación y características de los productos.
- Firma del Solicitante (casilla No. 17 del formulario)
- Firma del Abogado Patrocinador, número de matrícula(casilla nº. 18)

Requisitos para la constitución de una compañía²⁵

- Escritura pública de constitución
- Reservar la denominación de la empresa ante la Superintendencia de Compañías.
- Depósito del monto de apertura en la cuenta de integración de capital.
- Copia de cédula y papeleta de votación actualizada de los socios.

Requisitos para obtener la patente municipal²⁶

- Formulario de declaración del impuesto de patentes (original y copia)
- Escritura de constitución de la compañía (original y copia)
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del Representante Legal
- Dirección donde funciona la empresa

Requisitos permiso del cuerpo de bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

²⁵ Superintendencia de Compañías

²⁶ Gobierno Municipal de Tulcán

Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes²⁷

- Formularios suscritos por el Representante Legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia a color de cédula de identidad o pasaporte y papeleta de votación del Representante Legal.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

Requisitos de afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria²⁸

- Copia de la Escritura de Constitución.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de los nombramientos de Gerente y Presidente.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía del Gerente y Presidente.

²⁷ Servicio de Rentas Internas

²⁸ Cámara de la Pequeña Industria del Carchi

- Lista de maquinarias y equipos valorados a precio de costo.
- Croquis de la ubicación con la dirección exacta de la empresa.

Registro para obtener el número patronal²⁹

- Formulario para la obtención del número patronal en el IESS.
- Solicitud para obtener la clave de empleador.
- Copia de la cédula de identidad del patrono o representante legal.
- Copia simple de la escritura de constitución.
- Copias del nombramiento del representante legal, debidamente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.

Requisitos apertura cuenta bancaria³⁰

- Depósito inicial.
- Copia escritura de constitución registrada.
- Copia de nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC.
- Certificado de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de cédula del representante legal.

²⁹ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

³⁰ Banco Pichincha

Los requisitos detallados han sido consultados en las páginas web de las instituciones mencionadas, y en referencias publicadas en internet.

3.4.2 La Microempresa

La microempresa que se constituirá, llevará el nombre de “ANDAYA”, el mismo nombre que tiene la marca de la ropa casual que confeccionará, esto permitirá total relación de las prendas comercializadas con la pequeña industria a crearse.

La marca es el distintivo que permite que el producto sea identificado y distinguido de las prendas confeccionadas por la competencia.

Para acompañar la importancia de la marca “ANDAYA”, se determina un eslogan que la acompañe, y que trate de captar la atención del segmento de mercado al cual se dirige: identifícate, que a propósito se escribirá “identifiKT”. El eslogan transmite un sentido de identificación, lo que pretende posicionar a la marca entre los jóvenes y adolescentes que serán los potenciales consumidores del producto.

El rayo del logotipo muestra la fuerza que la marca desea tener para posicionarse en el mercado de adolescentes y jóvenes.

Los colores también tienen un sentido de apoyo al posicionamiento de la marca en los jóvenes y adolescentes, grupo al que se dirige el producto, ya que el negro muestra elegancia y a la vez fuerza, y el rojo de la letra “y” resalta y causa atracción a la vista.

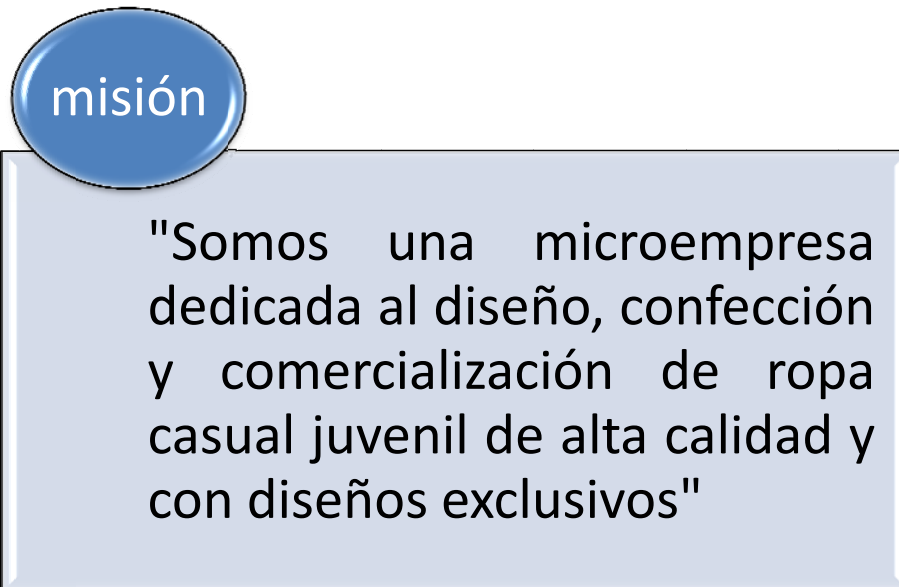
GRÁFICO 28:
MARCA Y ESLOGAN



FUENTE: LA AUTORA

3.4.3 Misión

La misión es la razón de ser de toda empresa o institución, escribe a lo que se dedica, y le da una base para tener claridad en su desenvolvimiento diario, a continuación se plantea la misión que tendría la empresa "ANDAYA":



3.4.4 Visión

Por otro lado la visión representa una meta a donde se quiere llegar. Normalmente la visión se realiza a mediano y largo plazo, y es el norte que guiará a la entidad en su desempeño futuro.

La visión propuesta para la microempresa "ANDAYA" sería la siguiente:

visión

"Llegar a ser la primera microempresa de confección de ropa casual juvenil en la ciudad de Tulcán, gracias a un excelente producto confeccionado con estándares de calidad internacional."

3.4.5 Principios y valores

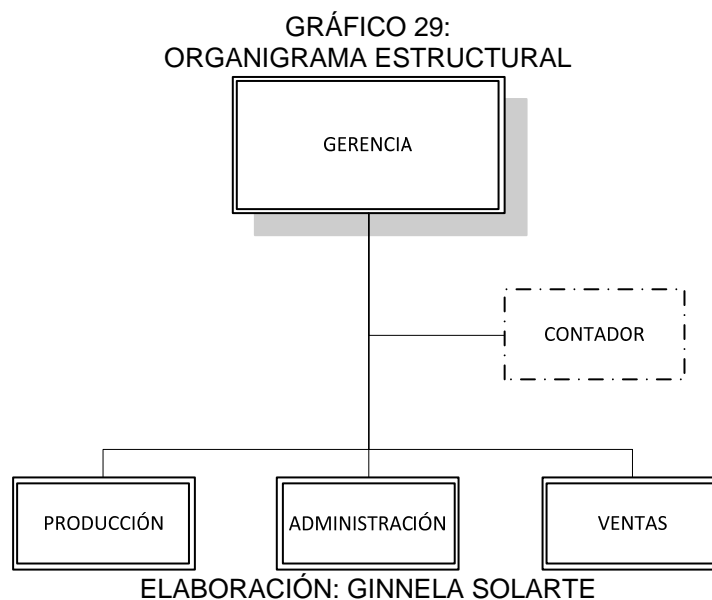
Los principios y valores de una empresa son muy importantes, ya que definen la cultura corporativa de la entidad. Para el caso de la microempresa "ANDAYA" los principios y valores serían los siguientes:

- Responsabilidad en todo acto laboral.
- Honestidad, tanto al interior como al exterior de la microempresa.
- Respeto hacia el cliente, la microempresa y los colaboradores de la misma.
- Calidad, en todas los productos y detalles de la confección y comercialización
- Profesionalidad, al momento de realizar cada tarea diaria.
- Servicio al cliente.

3.4.6 Organigrama estructural

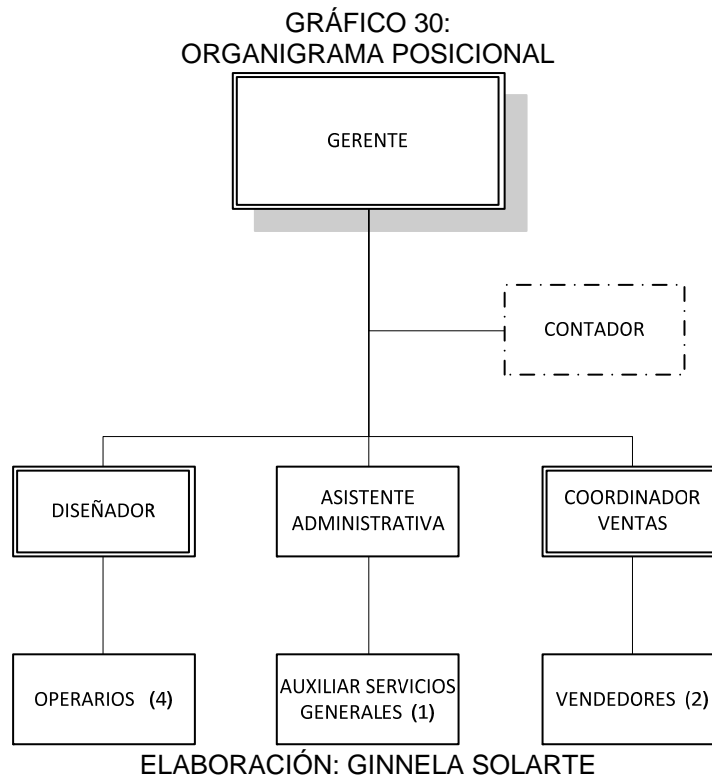
El siguiente organigrama muestra la estructura que tendría la microempresa al crearse, básicamente se puede verificar la gerencia que controla 3 áreas principales:

- Producción, donde se realizarán los diseños y la confección de los productos.
- Administración, que coordinará la logística y aspectos internos de la microempresa.
- Ventas, que se encargará de la comercialización del producto, así como también del análisis constante de mercado y las estrategias de posicionamiento.
- También se incluye el contador, que será contratado por honorarios profesionales.



3.4.7 Organigrama posicional

El gráfico que se muestra a continuación presenta la relación de los cargos que tendrán las 4 áreas de la microempresa:



En el área de Producción el diseñador fungirá como supervisor, en el área Administrativa se contará con una asistente quien coordinará las funciones del auxiliar de servicios generales; y el área de Ventas tendrá un coordinador de ventas que supervisará a los vendedores del local comercial.

3.4.1 Organigrama funcional

A continuación se muestran los perfiles requeridos para cada posición así como también las principales funciones:

- **GerentePropietario:**

- Funciones:

- Velar por los intereses administrativos, organizacionales y financieros de la microempresa.
- Realizar el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar todas las tareas de los miembros de la organización.
- Establecer las políticas necesarias para la buena marcha de la microempresa utilizando los recursos organizacionales para lograr los objetivos.
- Prever el personal que necesitara la organización para el crecimiento de la misma.

- **Contador:**

- Perfil:

- Instrucción formal: Contador Pública Autorizado.
- Experiencia laboral: Mínimo 2 años en labores relacionadas con el puesto.
- Forma de contrato: Honorarios profesionales.

- Funciones:

- Supervisar, revisar y controlar los instrumentos de cobro y pago.
- Supervisar la elaboración de los diferentes presupuestos.

- Analizar e informar sobre la situación económica financiera de la empresa al Gerente Propietario.
 - Elaborar los diferentes estados financieros.
 - Mantener confidencialidad acerca de la información y políticas internas de la microempresa.
 - Mantener actualizados los pagos tributarios al estado.

- **Diseñador:**
 - Perfil:
 - Instrucción formal: Diseñador de Modas de Alta Costura.
 - Experiencia laboral: Mínimo 3 años en labores relacionadas con el puesto.
 - Aptitudes: creatividad, dinamismo, iniciativa, emprendimiento, pro actividad, coordinación, observación, capacidad de trabajo bajo presión.
 - Funciones:
 - Investigar las tendencias de la moda.
 - Diseñar los modelos exclusivos para las prendas de vestir.
 - Controlar la agenda de recepción de pedidos, para saber cuál es el tope máximo de recepción de pedidos.
 - Controlar la confección de las prendas y el proceso de planchado, correcto alzado de los dobladillos, botones, etc.
 - Gestionar la creación de nuevas líneas de vestimenta, con el objetivo de fortalecer el prestigio de la microempresa de modas.
 - Planificar la producción con enfoque semanal y ejecución diaria.
 - Tomar correcciones en las prendas, si existen.

- Entregar las órdenes de pedidos terminadas, a la hora y fecha establecida.

- **Operarios:**
 - Perfil:
 - Instrucción formal: Maestros en la rama artesanal de corte y confección
 - Experiencia laboral: Mínimo 2 años en actividades similares.
 - Aptitudes: desenvoltura, amabilidad, orientación al logro, trabajo en equipo, adaptación, capacidad de trabajo bajo presión.
 - Funciones:
 - Confeccionar las diferentes prendas de vestir con la utilización de las respectivas maquinas.
 - Elaborar los acabados de las prendas de vestir.
 - Elaborar los diferentes productos que se solicite.
 - Cumplir con el pedido en el tiempo solicitado.
 - Cumplir con los estándares establecidos.
 - Utilizar adecuadamente las maquinas para garantizar su buen funcionamiento.
 - Asegurar la buena calidad de las prendas de vestir.

- **Asistente Administrativo:**
 - Perfil:
 - Instrucción formal: Estudiante de Administración empresas, últimos años.

- Experiencia laboral: Mínimo 1 año en labores relacionadas con el puesto.
 - Aptitudes: Inteligencia, liderazgo, negociación, orientación al logro, organización, observación, habilidad numérica, capacidad de trabajo bajo presión.
- Funciones:
 - Realizar apoyo administrativo en todas las actividades designadas por la gerencia.
 - Realizar el registro de las transacciones diariamente.
 - Contabilizar las facturaciones a diario.
 - Realizar depósitos de efectivo de forma inmediata.
 - Elaborar los roles de pago de los trabajadores.
 - Cancelar las remuneraciones al personal de la empresa.
 - Elaborar los diferentes presupuestos.
 - Analizar e informar sobre la situación económica financiera de la empresa al Gerente Propietario.
 - Mantener confidencialidad acerca de la información y políticas internas de la microempresa.
 - Mantener actualizados los pagos tributarios al estado.
 - Realizar las actividades correspondientes a pagaduría.
 - Coordinar las actividades logísticas de la microempresa.
 - Coordinación de compras de la microempresa.
- **Auxiliar Servicios Generales:**
 - Perfil:
 - Instrucción formal: Chofer profesional o al menos licencia de conducir tipo B.

- Experiencia laboral: Mínimo 2 años en labores relacionadas con el puesto.
 - Aptitudes: Amabilidad, orientación al logro, organización, observación, capacidad de trabajo bajo presión.
- Funciones:
 - Actividades de mensajería.
 - Conducir el vehículo de la microempresa.
 - Actividades de traslado de la mercadería y materias primas e insumos.
 - Apoyo en actividades administrativas designadas por el Asistente Administrativo.

- **Coordinador Ventas:**
 - Perfil:
 - Instrucción formal: Últimos años de Administración de empresas, marketing o carreras afines.
 - Experiencia laboral: Mínimo 6 meses en posiciones similares
 - Aptitudes: Liderazgo, negociación, iniciativa, adaptabilidad, recursividad, sociabilidad, cordialidad, fluidez verbal, desenvoltura, observación, comunicación, orientación al logro.
 - Funciones:
 - Responsable de todas las actividades de mercadeo de la microempresa.
 - Análisis del mercado y la competencia.
 - Propuesta de mejoramiento continuo.
 - Revisión de políticas internas para posicionar la marca.
 - Coordinación para la confección de material publicitario.
 - Control de la publicidad y promoción.
 - Supervisión de los vendedores.

- **Vendedores:**

- Perfil:

- Instrucción formal: Bachiller
- Experiencia laboral: Mínimo 6 meses en posiciones similares
- Aptitudes: Amabilidad, honestidad, iniciativa, cordialidad, paciencia, fluidez verbal, desenvoltura, observación, comunicación, orientación al logro.

- Funciones:

- Atender de forma cordial y amable a los clientes.
- Cubrir las cuotas de ventas fijadas mensualmente.
- Verificar si el stock es suficiente para ofrecer a los clientes.
- Encargarse de la decoración del local que esté de acuerdo a la temporada.
- Sugerir los diseños y colores que se comercialice en mayor cantidad.
- Ser vocero de los clientes en cuanto a sus necesidades.
- Receptar las órdenes de pedido de los clientes.
- Asesorar a los clientes en los requerimientos de vestuario.
- Tomar las medidas a los clientes y toda la información requerida en la orden de producción.
- Entregar al cliente un comprobante por el abono y saldo del pedido.
- Entregar factura al cliente al momento de cancelar el valor total del pedido y archivar una copia.
- Manejo de caja diaria.

3.5 Recursos requeridos

El proyecto va a requerir una serie de bienes para dar inicio a sus operaciones. Desde las edificaciones hasta las herramientas, a continuación se detallan dichos recursos:

3.5.1 Maquinaria

En el proceso de confección de ropa, se utilizará maquinaria textil de tipo industrial. Estos equipos son eléctricos y requieren una alimentación de 110 V y 220V.

Maquinas Universales

Empleadas para realizar operaciones diversas. Las maquinas universales son flexibles en la producción mediante pequeños ajustes, estas maquinas son:

Maquina de Costura Recta

GRÁFICO 31:
MÁQUINA DE COSTURA RECTA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Este tipo de maquina es muy sencilla y convencional, por su fácil manejo se la utiliza para coser toda clase de telas.

Máquina de Coser dos Agujas

GRÁFICO 32:
MÁQUINA DE COSER DE DOS AGUJAS



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

La máquina plana de dos agujas es de tecnología más avanzada que la plana sencilla, hace dos puntadas a la vez, cose con aguja de bola de calibre según el material. Tiene un tablero electrónico donde puede programar diferentes costuras, posición de la aguja, posición del prénsatelas y más.

Máquina Overlock

GRÁFICO 33:
MÁQUINA OVERLOCK



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Existe una variedad de modelos compactos que van desde 3 hilos hasta 5 o más hilos. Esta máquina sirve para unir dos telas por los orillos, recorta bordes evitando que se deshilache la tela. Por el trabajo que realiza, en casos indispensables ha logrado sustituir a las máquinas cerradoras.

Máquinas Especiales

Su funcionamiento es concreto, trabajan a alta velocidad y deben ser empleadas por operaciones especializadas.

Máquina Cortadora

Corta cantidad de patrones de acuerdo a la longitud de la cuchilla.

GRÁFICO 34:
MÁQUINA CORTADORA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Máquina Recubridora

Máquina de costura plana especial para tejidos de punto. Realiza costuras centradas y pespunte.

GRÁFICO 35:
MÁQUINA RECUBRIDORA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Máquina Ojaladora

GRÁFICO 36:
MÁQUINA OJALADORA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Sirve para hacer ojales y cortarlos en forma automática.

Máquina Botonera

GRÁFICO 37:
MÁQUINA BOTONERA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Máquina utilizada para pegar botones y broches; esta máquina se adapta a cualquier clase de botón.

Maquina Atracadora

GRÁFICO 38:
MÁQUINA ATRACADORA



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Su función es asegurar presillas, bolsillos, aberturas etc.

Plancha industrial

GRÁFICO 39:
PLANCHA INDUSTRIAL



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

Son planchas livianas con calderos de vapor eléctricos que permiten un buen acabado de la prenda.

3.5.2 Detalle de recursos

Los recursos físicos que requerirá el proyecto de creación de una microempresa, se presentan a continuación debidamente clasificados por tipo de bien:

TABLA 26:
VEHÍCULOS

DESCRIPCIÓN	CANT
VAN CHEVROLET N300 MAX CARGO	1

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 27:
MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	CANT
MÁQUINARIA COSTURA RECTA JUKI	2
MÁQUINA COSER INDUSTRIAL OVERLOCK JUKI	1
MÁQUINA INDUSTRIAL PEGADORA BOTONES JUKI	1
MÁQUINA INDUSTRIAL OJALADORA BROTHER	1
MÁQUINA INDUSTRIAL CORTADORA CHENG FEN	1
MÁQUINA INDUSTRIAL RECUBRIDORA KANSAI	1
MÁQUINA INDUSTRIAL ATRACADORA	1
MÁQUINA INDUSTRIAL RECTA 2 AGUJAS CONSEW	1
PLANCHA INDUSTRIAL VAPOR SILVER STAR	2

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 28:
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANT
ARCHIVADOR	2
ESTACIÓN GERENCIAL	1
ESTACIÓN TRABAJO	3
SILLA EJECUTIVA	1
SILLA SECRETARIA	5
SILLA VISITA	6
MESA DE CORTE	1
ESTANTERIA METAL	10
BRAZOS DE PARED	7
SILLA DE MADERA	10

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 29:
MUEBLES Y ENSERES ALMACÉN

DESCRIPCIÓN	CANT
MANIQUÍES	4
ESPEJOS	4
ESTANTERÍAS CON LUZ	4
EXHIBIDOR COLGADOR ALTO	3
COLGADOR DE ROPA RECTANGULAR	4
PUFF	4
SILLA SECRETARIA	2

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 30:
EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT
FACSIMIL	1
TELÉFONOS (4 ETENSIONES)	1

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 31:
EQUIPOS DE OFICINA ALMACÉN

DESCRIPCIÓN	CANT
TELÉFONO	1

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 32:
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANT
PORTABLE	2
COMPUTADOR ESCRITORIO	2
IMPRESORA	2
RUTEADOR	1

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 33:
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN ALMACÉN

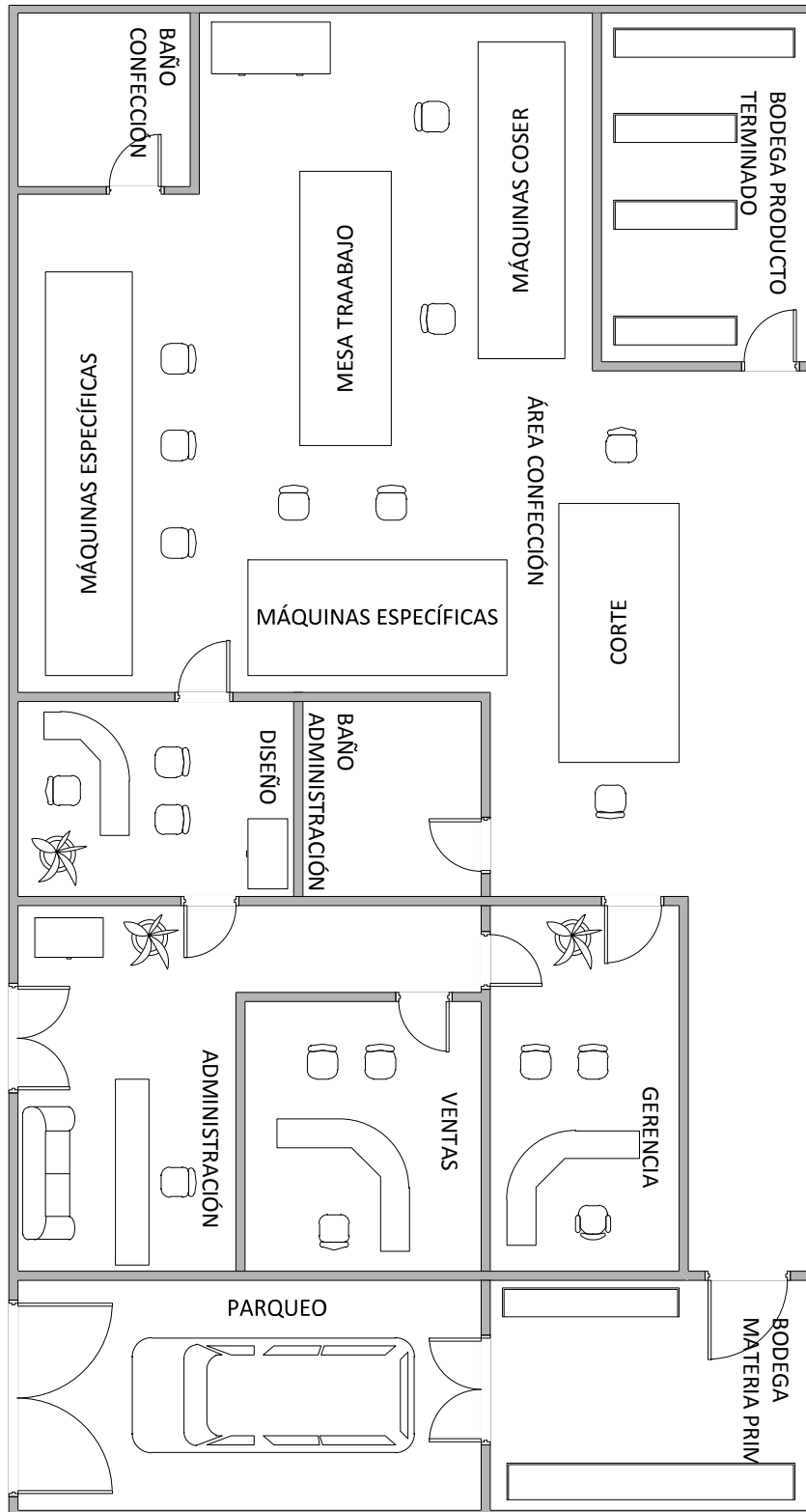
DESCRIPCIÓN	CANT
COMPUTADOR ESCRITORIO	1
IMPRESORA	1

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

3.5.3 Distribución de la planta

Con el objetivo de dar una idea más clara del proyecto de creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa casual juvenil, a continuación se muestra un esquema de la planta, con su respectiva distribución:

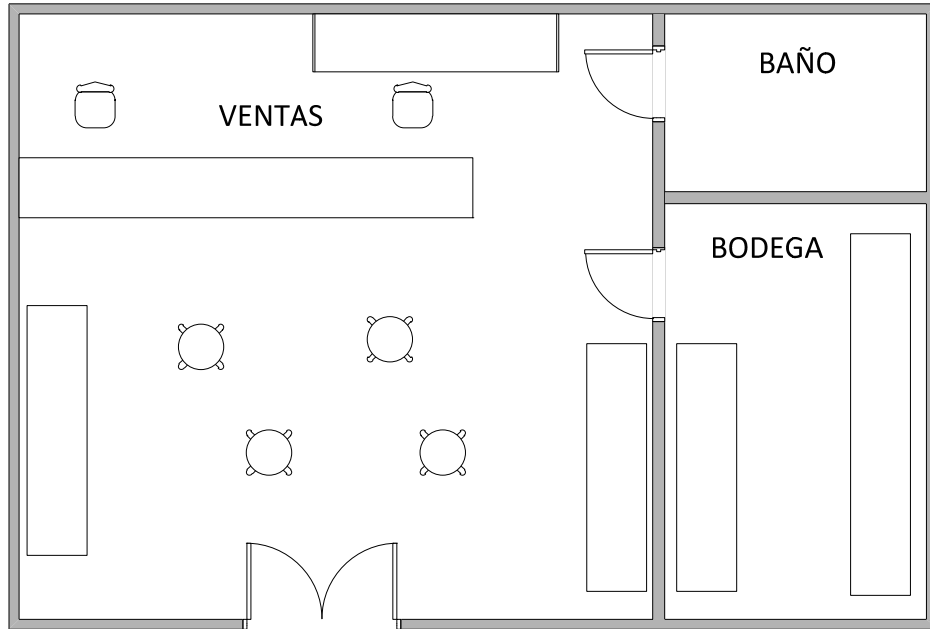
GRÁFICO 40:
DISTRIBUCIÓN PLANTA



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Así mismo se presenta un esquema del local comercial que tendrá el proyecto:

GRÁFICO 41:
DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL COMERCIAL



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

CAPÍTULO IV

4. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

4.1 CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

Todo proyecto requiere de una inversión para comenzar sus operaciones, esta inversión es un valor de dinero que se compone de 3 partes importantes que son:

- Activos Tangibles, o también llamados Propiedad, Planta y Equipos
- Activos Intangibles, que se conforman de aquellos rubros para poner en marcha el proyecto.
- Capital de Trabajo

Estos 3 elementos son indispensables para que el proyecto inicie, para el caso puntual de la microempresa ANDAYA a continuación se detallarán los valores estimados para cada uno de los rubros de la inversión inicial, así como también se explicará cómo se realizará el financiamiento del proyecto.

4.2 ESTABLECIMIENTO DE LAS INVERSIONES

Según lo estimado en el capítulo anterior, se requerirá varios recursos, y adicionalmente se necesita constituir la microempresa y realizar algunas pruebas, por lo que se va a presentar el estimado de cada uno de dichos rubros para el proyecto de creación de la microempresa ANDAYA.

También se presentará el resumen de los valores a tomar en cuenta para establecer el respectivo capital de trabajo.

4.2.1 Inversión de Activos Tangibles

Las inversiones de activos tangibles, conocidas también como “activos fijos”, y “Propiedad, Planta y Equipo”, se refiere al conjunto de bienes materiales que se requieren para la realización de las operaciones del proyecto, y que formarán parte del balance de situación financiera de la microempresa a crearse.

Para el caso de la empresa ANDAYA, se consideran los siguientes grupos de bienes tangibles:

TABLA 34:
BIENES TANGIBLES

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
TERRENOS	16.320,00
CONSTRUCCIONES	38.556,00
VEHICULOS	15.493,80
MÁQUINARIA	22.171,34
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52
EQUIPOS OFICINA	489,60
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44
TOTAL:	107.155,70

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.1 Terreno

Para la planta del proyecto se va a requerir un terreno, el cual va a estar ubicado al norte del Cantón Tulcán, es decir no estará en el centro de la urbe, sino más bien en zonas industriales, tanto por comodidad de operación, logística y también para los respectivos permisos de funcionamiento.

El desglose del costo del terreno sería el siguiente:

TABLA 35:
TERRENO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
TERRENO	m2	200	80,00	16.000,00
SUBTOTAL				16.000,00
IMPREVISTOS			2%	320,00
TOTAL				16.320,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.2 Edificaciones

Así mismo se requerirá de la debida construcción que se estima en aproximadamente 180 metros cuadrados según lo establecido en el capítulo técnico del proyecto:

TABLA 36:
EDIFICACIONES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
CONSTRUCCIÓN DEL GALPÓN	m2	180	210,00	37.800,00
SUBTOTAL				37.800,00
IMPREVISTOS			2%	756,00
TOTAL				38.556,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.3 Vehículos

Para la operación del proyecto, y también como un medio publicitario se necesita de un vehículo apropiado para el traslado de la mercadería, por esto se ha considerado el siguiente:

TABLA 37:
VEHÍCULOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
VAN CHEVROLET N300 MAX CARGO	1	1	15.190,00	15.190,00
SUBTOTAL				15.190,00
IMPREVISTOS			2%	303,80
TOTAL				15.493,80

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.4 Maquinaria y equipo

Un rubro muy importante es el de la maquinaria y equipos que se requiere para la confección de ropa por parte de la microempresa, según un análisis se pudo encontrar los siguientes valores aproximados de dichos bienes:

TABLA 38:
MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
MÁQUINARIA COSTURA RECTA JUKI	2	2	531,25	1.062,50
MÁQUINA COSER IND. OVERLOCK JUKI	1	1	1.468,75	1.468,75
MÁQUINA IND. PEGADORA BOTONES JUKI	1	1	3.142,86	3.142,86
MÁQUINA IND. OJALADORA BROTHER	1	1	6.687,50	6.687,50
MÁQUINA IND. CORTADORA CHENG FEN	1	1	504,46	504,46
MÁQUINA IND. RECUBRIDORA KANSAI	1	1	1.424,11	1.424,11
MÁQUINA IND. ATRACADORA	1	1	5.348,21	5.348,21
MÁQUINA IND. RECTA 2 AGUJAS CONSEW	1	1	1.741,08	1.741,08
PLANCHA IND. VAPOR SILVER STAR	2	2	178,57	357,14
SUBTOTAL				21.736,61
IMPREVISTOS			2%	434,73
TOTAL				22.171,34

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.5 Muebles y enseres

El mobiliario es muy importante para la operación tanto de la planta como del local de comercialización de la ropa, por esto a continuación se presentan dos tablas con el respectivo desglose:

TABLA 39:
MOBILIARIO (PLANTA)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
ARCHIVADOR	2	2	180,00	360,00
ESTACIÓN GERENCIAL	1	1	380,00	380,00
ESTACIÓN TRABAJO	3	3	320,00	960,00
SILLA EJECUTIVA	1	1	180,00	180,00
SILLA SECRETARIA	5	5	90,00	450,00
SILLA VISITA	6	6	35,00	210,00
MESA DE CORTE	1	1	666,00	666,00
ESTANTERIA METAL	10	10	120,00	1.200,00
BRAZOS DE PARED	7	7	40,00	280,00
SILLA DE MADERA	10	10	25,00	250,00
SUBTOTAL				4.936,00
IMPREVISTOS			2%	98,72
TOTAL				5.034,72

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 40:
MOBILIARIO (ALMACÉN)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
MANIQUÍES	4	4	160,00	640,00
ESPEJOS	4	4	150,00	600,00
ESTANTERÍAS CON LUZ	4	4	210,00	840,00
EXHIBIDOR COLGADOR ALTO	3	3	300,00	900,00
COLGADOR DE ROPA RECTANGULAR	4	4	150,00	600,00
PUFF	4	4	120,00	480,00
SILLA SECRETARIA	2	2	90,00	180,00
SUBTOTAL				4.240,00
IMPREVISTOS			2%	84,80
TOTAL				4.324,80

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.6 Equipo de oficina

Así mismo se detallan los equipos de oficina del proyecto, tanto para la planta como para el almacén:

TABLA 41:
EQUIPOS DE OFICINA (PLANTA)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
FACSIMIL	1	1	200,00	200,00
TELÉFONOS (4 ETENSIONES)	1	1	220,00	220,00
SUBTOTAL				420,00
IMPREVISTOS			2%	8,40
TOTAL				428,40

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 42:
EQUIPOS DE OFICINA (ALMACÉN)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
TELÉFONO	1	1	60,00	60,00
SUBTOTAL				60,00
IMPREVISTOS			2%	1,20
TOTAL				61,20

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.1.7 Equipo de computación

Los equipos de computación que son herramientas esenciales en la actualidad, se detallan a continuación, así mismo separados por planta y almacén:

TABLA 43:
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (PLANTA)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
PORTABLE	2	2	930,00	1.860,00
COMPUTADOR ESCRITORIO	2	2	705,00	1.410,00
IMPRESORA	2	2	199,00	398,00
RUTEADOR	1	1	100,00	100,00
SUBTOTAL				3.768,00
IMPREVISTOS			2%	75,36
TOTAL				3.843,36

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 44:
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (ALMACÉN)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
COMPUTADOR ESCRITORIO	1	1	705,00	705,00
IMPRESORA	1	1	199,00	199,00
SUBTOTAL				904,00
IMPREVISTOS			2%	18,08
TOTAL				922,08

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.2 Inversión de Activos Intangibles

Otro rubro importante de la inversión inicial es el de activos intangibles, que está conformado por todos aquellos trámites y egresos necesarios para poner en funcionamiento la operación del proyecto, así como también para registrar la microempresa a crear:

TABLA 45:
ACTIVOS INTANGIBLES

ÍTEM	COSTO
Estudios y Diseños definitivos	816,00
Gastos de Constitución	1.224,00
Puesta en Marcha	714,00
Adecuaciones local comercialización	1.020,00
Registros y Licencias	306,00
TOTAL	4.080,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Se puede observar el detalle anterior, que se requerirán estudios previos de la confección, gastos para constituir la empresa, gastos de inicio, adecuaciones al local de comercialización y registros de patentes.

El valor de las adecuaciones es importante indicar que toma en cuenta varios materiales y servicios que se requieren para dar el efecto juvenil requerido por el mercado objetivo del proyecto, entre los cuales se mencionan: pintura, posters, afiches, espejos, etc.

Según la investigación realizada, se pudo verificar algunos componentes del rubro de gastos de constitución, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

TABLA 46:
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	COSTO
Honorarios Abogado	300,00
Depósito Constitución	400,00
Notaría	50,00
Registro Mercantil	100,00
Municipio	100,00
Cámara Comercio	50,00
Permiso Bomberos	100,00
Otros (copias, movilización, etc.)	100,00
SUBTOTAL	1.200,00
IMPREVISTOS 2%	24,00
TOTAL	1.224,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

4.2.3 Inversión de capital de trabajo

El capital de trabajo inicial es un rubro que se compone de varios elementos del gasto que requiere un negocio, empresa o proyecto para su operación inicial mientras recibe sus ingresos. Es decir que el capital de trabajo establecerá el efectivo necesario para que la microempresa ANDAYA inicie sus operaciones, pagando gastos de operación como: materia prima, mano de obra, renta, insumos, etc. mientras recibe sus primeros ingresos.

En el caso puntual del proyecto de confección de prendas de vestir de ropa casual, se propone un capital de trabajo de 3 meses, el cual cubrirá los gastos de operación de la microempresa hasta que inicie las ventas requeridas para cubrir dichos egresos. El siguiente cuadro muestra el valor estimado de los rubros principales de manera anual, y también al trimestre:

TABLA 47:
CAPITAL DE TRABAJO

RUBRO	VALOR ANUAL	VALOR 3 MESES
MATERIA PRIMA	47.878,17	11.969,54
MANO DE OBRA DIRECTA	19.499,95	4.874,99
COSTOS INDIRECTOS	20.019,67	5.004,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS	34.381,00	8.595,25
GASTOS DE VENTAS	25.512,29	6.378,07
TOTAL	147.291,07	36.822,77

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

El capital de trabajo para el proyecto de creación de la microempresa ANDAYA, de confección de prendas de vestir de ropa casual en la ciudad de Tulcán será de \$36,822.77.

4.3 FINANCIAMIENTO

Una vez establecidas las inversiones requeridas por el proyecto, a continuación se hace referencia al financiamiento de dicho valor, para esto se toma en cuenta que la microempresa se financiará mediante dos fuentes: recursos propios, es decir dinero y bienes de los accionistas o inversionistas, y un valor a financiarse mediante un crédito del sistema financiero.

Los recursos propios financiarán principalmente el valor del terreno y de los activos intangibles, así como también el 30% de los demás rubros, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

TABLA 48:
FUENTES Y USOS

DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	16.320,00	16.320,00	100,0%		0,0%
CONSTRUCCIONES	38.556,00	11.566,80	30,0%	26.989,20	70,0%
VEHÍCULOS	15.493,80	4.648,14	30,0%	10.845,66	70,0%
MÁQUINARIA	22.171,34	6.651,40	30,0%	15.519,94	70,0%
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52	2.807,86	30,0%	6.551,66	70,0%
EQUIPOS OFICINA	489,60	146,88	30,0%	342,72	70,0%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44	1.429,63	30,0%	3.335,81	70,0%
ACTIVOS INTANGIBLES	4.080,00	4.080,00	100,0%	-	0,0%
CAPITAL DE TRABAJO	36.822,77	11.046,83	30,0%	25.775,94	70,0%
TOTAL DE INVERSIONES	148.058,47	58.697,54	39,6%	89.360,93	60,4%

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Para el crédito se ha considerado realizar un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, la cual otorga créditos para este tipo de proyectos a un plazo de 3 años en lo referente a capital de trabajo, y hasta 10 años para inversión en activos fijos, dependiendo del monto. El monto máximo que se fija para estos préstamos es de 11.20% anual.

El cálculo de la cuota mensual fija se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$Cuota\ mensual = \frac{C}{\frac{(1-(1+i)^{-t}}{i}}$$

Donde:

C= capital

i= interés

t= tiempo

Ya que el crédito toma en cuenta una parte de capital de trabajo, y el monto de activos fijos no es excesivo, se solicitará un crédito a 3 años plazo, con lo cual se realizó la tabla de amortización con pagos mensuales:

TABLA 49:
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuota	Capital	Cuota mensual	Cuota Capital	Cuota Interés	Capital Reducido	Interés Acumulado
1	89.360,93	2.938,27	2.096,79	841,48	87.264,14	841,48
2	87.264,14	2.938,27	2.116,54	821,74	85.147,60	1.663,22
3	85.147,60	2.938,27	2.136,47	801,81	83.011,13	2.465,03
4	83.011,13	2.938,27	2.156,59	781,69	80.854,55	3.246,71
5	80.854,55	2.938,27	2.176,89	761,38	78.677,65	4.008,09
6	78.677,65	2.938,27	2.197,39	740,88	76.480,26	4.748,98
7	76.480,26	2.938,27	2.218,08	720,19	74.262,18	5.469,16
8	74.262,18	2.938,27	2.238,97	699,30	72.023,20	6.168,47
9	72.023,20	2.938,27	2.260,06	678,22	69.763,15	6.846,69
10	69.763,15	2.938,27	2.281,34	656,94	67.481,81	7.503,62
11	67.481,81	2.938,27	2.302,82	635,45	65.178,99	8.139,08
12	65.178,99	2.938,27	2.324,51	613,77	62.854,49	8.752,84
13	62.854,49	2.938,27	2.346,39	591,88	60.508,09	9.344,72
14	60.508,09	2.938,27	2.368,49	569,78	58.139,60	9.914,51
15	58.139,60	2.938,27	2.390,79	547,48	55.748,81	10.461,99
16	55.748,81	2.938,27	2.413,31	524,97	53.335,50	10.986,96
17	53.335,50	2.938,27	2.436,03	502,24	50.899,47	11.489,20
18	50.899,47	2.938,27	2.458,97	479,30	48.440,50	11.968,50
19	48.440,50	2.938,27	2.482,13	456,15	45.958,38	12.424,65
20	45.958,38	2.938,27	2.505,50	432,77	43.452,88	12.857,43
21	43.452,88	2.938,27	2.529,09	409,18	40.923,78	13.266,61
22	40.923,78	2.938,27	2.552,91	385,37	38.370,88	13.651,97
23	38.370,88	2.938,27	2.576,95	361,33	35.793,93	14.013,30
24	35.793,93	2.938,27	2.601,21	337,06	33.192,71	14.350,36
25	33.192,71	2.938,27	2.625,71	312,56	30.567,00	14.662,92
26	30.567,00	2.938,27	2.650,43	287,84	27.916,57	14.950,76
27	27.916,57	2.938,27	2.675,39	262,88	25.241,18	15.213,64
28	25.241,18	2.938,27	2.700,59	237,69	22.540,59	15.451,33
29	22.540,59	2.938,27	2.726,02	212,26	19.814,57	15.663,59
30	19.814,57	2.938,27	2.751,69	186,59	17.062,89	15.850,18
31	17.062,89	2.938,27	2.777,60	160,68	14.285,29	16.010,85
32	14.285,29	2.938,27	2.803,75	134,52	11.481,53	16.145,37
33	11.481,53	2.938,27	2.830,16	108,12	8.651,38	16.253,49
34	8.651,38	2.938,27	2.856,81	81,47	5.794,57	16.334,96
35	5.794,57	2.938,27	2.883,71	54,57	2.910,86	16.389,52
36	2.910,86	2.938,27	2.910,86	27,41	0,00	16.416,93

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

El resumen anual de la tabla de amortización se presenta a continuación:

TABLA 50:
TABLA AMORTIZACIÓN RESUMIDA

AÑOS	CAPITAL	INTERES	CUOTA
1	26.506,44	8.752,84	35.259,29
2	29.661,77	5.597,51	35.259,29
3	33.192,71	2.066,57	35.259,29
4	-	-	-
5	-	-	-
TOTAL	89.360,93	16.416,93	105.777,86

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

CAPÍTULO V

5. INGRESOS Y EGRESOS

El presente capítulo detallará los rubros referentes a la operación estimada del proyecto, la cual se basa en los capítulos anteriores donde se fijaron el nivel de producción, el tipo de prendas, los bienes tangibles e intangibles, el monto del crédito, entre otros aspectos básicos para calcular los ingresos y egresos del proyecto.

5.1 ESTABLECIMIENTO DE LOS INGRESOS

Los ingresos del proyecto, reflejarán las ventas de las prendas a vestir que producirá y comercializará la microempresa ANDAYA, tomando en cuenta que el proyecto propone la confección y comercialización de ropa casual exclusiva dentro de la ciudad de Tulcán, a un mercado objetivo fijado entre edades desde los 12 a los 25 años de edad, es decir adolescentes y jóvenes de ambos sexos de la ciudad.

Como se estableció en el capítulo de mercado el punto de comercialización estará estratégicamente ubicado en el centro de la ciudad, sitio donde transitan y se reúnen los potenciales clientes del mercado objetivo seleccionado. Es importante recordar que el concepto del proyecto no es meramente la producción masiva de prendas de vestir de ropa casual, sino que las prendas sean comercializadas por el mismo proyecto con el fin de mantener un estatus de diferenciación de la ropa exclusiva que se producirá. No solo la prenda de vestir representa el atractivo de venta sino también el lugar donde acuden los consumidores a comprarlo, ya que la idea es posicionar la marca ANDAYA, como ropa exclusiva de buena calidad y diseños innovadores con colores y modelos modernos, creados justo para las edades entre 12 y 25 años de edad.

Por esto se detalla el cálculo de los ingresos para el año 1 de operación del proyecto, según el cuadro:

TABLA 51:
INGRESOS DEL PRIMER AÑO

PRENDA	PVP	CANTIDAD AÑO	VENTAS AÑO
JEANS HOMBRE	30,00	1.200	36.000,00
JEANS MUJER	32,00	1.200	38.400,00
BLUSAS MANGA LARGA	30,00	960	28.800,00
BLUSAS MANGA CORTA	27,00	960	25.920,00
CAMISAS	28,00	1.440	40.320,00
CAMISETA HOMBRE	22,00	480	10.560,00
CAMISETA MUJER	25,00	480	12.000,00
TOTALES		6.720	192.000,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Como se puede observar existen básicamente 4 productos: jeans, blusas, camisas y camisetas, pero en realidad representan 7 productos que estarán entre las tallas S, M, L y XL, en proporciones diferentes según los datos levantados en la investigación de mercado.

Según los datos estimados se espera un ingreso de \$192,000 para el primer año de operación del proyecto.

5.2 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Tomando en referencia la misma manera de cálculo que del primer año, se realiza la estimación de ingresos de los 4 siguientes años, para completar una proyección de los primeros años de operación del proyecto.

Es importante resaltar que el cálculo toma en cuenta dos incrementos:

- Un crecimiento de la cantidad de producción de prendas de vestir del 5% anual, ya que se inicia con una capacidad de producción y venta que tomará en cuenta el inicio del proyecto, y debido al posicionamiento de la marca (con los esfuerzos de la publicidad considerada y la calidad)
- Un crecimiento del precio de las prendas de vestir del 4.85%, tasa anual de inflación fijada por el Banco Central del Ecuador.

El siguiente cuadro muestra los totales de ingresos estimados para los 5 años del proyecto:

TABLA 52:
INGRESOS PROYECTADOS

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRENDAS	6.720	7.104	7.488	7.872	8.256
INGRESOS CON INFLACIÓN	192.000,00	212.862,28	235.296,56	259.406,27	285.301,14

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.3 CLASIFICACIÓN DE LOS EGRESOS

Los egresos del proyecto, tendrán una división principal entre lo directamente atribuible al producto, a lo que se llamará “costo”, y lo que a pesar de no estar directamente implicado en el producto se requiere para administrar, vender y financiar el proyecto, a lo que se llamará “gasto”.

En base a esta premisa a continuación se presentan los egresos ordenados de la siguiente manera: Costos y Gastos.

5.4 ESTABLECIMIENTO DE LOS COSTOS

Los costos son aquellos egresos que realiza un negocio o empresa que tiene relación directa con el producto y/o servicio que presta u ofrece. Para el caso del proyecto de la microempresa ANDAYA, los costos serán los rubros que se requiere para producir las prendas de vestir y que se componen de 3 rubros importantes como lo describe el siguiente cuadro:

TABLA 53:
COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS PRODUCCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA	3.989,85	47.878,17
MANO DE OBRA DIRECTA	1.625,00	19.499,95
COSTOS INDIRECTOS	2.072,12	24.865,47
TOTAL	7.686,97	92.243,59

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.1 Costos de materia prima

El primer componente de los costos del proyecto es la materia prima, y corresponde a los materiales directos que usarán las prendas vestir que confecciona el proyecto.

Para establecer la cantidad de las telas se ha realizado el siguiente cuadro que considera según las cantidades a producir al mes, la tela que utiliza cada prenda, con lo cual se establece la cantidad de metros de tela requerida:

TABLA 54:
CONFECCIÓN MENSUAL DE PRENDAS DE VESTIR

TELA JEAN	JEAN,S (HOMBRE)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	11,5	36,0	56,3	19,5	123,3
# PRENDAS	10	30	45	15	100
M * PRENDA	1,15	1,20	1,25	1,30	1,23
TELA JEAN	JEAN,S (MUJER)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	16,5	51,8	36,0	12,5	116,8
# PRENDAS	15	45	30	10	100
M * PRENDA	1,10	1,15	1,20	1,25	1,18
TELA JEAN	BLUSAS (MANGA LARGA)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	18,0	52,0	28,0	7,5	105,5
# PRENDAS	15	40	20	5	80
M * PRENDA	1,20	1,30	1,40	1,50	1,35
TELA JEAN	BLUSAS (MANGA CORTA)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	15,0	44,0	24,0	6,5	89,5
# PRENDAS	15	40	20	5	80
M * PRENDA	1,00	1,10	1,20	1,30	1,15
TELA JEAN	CAMISAS				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	13,0	42,0	97,5	24,0	176,5
# PRENDAS	10	30	65	15	120
M * PRENDA	1,30	1,40	1,50	1,60	1,45
TELA JEAN	CAMISETAS (HOMBRE)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	4,8	10,0	21,0	5,5	41,3
# PRENDAS	5	10	20	5	40
M * PRENDA	0,95	1,00	1,05	1,10	1,03
TELA JEAN	CAMISETAS (MUJER)				0
TALLA	S	M	L	XL	
METROS	4,5	19,0	10,0	5,3	38,8
# PRENDAS	5	20	10	5	40
M * PRENDA	0,90	0,95	1,00	1,05	0,98

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Resumiendo las telas se requerirán las siguientes cantidades para el primer año:

TABLA 55:
CANTIDAD DE TELAS PARA EL AÑO 1

TELAS	AL MES	AL AÑO
JEAN	240	2.880
BLUSAS	195	2.340
CAMISAS	177	2.118
CAMISETAS	80	960
TOTALES	692	8.298

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Tomando en cuenta los valores establecidos, a continuación se resumen los materiales directos que se requiere para la producción de las 6.720 prendas de vestir del primer año:

TABLA 56:
MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA	CANT (MES)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TELA JEANS	240,0	6,50	1.560,00	18.720,00
TELA BLUSAS	195,0	4,20	819,00	9.828,00
TELA CAMISAS	176,5	4,91	866,62	10.399,38
TELA CAMISETAS	80,0	3,95	316,00	3.792,00
CIERRES JEAN	200,0	1,75	350,00	4.200,00
BOTONES JEAN	200,0	0,25	50,00	600,00
BOTONES BLUSAS	160,0	0,20	32,00	384,00
BOTONES CAMISAS	120,0	0,15	18,00	216,00
SUBTOTAL			3.911,62	46.939,38
IMPREVISTOS 2%			78,23	938,79
TOTAL			3.989,85	47.878,17

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.2 Costos de mano de obra directa

Así mismo un rubro importante de los costos de producción es el referente a la mano de obra directa, que para el proyecto de la microempresa ANDAYA está constituido por 4 operarios:

TABLA 57:
MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
OPERARIOS	1.593,13	19.117,60
SUBTOTAL	1.593,13	19.117,60
IMPREVISTOS 2%	31,86	382,35
TOTAL	1.625,00	19.499,95

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Este valor resulta del sueldo mensual que considera todos los beneficios de ley para los trabajadores, que se basa en el siguiente cálculo:

TABLA 58:
CÁLCULOS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN DEL AÑO 1

PRODUCCIÓN	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Diseñador	1	450,00	450,00	37,50	24,33	18,75	54,68	-	585,26	7.023,10
Operarios	4	300,00	1.200,00	100,00	97,33	50,00	145,80	-	1.593,13	19.117,60
SUBTOTAL:			1.650,00	137,50	121,67	68,75	200,48	-	2.178,39	26.140,70
IMPREVISTOS 2%									43,57	522,81
TOTAL:									2.221,96	26.663,51

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Desde el segundo año en adelante se incluye el rubro de fondos de reserva, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 59:
CÁLCULOS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN DEL AÑO 2

PRODUCCIÓN	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 2
Diseñador	1	450,00	450,00	37,50	24,33	18,75	54,68	37,50	622,76	7.473,10
Operarios	4	300,00	1.200,00	100,00	97,33	50,00	145,80	100,00	1.693,13	20.317,60
SUBTOTAL:			1.650,00	137,50	121,67	68,75	200,48	137,50	2.315,89	27.790,70
IMPREVISTOS 2%									46,32	555,81
TOTAL:									2.362,21	28.346,51

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3 Costos indirectos de producción

Los costos indirectos de fabricación (CIF) o de producción, es el tercer elemento del costo y se refiere a todos los egresos requeridos para la confección de las prendas de vestir de ropa casual, que no son fácilmente identificables en el producto, como por ejemplo Hilo, etiquetas, y también otros rubros como servicios básicos, depreciación de maquinaria, etc.

El siguiente cuadro muestra un resumen de los valores a requerirse por el proyecto:

TABLA 60:
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN

CLASIF.	COSTOS INDIRECTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
FIJO	MANO DE OBRA INDIRECTA	585,26	7.023,10
VARIABLE	MATERIALES INDIRECTOS	407,84	4.894,08
FIJO	HERRAMIENTAS DE TRABAJO	16,71	200,46
VARIABLE	SERVICIOS BÁSICOS	106,50	1.278,00
FIJO	DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	403,82	4.845,80
FIJO	MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	217,94	2.615,22
FIJO	SEGURO ACTIVOS FIJOS	293,44	3.521,25
SUBTOTAL		2.031,49	24.377,91
IMPREVISTOS 2%		40,63	487,56
TOTAL		2.072,12	24.865,47

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3.1 Materiales indirectos

Dentro del rubro de costos indirectos se aprecia el de materiales indirectos, que para el proyecto se ha estimado en el siguiente cuadro para el primer año:

TABLA 61:
MATERIALES INDIRECTOS

MATERIALES INDIRECTOS	CANT (MES)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
HILO (TUBO GRANDE)	28	3,28	91,84	1.102,08
ETIQUETA MARCA	560	0,12	67,20	806,40
ETIQUETA TALLA	560	0,08	44,80	537,60
BROCHES JEANS	2.400	0,05	120,00	1.440,00
FUNDAS	560	0,15	84,00	1.008,00
SUBTOTAL			407,84	4.894,08
IMPREVISTOS 2%			8,16	97,88
TOTAL			416,00	4.991,96

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3.2 Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta está constituida por la supervisión de la operación, que para el caso del proyecto se realizará por el Diseñador, cuyos valores se encuentran en la tabla 59 del presente capítulo.

5.4.3.3 Servicios básicos

Este es un elemento importante de los costos indirectos, y se ha estimado del valor que pagará al mes el proyecto (\$219,30), un porcentaje de prácticamente la mitad para la parte de producción, según lo muestra el siguiente cuadro:

TABLA 62:
SERVICIOS BÁSICOS PRODUCCIÓN

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	%	VALOR MES	VALOR ANUAL	%	VALOR MES	VALOR ANUAL
Agua	25,00	300,00	70%	17,50	210,00	30%	7,50	90,00
Energía Eléctrica	100,00	1.200,00	70%	70,00	840,00	30%	30,00	360,00
Teléfono	50,00	600,00	30%	15,00	180,00	70%	35,00	420,00
Internet	40,00	480,00	10%	4,00	48,00	90%	36,00	432,00
SUBTOTAL	215,00	2.580,00		106,50	1.278,00		108,50	1.302,00
IMPREVISTOS 2%	4,30	51,60		2,13	25,56		2,17	26,04
TOTAL	219,30	2.631,60		108,63	1.303,56		110,67	1.328,04

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3.4 Depreciaciones

Los bienes tangibles deben registrar la respectiva depreciación, la misma que refleja el desgaste por uso de dichos bienes, en la normal operación de la empresa. Con el objeto de mostrar el valor de depreciación de los bienes, tomando en cuenta una depreciación en línea recta, ya que no hay cambios fuertes de los niveles de producción, se presenta el siguiente cuadro, que toma en cuenta los porcentajes estipulados por la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno del país:

TABLA 63:
CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	% DEPRE. ANUAL	VALOR DEPREC.
TERRENOS	16.320,00	N/A	5%	-
CONSTRUCCIONES	38.556,00	20	5%	1.927,80
VEHÍCULOS	15.493,80	5	20%	3.098,76
MÁQUINARIA	22.171,34	10	10%	2.217,13
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52	10	10%	935,95
EQUIPOS OFICINA	489,60	10	10%	48,96
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44	3	33%	1.588,48
TOTAL:	107.155,70			9.817,09

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Con el objetivo de clasificar adecuadamente los costos y gastos por áreas, a continuación se presenta un cuadro que divide los valores de depreciación tomando en cuenta el uso de los bienes por cada área del proyecto:

TABLA 64:
DEPRECIACIÓN POR ÁREAS

ACTIVOS FIJOS	PRODUCCIÓN (70%)	ADMINISTRACIÓN (30%)	VENTAS	TOTAL
TERRENOS	-	-	-	-
CONSTRUCCIONES	1.349,46	578,34	-	1.927,80
VEHÍCULOS	-	-	3.098,76	3.098,76
MÁQUINARIA	2.217,13	-	-	2.217,13
MUEBLES Y ENSERES	352,43	151,04	432,48	935,95
EQUIPOS OFICINA	29,99	12,85	6,12	48,96
EQUIPOS COMPUTACIÓN	896,78	384,34	307,36	1.588,48
TOTAL:	4.845,80	1.126,57	3.844,72	9.817,09

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3.5 Mantenimiento

Es importante tomar en cuenta que los bienes propios de toda entidad requieren de un mantenimiento para su buen funcionamiento, sea este preventivo y/o correctivo, lo cual asegurará la correcta estimación de los rubros del proyecto. Para el caso de ANDAYA se detallan el cálculo de los valores de mantenimiento:

TABLA 65:
MANTENIMIENTO DE BIENES

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	% MANT	VALOR ANUAL
CONSTRUCCIONES	38.556,00	5%	1.927,80
VEHÍCULOS	15.493,80	5%	774,69
MÁQUINARIA	22.171,34	5%	1.108,57
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52	2%	187,19
EQUIPOS OFICINA	489,60	2%	9,79
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44	3%	142,96
SUBTOTAL:	90.835,70		4.151,00
IMPREVISTOS 2%			83,02
TOTAL:			4.234,02

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

De igual manera se presenta a continuación el respectivo desglose de los valores de mantenimiento por área:

TABLA 66:
MANTENIMIENTO DE BIENES POR ÁREAS

ACTIVOS FIJOS	PRODUCCIÓN (70%)	ADMINISTRACIÓN (30%)	VENTAS	TOTAL
CONSTRUCCIONES	1.349,46	578,34	-	1.927,80
VEHÍCULOS	-	-	774,69	774,69
MÁQUINARIA	1.108,57	-	-	1.108,57
MUEBLES Y ENSERES	70,49	30,21	86,50	187,19
EQUIPOS OFICINA	6,00	2,57	1,22	9,79
EQUIPOS COMPUTACIÓN	80,71	34,59	27,66	142,96
SUBTOTAL:	2.615,22	645,71	890,07	4.151,00
IMPREVISTOS 2%	52,30	12,91	17,80	83,02
TOTAL:	2.667,53	658,62	907,87	4.234,02

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.4.3.6 Seguros

Este rubro de igual importancia que el de mantenimiento pretende estimar el valor de la prima para asegurar los bienes contra robo, pérdida y/o daño, lo cual asegurará la continuidad operacional del proyecto en caso fortuito de un evento inesperado:

TABLA 67:
PRIMA DE SEGURO DE BIENES

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	% PRIMA	VALOR ANUAL
CONSTRUCCIONES	38.556,00	10%	3.855,60
VEHÍCULOS	15.493,80	5%	774,69
MÁQUINARIA	22.171,34	3%	665,14
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52	2%	187,19
EQUIPOS OFICINA	489,60	2%	9,79
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44	3%	142,96
SUBTOTAL:	90.835,70		5.635,38
IMPREVISTOS 2%			112,71
TOTAL:			5.748,08

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

También se presenta la división del valor por asegurar los bienes, para cada área:

TABLA 68:
PRIMA SEGURO BIENES POR ÁREA

ACTIVOS FIJOS	PRODUCCIÓN (70%)	ADMINISTRACIÓN (30%)	VENTAS	TOTAL
CONSTRUCCIONES	2.698,92	1.156,68	-	3.855,60
VEHÍCULOS	-	-	774,69	774,69
MÁQUINARIA	665,14	-	-	665,14
MUEBLES Y ENSERES	70,49	30,21	86,50	187,19
EQUIPOS OFICINA	6,00	2,57	1,22	9,79
EQUIPOS COMPUTACIÓN	80,71	34,59	27,66	142,96
SUBTOTAL:	3.521,25	1.224,05	890,07	5.635,38
IMPREVISTOS 2%	70,43	24,48	17,80	112,71
TOTAL:	3.591,68	1.248,53	907,87	5.748,08

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Es importante indicar que para la proyección del rubro de primas de seguros, se toma en cuenta una baja de un 10% en el valor cada año, debido a que el valor de aseguramiento va bajando cada año.

5.5 ESTABLECIMIENTO DE LOS GASTOS

A continuación se va a realizar el detalle de los gastos que considerará la operación del proyecto de creación de la microempresa ANDAYA, que se divide en 3 principales elementos: Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros.

5.5.1 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son todos los rubros que se requiere para administrar la microempresa, para el caso de AMAYA son los siguientes:

TABLA 69:
GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TALENTO HUMANO	1.790,89	21.490,69
HONORARIOS CONTADOR	204,00	2.448,00
SEGURIDAD	561,00	6.732,00
SUMINISTROS	39,59	475,12
SERVICIOS BÁSICOS	110,67	1.328,04
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	93,88	1.126,57
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	54,89	658,62
SEGURO ACTIVOS FIJOS	104,04	1.248,53
AMORTIZACIONES	68,00	816,00
TOTAL	3.026,96	36.323,56

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.1.1 Talento humano

Como se determinó anteriormente se requerirá un Gerente, una asistente y un auxiliar de servicios generales, cuyos valores muestran los siguientes cuadros para el primer y segundo años:

TABLA 70:
RECURSOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA PARA EL AÑO 1

ADMINISTRACIÓN	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Gerente General	1	700,00	700,00	58,33	24,33	29,17	85,05	-	896,88	10.762,60
Asistente Administ.	1	350,00	350,00	29,17	24,33	14,58	42,53	-	460,61	5.527,30
Auxiliar SSGG	1	300,00	300,00	25,00	24,33	12,50	36,45	-	398,28	4.779,40
SUBTOTAL:			1.350,00	112,50	73,00	56,25	164,03	-	1.755,78	21.069,30
IMPREVISTOS 2%									35,12	421,39
TOTAL:									1.790,89	21.490,69

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 71:
RECURSOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA PARA EL AÑO 2

ADMINISTRACIÓN	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 2
Gerente General	1	700,00	700,00	58,33	24,33	29,17	85,05	58,33	955,22	11.462,60
Asistente Administ.	1	350,00	350,00	29,17	24,33	14,58	42,53	29,17	489,78	5.877,30
Auxiliar SSGG	1	300,00	300,00	25,00	24,33	12,50	36,45	25,00	423,28	5.079,40
SUBTOTAL:			1.350,00	112,50	73,00	56,25	164,03	112,50	1.868,28	22.419,30
IMPREVISTOS 2%									37,37	448,39
TOTAL:									1.905,64	22.867,69

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.1.2 Honorarios profesionales y Servicios

Para el caso el proyecto ANDAYA se estima un rubro que corresponde a la contabilidad de la microempresa, la cual requerirá de un Contador profesional que se contratará por Honorarios Profesionales a un valor de \$200 mensuales.

Por otro lado el proyecto también considera el servicio de seguridad, estimado en un valor mensual de \$550, que incluye la provisión de un guardia de seguridad dentro del horario de trabajo.

5.5.1.3 Suministros

A pesar de ser un rubro pequeño, se presenta a continuación el cálculo de la provisión de suministros de oficina y limpieza para el proyecto ANDAYA:

TABLA 72:
SUMINISTROS

SUMINISTRO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
PAPEL (RESMA)	1	30,00	30,00
ESFEROS (CAJA)	2	4,00	8,00
ARCHIVADORES	15	2,50	37,50
RESALTADORES	24	1,00	24,00
CLIPS	24	0,80	19,20
GRAPAS	6	1,50	9,00
CARPETAS	48	1,20	57,60
LAPICES (CAJA)	3	3,50	10,50
TINTAS IMPRESORA	6	25,00	150,00
UTILES ASEO (MENSUAL)	12	10,00	120,00
SUBTOTAL			465,80
IMPREVISTOS 2%			9,316
TOTAL			475,12

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.1.4 Amortizaciones

Este rubro toma en cuenta el cargo anual de los valores requeridos para la constitución y puesta en marcha del proyecto.

TABLA 73:
AMORTIZACIÓN DE BIENES INTANGIBLES

ÍTEM	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estudios y Diseños definitivos	816,00	163,20	163,20	163,20	163,20	163,20
Gastos de Constitución	1.224,00	244,80	244,80	244,80	244,80	244,80
Puesta en Marcha	714,00	142,80	142,80	142,80	142,80	142,80
Adecuaciones local comercialización	1.020,00	204,00	204,00	204,00	204,00	204,00
Registros y Licencias	306,00	61,20	61,20	61,20	61,20	61,20
TOTAL	4.080,00	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Adicionalmente están detallados los gastos por depreciación, mantenimiento y aseguramiento de los bienes tangibles utilizados por el área administrativa

del proyecto, los cuales se encuentran detallados en las tablas 65, 67 y 69 respectivamente.

Por último se consideraron gastos por servicios básicos, los cuales constan en el cuadro No. 63 de este capítulo.

5.5.2 Gastos de ventas

Los gastos de ventas, son aquellos egresos no relacionados directamente con el producto y/o servicio que propone el proyecto, pero que se requieren para vender el producto al consumidor, como por ejemplo los gastos de comercialización, publicidad, etc.

Para el caso del presente proyecto, a continuación se resumen los gastos de ventas estimados:

TABLA 74:
GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TALENTO HUMANO	1.409,46	16.913,54
RENTA LOCAL	255,00	3.060,00
COMBUSTIBLE	61,20	734,40
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	172,55	2.070,60
SERVICIOS BÁSICOS	76,50	918,00
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	320,39	3.844,72
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	75,66	907,87
SEGURO ACTIVOS FIJOS	75,66	907,87
TOTAL	2.446,42	29.357,01

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.2.1 Talento humano

Para el éxito del proyecto, según lo determinado en el estudio técnico, se requerirá un coordinador de ventas y dos vendedores, cuyos valores hacia el proyecto se calculan en la siguiente tabla:

TABLA 75:
RECURSOS HUMANOS DE VENTAS PARA EL AÑO 1

VENTAS	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Coordinador Ventas	1	450,00	450,00	37,50	24,33	18,75	54,68	-	585,26	7.023,10
Vendedor	2	300,00	600,00	50,00	48,67	25,00	72,90	-	796,57	9.558,80
SUBTOTAL:			1.050,00	87,50	73,00	43,75	127,58	-	1.381,83	16.581,90
IMPREVISTOS 2%									27,64	331,64
TOTAL:									1.409,46	16.913,54

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

TABLA 76:
RECURSOS HUMANOS DE VENTAS PARA EL AÑO 2

VENTAS	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 2
Coordinador Ventas	1	450,00	450,00	37,50	24,33	18,75	54,68	37,50	622,76	7.473,10
Vendedor	2	300,00	600,00	50,00	48,67	25,00	72,90	50,00	846,57	10.158,80
SUBTOTAL:			1.050,00	87,50	73,00	43,75	127,58	87,50	1.469,33	17.631,90
IMPREVISTOS 2%									29,39	352,64
TOTAL:									1.498,71	17.984,54

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.2.2 Publicidad

La publicidad es un rubro importantísimo de todo proyecto, sobre todo de uno nuevo, ya que es la manera en cómo se dará a conocer el producto al potencial consumidor. A continuación se muestra un detalle de los principales valores anuales que se invertirán en publicidad para la microempresa ANDAYA, entre los cuales está la publicidad en medios escritos, en radio, visual, artículos publicitarios, etc.

TABLA 77:
PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	300	0,10	2,50	30,00
Papelería membretada (hojas y sobres)	500	0,03	15,00	180,00
Valla	1	300,00	25,00	300,00
Radio	2	30,00	60,00	720,00
Publicidad Escrita	1	40,00	40,00	480,00
Artículos publicitarios	1	200,00	16,67	200,00
Página web	1	10,00	10,00	120,00
SUBTOTAL			169,17	2.030,00
IMPREVISTOS 2%			3,38	40,60
TOTAL			172,55	2.070,60

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.5.2.3 Alquiler local

Es importante que se tome en cuenta el valor por renta del local de comercialización del proyecto, el cual estaría ubicado en el centro de la ciudad de Tulcán, y tendría un costo aproximado de \$250 al mes por el respectivo alquiler.

5.5.2.4 Servicios básicos

El local de comercialización generará un gasto por servicios públicos, el cual se estima a continuación:

TABLA 78:
SERVICIOS BÁSICOS ALMACÉN

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	10,00	120,00
Energía Eléctrica	15,00	180,00
Teléfono	30,00	360,00
Internet	20,00	240,00
SUBTOTAL	75,00	900,00
IMPREVISTOS 2%	1,50	18,00
TOTAL	76,50	918,00

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Adicionalmente están detallados los gastos por depreciación, mantenimiento y aseguramiento de los bienes tangibles utilizados por el área de ventas del proyecto, los cuales se encuentran detallados en las tablas 65, 67 y 69 respectivamente.

5.5.3 Gastos financieros

Los gastos financieros son aquellos egresos que se requieren para las actividades de financiamiento, en otras palabras son los intereses por el crédito requerido para cubrir un porcentaje de la inversión inicial del proyecto.

TABLA 79:
GASTOS FINANCIEROS

GASTOS FINANCIEROS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
INTERESES CRÉDITO	729,40	8.752,84
TOTAL	729,40	8.752,84

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

5.6 PROYECCIÓN DE LOS EGRESOS TOTALES

Una vez detallados todos los egresos, se procede a realizar la respectiva proyección para los primeros 5 años del proyecto, tomando en cuenta dos factores importantes de crecimiento:

- Un crecimiento en los costos variables de un 5%, que es el crecimiento de producción de la cantidad de prendas de vestir, tasa que afectará principalmente a la materia prima, así como a los costos indirectos de producción, los cuales varían de acuerdo a la cantidad de prendas a producirse.
- Un crecimiento del 4.85% a los valores anuales por la inflación que registra al momento el país, según la información del Banco Central del Ecuador. Este crecimiento no aplica para los intereses del crédito, ni para depreciaciones, ya que son rubros fijos que no sufren variación por la inflación, y se basan en tablas de cálculo presentadas en este capítulo.

El siguiente cuadro muestra la proyección de los egresos del proyecto:

TABLA 80:
PROYECCIÓN DE LOS EGRESOS

COSTO DE VENTAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VARIABLE	MATERIA PRIMA	47.878,17	52.710,27	58.030,06	63.886,74	70.334,51
FUJO	MANO DE OBRA DIRECTA	19.499,95	21.671,28	22.722,34	23.824,37	24.979,86
FU / VAR	COSTOS INDIRECTOS	24.865,47	27.375,02	30.137,84	33.179,50	36.528,15
TOTAL COSTO DE VENTAS		92.243,59	101.756,57	110.890,24	120.890,62	131.842,51
GASTOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS AMINISTRATIVOS		36.323,56	39.260,58	40.946,98	42.722,12	44.589,92
FUJO	TALENTO HUMANO	21.490,69	23.933,43	25.094,20	26.311,27	27.587,37
FUJO	HONORARIOS CONTADOR	2.448,00	2.566,73	2.691,21	2.821,74	2.958,59
FUJO	SEGURIDAD	6.732,00	7.058,50	7.400,84	7.759,78	8.136,13
FUJO	SUMINISTROS	475,12	498,16	522,32	547,65	574,21
FUJO	SERVICIOS BÁSICOS	1.328,04	1.392,45	1.459,98	1.530,79	1.605,04
FUJO	DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	1.126,57	1.126,57	1.126,57	1.126,57	1.126,57
FUJO	MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	658,62	690,57	724,06	759,18	796,00
FUJO	SEGURO ACTIVOS FIJOS	1.248,53	1.178,18	1.111,79	1.049,14	990,02
FUJO	AMORTIZACIONES	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00
GASTOS VENTAS		29.357,01	31.578,77	32.834,04	34.155,26	35.545,33
FUJO	TALENTO HUMANO	16.913,54	18.813,45	19.725,90	20.682,61	21.685,72
FUJO	RENTA LOCAL	3.060,00	3.208,41	3.364,02	3.527,17	3.698,24
FUJO	COMBUSTIBLE	734,40	770,02	807,36	846,52	887,58
FUJO	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	2.070,60	2.171,02	2.276,32	2.386,72	2.502,48
FUJO	SERVICIOS BÁSICOS	918,00	962,52	1.009,21	1.058,15	1.109,47
FUJO	DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	3.844,72	3.844,72	3.844,72	3.844,72	3.844,72
FUJO	MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	907,87	951,91	998,07	1.046,48	1.097,23
FUJO	SEGURO ACTIVOS FIJOS	907,87	856,72	808,44	762,88	719,90
GASTOS FINANCIEROS		8.752,84	5.597,51	2.066,57	-	-
FUJO	INTERESES PRESTAMO	8.752,84	5.597,51	2.066,57	-	-
COSTOS TOTALES DEL PROYECTO		166.677,01	178.193,44	186.737,83	197.768,00	211.977,77

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

CAPÍTULO VI

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Una vez establecida la inversión y la operación del proyecto, a continuación se presenta la evaluación financiera del mismo, que tiene por objetivo verificar la viabilidad o factibilidad financiera de su implementación.

6.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de Situación Inicial tiene por objeto mostrar la situación financiera del proyecto en sus inicios, este balance tiene principalmente los 3 componentes básicos que son:

- Activos, básicamente refleja los bienes de la empresa que están compuestos por los rubros de la inversión inicial.
- Pasivos, las deudas con las que empieza la operación el proyecto.
- Patrimonio, que se compone básicamente del capital del proyecto.

A continuación se muestra el balance inicial para el proyecto ANDAYA:

TABLA 81:
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

<u>ACTIVOS</u>		
Corrientes		36.822,77
Efectivo	36.822,77	
Inventarios	-	
	<hr/>	
Fijos		107.155,70
TERRENOS	16.320,00	
CONSTRUCCIONES	38.556,00	
VEHÍCULOS	15.493,80	
MÁQUINARIA	22.171,34	
MUEBLES Y ENSERES	9.359,52	
EQUIPOS OFICINA	489,60	
EQUIPOS COMPUTACIÓN	4.765,44	
	<hr/>	
Diferidos e Intangibles		4.080,00
TOTAL ACTIVOS		148.058,47
<u>PASIVO</u>		
A corto Plazo		-
Proveedores	-	
A largo plazo		89.360,93
Préstamo Bancario	89.360,93	
<u>PATRIMONIO</u>		
Capital social	58.697,54	58.697,54
TOTAL pasivo + PATRIMONIO		148.058,47

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

6.2 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias, es el balance que muestra la utilidad o pérdida de la operación del proyecto al finalizar un periodo contable.

El estado de resultados conocido también como estado de rentas o gastos es la confrontación de todos los ingresos contra todos los egresos estimados del proyecto.

Primero se estima la Utilidad Bruta en Ventas, la cual se obtiene restando de los ingresos totales el costo de ventas del proyecto. Luego se calcula la Utilidad Operacional, la cual resulta reduciendo de la Utilidad Bruta, los Gastos Administrativos y de Ventas. Posteriormente se establece la Utilidad Antes de repartición e impuestos, la misma que se obtiene restando los gastos financieros.

Por último se restan el 15% de participación de trabajadores y 22% del impuesto a la renta para obtener la Utilidad Neta del proyecto de cada año.

TABLA 82:
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	192.000,00	212.862,28	235.296,56	259.406,27	285.301,14
COSTO DE VENTAS	92.243,59	101.756,57	110.890,24	120.890,62	131.842,51
UTILIDAD BRUTA	99.756,41	111.105,70	124.406,32	138.515,65	153.458,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	36.323,56	39.260,58	40.946,98	42.722,12	44.589,92
GASTOS DE VENTAS	29.357,01	31.578,77	32.834,04	34.155,26	35.545,33
UTILIDAD OPERACIONAL	34.075,84	40.266,35	50.625,30	61.638,27	73.323,37
GASTOS FINANCIEROS	8.752,84	5.597,51	2.066,57	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	25.322,99	34.668,84	48.558,73	61.638,27	73.323,37
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	3.798,45	5.200,33	7.283,81	9.245,74	10.998,51
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	21.524,55	29.468,51	41.274,92	52.392,53	62.324,86
22% IMPUESTO A LA RENTA	4.735,40	6.483,07	9.080,48	11.526,36	13.711,47
UTILIDAD NETA	16.789,15	22.985,44	32.194,44	40.866,17	48.613,39

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Es importante observar utilidad para todos los períodos proyectados.

6.3 FLUJO DE CAJA

El estado de efectivo o flujo de caja es uno de los estados más importantes para realizar la evaluación financiera del proyecto, ya que permite evidenciar el monto de efectivo que genera cada año, el cual será sometido posteriormente al análisis de indicadores.

Para el proyecto de confección y comercialización de prendas de vestir de ropa casual el flujo de efectivo se presenta a continuación:

TABLA 83:
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA		16.789,15	22.985,44	32.194,44	40.866,17	48.613,39
DEPRECIACIONES		9.817,09	9.817,09	9.817,09	9.817,09	9.817,09
AMORTIZACIONES		816,00	816,00	816,00	816,00	816,00
VALOR RESIDUAL						62.835,71
RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO						36.822,77
INVERSIONES	148.058,47				4.765,44	
PRÉSTAMO	89.360,93					
AMORTIZACIÓN DEUDA		26.506,44	29.661,77	33.192,71	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	(58.697,54)	915,79	3.956,75	9.634,81	46.733,82	158.904,96

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

A pesar de la amortización de la deuda el proyecto presenta un flujo positivo al final de cada período, lo cual ya da una idea de factibilidad económica.

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para realizar la evaluación financiera se utilizará los indicadores más conocidos como son: VAN, TIR, PRI y punto de equilibrio.

6.4.1 Tasa de descuento ponderado o tasa de oportunidad

Para calcular el VAN o valor actual neto, se procederá a calcular la tasa de descuento o de oportunidad del inversionista, la cual representa la tasa mínima que el inversionista esperaría recibir para correr el riesgo de invertir en este proyecto.

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$Tasa\ descuento = (TP * \%RP) + TA * (1 - t) * \%P + Riesgo + Inflación$$

Donde:

tasa pasiva	T.P =	4,53%
recursos propios	R.P =	39,64%
tasa préstamo	T.A =	11,20%
tasa impuestos	t =	36,25%
préstamo	P =	60,36%
	Riesgo =	5%
	Inflación =	4,85%

Con lo cual se obtiene una tasa del 15,96%.

6.4.2 Valor actual neto (VAN)

Este es un indicador muy utilizado para evaluar proyectos, debido a que permite traer a valor actual, por medio de la tasa de descuento, los flujos de caja obtenidos en las proyecciones del proyecto, y compararlos con la inversión inicial para verificar su viabilidad. Si el valor obtenido entre los flujos descontados y la

inversión inicial es positivo el proyecto se acepta técnicamente, si es menor se desecha.

La fórmula que se aplicó para obtener el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Donde:

FNC= flujo neto de caja

i= interés, tasa de descuento calculada previamente

n=período (año)

Aplicando se tiene el resultado:

TABLA 84:
VAN

AÑOS	FNC	(1+i) ⁿ	FNC/(1+i) ⁿ
0	-58.697,54		-58.697,54
1	915,79	1,16	789,78
2	3.956,75	1,34	2.942,78
3	9.634,81	1,56	6.179,76
4	46.733,82	1,81	25.850,52
5	158.904,96	2,10	75.802,76
SUMAN	220.146,13		52.868,06

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Se puede validar un VAN positivo de \$52,868.06, lo cual indica la factibilidad financiera del proyecto.

6.4.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad que obtendrá el inversionista de la proyección realizada para el proyecto. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento o costo de oportunidad es conveniente realizar la inversión, pero si sucede lo contrario no es viable el proyecto, ya que la ganancia a obtenerse por parte del inversionista sería inferior a la mínima aceptable.

Para el cálculo del TIR se utilizará la fórmula de interpolación, en la que se utilizan dos tasas estimadas para calcular un VAN positivo y uno negativo, y aplicando la fórmula siguiente se obtiene la TIR del proyecto:

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{VAN Tm}{(VAN Tm - VAN TM)}$$

Donde:

Tm= tasa menor

TM= tasa mayor

VAN Tm= VAN calculado con tasa menor

VAN TM= VAN calculado con tasa mayor

Aplicando la fórmula se obtiene los siguientes VAN:

TABLA 85:
CÁLCULO DE LA TIR

AÑOS	FNC	VAN CON Tm	VAN CON Tm
		32%	35%
0	-58.697,54	-58.697,54	-58.697,54
1	915,79	693,78	678,36
2	3.956,75	2.270,86	2.171,06
3	9.634,81	4.189,11	3.915,99
4	46.733,82	15.393,44	14.070,07
5	158.904,96	39.652,25	35.437,95
SUMAN:		3.501,89	-2.424,11

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Y aplicando la fórmula se obtiene una TIR de 33,77%, lo cual es más del doble de la tasa de descuento calculada para el proyecto, con lo cual se acepta financieramente el proyecto.

TABLA 86:
TIR

Tm:	32,00%
TM:	35,00%
VPN_m:	3.501,89
VPN_M:	(2.424,11)
TIR:	33,77%

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

6.4.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

La aplicación de este criterio de evaluación permite conocer cuando se habrá recuperado la inversión del proyecto.

Para esto se calcularán los siguientes términos:

FNC = Flujo Neto de Caja
 FNCA = Flujo Neto de Caja Actualizado
 FNCAA = Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

TABLA 87:
 PRI

AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(58.697,54)	(58.697,54)	(58.697,54)
1	915,79	789,78	(57.907,76)
2	3.956,75	2.942,78	(54.964,98)
3	9.634,81	6.179,76	(48.785,22)
4	46.733,82	25.850,52	(22.934,70)
5	158.904,96	75.802,76	52.868,06

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Con el cuadro se verifica que la inversión se recuperará al quinto año de operación del proyecto.

6.4.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador que permite saber cuál es el punto en el cual el proyecto paga sus costos y gastos, y a partir del cual empieza a generar utilidad. En el caso del proyecto se ha estimado un valor promedio calculado de dividir el valor de ingresos del primer año para el número de prendas a vender dicho año, lo cual permitirá verificar el punto de equilibrio del proyecto.

Para el caso de ANDAYASE puede ver que el punto de equilibrio para el proyecto es de 5.293 prendas de vestir de ropa casual lo cual es inferior al nivel de ventas propuesto para todos los años.

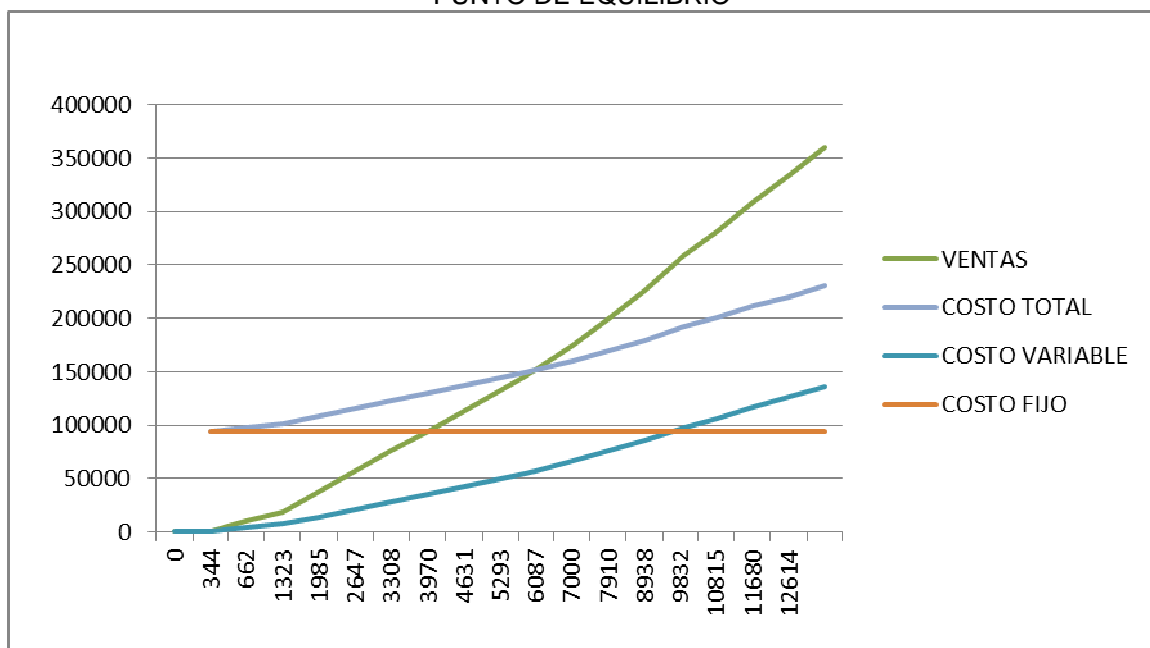
$$PE (\$) = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE UNIT}{INGRESOS}}$$

$$PE (\$) = \frac{93.933,37}{1 - \frac{10,82}{28,57}}$$

$$PE (\$) = 151.230,56$$

Con el fin de verificar el punto de equilibrio para el primer año se presenta el siguiente gráfico:

GRÁFICO 42:
PUNTO DE EQUILIBRIO



ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

Aplicando la fórmula para los siguientes años, se presente la siguiente tabla que muestra el punto de equilibrio para los años de proyección del proyecto:

TABLA 88:
PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Costo Fijo</i>	93.933,37	98.108,15	98.569,93	100.701,75	105.115,11
<i>Costo Variable</i>	72.743,64	80.085,29	88.167,90	97.066,24	106.862,65
<i>Ingresos</i>	192.000,00	212.862,28	235.296,56	259.406,27	285.301,14
PUNTO EQUILIBRIO EN VALOR	151.230,56	157.282,71	157.638,67	160.913,28	168.066,11

ELABORACIÓN: GINNELA SOLARTE

6.5 ÍNDICES FINANCIEROS

Para apoyar la evaluación realizada, y con el objetivo de mayor claridad a continuación se muestran unos indicadores básicos a las proyecciones realizadas.

6.5.1 Índices de rentabilidad

6.5.1.1 Rentabilidad sobre el capital

Este índice mide la remuneración que la empresa brinda a sus socios u accionistas por haber arriesgado un capital equivalente al patrimonio contable.

Se lo puede apreciar a través de la siguiente fórmula:

RENTABILIDAD PATRIMONIAL	=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$
-----------------------------	---	--

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 1} = \frac{16.789,15}{58.697,54}$$

RENT. PATRIMONIO AÑO 1 =	28,60%
--------------------------	--------

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 2} = \frac{22.985,44}{58.697,54}$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 2} = 39,16\%$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 3} = \frac{32.194,44}{58.697,54}$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 3} = 54,85\%$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 4} = \frac{40.866,17}{58.697,54}$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 4} = 69,62\%$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 5} = \frac{48.613,39}{58.697,54}$$

$$\text{RENT. PATRIMONIO AÑO 5} = 82,82\%$$

Como se puede verificar el proyecto presenta una utilidad creciente que va desde el 28,6% hasta llegar a más del 82,8% de utilidad comparada con la inversión que realizaron los accionistas o inversionistas, lo cual muestra que por cada dólar invertido al primer año se reciben 29 centavos de utilidad y al quinto 83 centavos.

6.5.1.2 Rentabilidad sobre ventas

Quizá el más utilizado de los indicadores es también conocido como margen neto de utilidad, permite conocer la rentabilidad por cada dólar vendido, mientras más alto es el índice existe mayor rentabilidad.

Se lo obtiene calculando la siguiente fórmula:

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	=	<u>UTILIDAD NETA</u> VENTAS
------------------------------	---	--------------------------------

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 1} = \frac{16.789,15}{192.000,00}$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 1} = 8,74\%$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 2} = \frac{22.985,44}{212.862,28}$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 2} = 10,80\%$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 3} = \frac{32.194,44}{235.296,56}$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 3} = 13,68\%$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 4} = \frac{40.866,17}{259.406,27}$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 4} = 15,75\%$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 5} = \frac{48.613,39}{285.301,14}$$

$$\text{RENT. VENTAS AÑO 5} = 17,04\%$$

Igual que el anterior muestra una tendencia sólida de crecimiento hasta el quinto año, donde el proyecto esperaría ganar un 17% de lo que vende, lo cual muestra una tendencia clara de factibilidad económica del proyecto.

6.5.2 Índices de solvencia

Este índice mide la disposición que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones generales.

Se lo obtiene a través de la siguiente fórmula

$$\text{ÍNDICE DE SOLIDEZ} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{ÍNDICE DE SOLIDEZ} = \frac{89.360,93}{148.058,47}$$

$$\text{ÍNDICE DE SOLIDEZ} = 0,60$$

A pesar de que se observa que un 60% del activo o inversión ha sido financiado con recursos ajenos, y representa una deuda para la microempresa, dicho valor muestra un 40% que corresponde al compromiso por parte de los accionistas y/o inversionistas, lo cual está dentro de un rango aceptable que muestra cualesquier entidad financieramente sana, ya que se puede considerar una buena estructura a partir de un 30% de compromiso por parte de los accionistas.

6.5.2.1 Índice de endeudamiento

Este índice muestra la cantidad de veces en que se encuentra comprometido al pasivo respecto del patrimonio.

Se obtiene a través de la fórmula que se muestra a continuación:

$$\text{ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$\text{ÍNDICE ENDEUDAMIENTO} = \frac{89.360,93}{58.697,54}$$

$$\text{ÍNDICE ENDEUDAMIENTO} = 1,52$$

El resultado permite verificar un pasivo que supera en un 52% al pasivo, y esto indica un endeudamiento importante de la microempresa, que se entiende es por su inicio, pero que no muestra una estructura fuera de lo usual.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- A pesar de la competencia actual en lo referente a la confección de ropa casual, ya que principalmente mercados grandes como Estados Unidos, China, Colombia e incluso Perú, el Ecuador ha confeccionado prendas de vestir desde hace muchos años, siendo una tradición del país la elaboración de ropa con telares antiguos, y otras técnicas manuales que incluso permiten la exportación de ciertas prendas que se califican de artesanías, por su proceso de elaboración, colores, diseños, etc. La industria de manufactura de ropa ha tenido algunos problemas como la mayor parte de la industria en el país, sin embargo muestra un crecimiento leve.
- El estudio de mercado permitió validar en la ciudad de Tulcán la demanda potencial de prendas de vestir de ropa casual, levantar información sobre aspectos muy importantes como el mercado objetivo, tallas, colores, gustos, etc. Así mismo se realizó una investigación de la oferta, compuesta principalmente por los lugares de comercialización de prendas de vestir de ropa casual tanto nacional como importada, que se convierte en competencia del proyecto a proponer.

Por último este capítulo permitió determinar el producto a ofrecerse así como los detalles de comercialización y las estrategias del mix del marketing, lo que estableció un lineamiento claro al fijar al proyecto como la creación de una marca de prendas de vestir de ropa casual de modelos exclusivos y alta calidad en la ciudad de Tulcán.

- Por su parte el estudio técnico validó los requisitos para constituir la microempresa que será el resultado del proyecto propuesto, así como factores importantes de la localización, el tamaño, los recursos y la distribución tanto de la planta como del local de comercialización del proyecto, el cual debe ser apropiado para llegar al mercado objetivo de adolescentes y jóvenes entre los 12 y 25 años de edad de la ciudad de Tulcán.
- La inversión del proyecto asciende a \$148,058.47, la cual considera los bienes tangibles, intangibles y capital de trabajo para los primeros 3 meses del proyecto, tiempo prudente durante el cual se estima no recibir ingresos suficientes para cubrir los egresos de la microempresa.
- Así mismo se estableció la operación del proyecto, determinando ingresos y egresos para el primer año, y mediante un crecimiento del 5% anual de la producción de prendas de vestir, así como por la tasa de inflación del país, se pudo realizar las proyecciones de la operativa para los primeros 5 años de la microempresa ANDAYA.
- Por último se realizó la evaluación financiera, la cual partiendo de una tasa de descuento del 15,96%, dio como resultado indicadores: VAN= \$52,868.06, TIR de 33,77%, PRI al quinto año, y punto de equilibrio de \$151,230.56, valor lo cual confirma la viabilidad financiera de la presente propuesta.

7.2 RECOMENDACIONES

- Si bien es cierto que los modelos y marcas de producción internacional, y para el caso de la ciudad de Tulcán hay mucha incidencia de la ropa Colombiana, se sugiere que el proyecto brinde cualidades que lleguen a posicionar la marca ANDAYA, debido a su exclusividad, precio dentro del rango del mercado, calidad y sobre todo atención especializada en el mercado objetivo del proyecto, lo cual asegurará la consecución de los resultados estimados.
- Es de vital importancia que quien pretenda liderar el proyecto, comprenda que se trata de posicionar una marca, por medio de un concepto de comercialización enfocado en el mercado objetivo, por tanto no se trata de producción de prendas de vestir en masa que compitan por precios en el mercado de Tulcán, sino que se pretende crear ropa casual de modelos exclusivos de acuerdo a tendencias internacionales tanto de calidad como de colores, diseños, etc.
- Se sugiere implementar la microempresa, la cual se ha demostrado viable desde el punto de vista técnico, administrativo y de cabida dentro del mercado de la ciudad de Tulcán de acuerdo a la investigación de campo realizada. Al realizar la aplicación de proyecto se debe tener en cuenta detalles básicos como los perfiles del personal, los recursos materiales y la buena negociación de los materiales para asegurar la calidad del producto así como también la continuidad del negocio.
- A pesar de haber propuesto un crédito mediante la CFN para cubrir la inversión, se sugiere agotarse otras opciones en el sistema financiero tanto privado como público, con el fin de verificar la manera más conveniente para obtener el 60,4% que se requiere para la puesta en marcha.

- Se recomienda mucha atención en la operativa de egresos, y la adecuada gestión para conseguir mejores escenarios que el propuesto en la presente investigación de factibilidad de la empresa ANDAYA. Así mismo se sugiere un seguimiento al precio de venta de los productos, para que esté en el mercado, pero no sea el más bajo ya que perdería su condición de diferenciación respecto de otra ropa casual que proviene de otros sitios del país y fuera de él, cuyo objetivo principal no es brindar calidad.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Alarcón Costa César, Al futuro con la Microempresa
- Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de proyectos, Quinta edición, McGrawHill
- Fisher, Laura & Espejo, Jorge, Mercadotécnica, Tercera edición, McGrawHill.
- Publicación del Grupo Océano, Mujer creativa
- Océano España, Enciclopedia practica de la pequeña y mediana Empresa. Grupo editorial.
- Caiceo y Mardones- Elaboración de tesis e informes Técnico-Profesionales-ed.Conosur
- Posso, M. Diseño y Evaluación de proyectos. Editorial Utpl, Loja- Ecuador.
- Posso, M. Modulo de trabajo de grado. PUCE, Ibarra- Ecuador.2010
- Mahler, W. Planeación de la estructura de las organizaciones.2010
- NassirSapagChain: Universidad De Chile, (aut.) Evaluación De Proyectos De Inversión Para Empresas
- Guía Para el Plan de Proyecto de Titulación- Facultad de Ciencias Económicas.
- Touma Endara, Jorge, Curso de derecho para administradores, 1ra. Edición, Ediciones Abya-Yala

NETGRAFÍA

- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE
- Servicio de Rentas Internas
- Superintendencia de Compañías
- Cámara de la Pequeña Industria del Carchi

- Gobierno Municipal de Tulcán
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Banco Pichincha
- SINGER (1988), “El ABC de la Costura”, México, Limusa
- Cámara de la Pequeña Industria (1989), “Estudio de Manufactura”. Quito

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

ENCUESTA

PROYECTO PARA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE MODAS “ANDAYA”,
DEDICADA A LA CONFECCIÓN EXCLUSIVA DE ROPA EN LA CIUDAD DE
TULCÁN

(Marcar con una X la respuesta correcta)

DATOS GENERALES

- Edad:

De 12 a 15

De 16 a 20

De 21 a 25

- Sexo:

Masculino

Femenino

PREGUNTAS

1. ¿Está satisfecho con la ropa casual que se produce y oferta en la ciudad de Tulcán?

SI NO

2. ¿Dónde compra usualmente su ropa casual?

Mercado

Boutiques

Almacenes

Colombia

3. ¿Cuántas prendas de vestir compra en el año?

2prendas

4prendas

6 prendas

8 prendas

10 prendas

4. ¿Qué factor es más importante para usted al momento de comprar su ropa casual?

Calidad

Diseño

Precio

5. ¿Qué prendas de ropa casual usualmente adquiere?

Jeans

Blusa / Camisa

Camiseta

6. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa de confección de ropa casual en la ciudad de Tulcán, que ofrezca prendas de diseños exclusivos y modernos con excelente calidad de telas?

SI NO

7. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique la microempresa?

Norte

Centro

Sur

8. El precio al que adquiere sus prendas de vestir varía entre:

De 10 a 15 USD

De 16 a 20 USD

De 21 a 25 USD

Más de 25 USD

9. ¿Qué colores prefiere para sus prendas de vestir?

Claros

Oscuros

Estampados

Rayados

Con cuadros

10. ¿Qué talla de prendas de vestir usa?

S

M

L

XL

11. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir publicidad sobre prendas de vestir?

Televisión

Radio

Prensa escrita

Redes sociales

Vallas

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXOS 2
PROFORMAS

FACTURA PROFORMA N° 1132

TELÉFONOS: 2 465-227
2 242-367
FAX: 2 443-543

FECHA: 28/03/2012

REF	DESCRIPCION	CANT	PVP	DTO%	IMPONT
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL OVERLOCK, MARCA JUKI, MODELO MO-6716, 2 AGUJAS, 5 HILOS, PUNTADA DE SEGURIDAD, LIBRICACION AUTOMATICA, MOTOR DE ½ HP, ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS.	1	1468,75	0	1468,75
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL RECUBRIDORA, MARCA KANSAI ESPECIAL MODELO WX-8803F, DE TRES AGUJAS, 5 HILOS, RECUBRIMIENTO SUPERIOR E INFERIOR PUNTADA DECORATIVA, LUBRICACION AUTOMATICA, ALTA VELOCIDAD, MOTOR DE ½ HP, ESTANTE COMPLETO CON TODOS SUS ACCESORIOS.	1	1424,11	0	1424,11
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL RECTA, MARCA JUKI, MODELO DDL-8100, UNA AGUJA, LUBRICACION AUTOMATICA, ALTA VELOCIDAD, MOTOR DE 1/2HP, ESTANTE COMPLETO.	1	531,25	0	531,25
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL CORTADORA DE TIRILLA O SESGO, MARCA CHENNG FEN, MODELO CF-802A, 2 CUCHILLAS, MOTOR DE ½HP, ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS.	1	504,46	0	504,46
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL ATRACADORA ELECTRONICA, MARCA BROTHER, BK430, CAJA Y PANEL DE CONTROL, MOTOR INCORPORADO, SISTEMA DE CORTE DE HILO Y LUBRICACION AUTOMATICA, SI CAMBIAMOS CIERTOS ACCESORIOS TIENE VARIAS OPCIONES, COMO ATRAQUE EN CRUZ, HACE EL HOJALILLO, ETC. CON ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS.	1	5348,21	0	5348,21

SUBTOTAL: 8282.84
I.V.A. 993.94

PRECIO DE CONTADO

TOTAL	9276.78
--------------	----------------

GARANTIA: De 6 meses en calibraciones, excepto en rotura de piezas y sistema eléctrico y/o electrónico, o por mal uso y/o manejo del operario.

FINANCIAMIENTO: Trabajamos con todas las tarjetas de crédito.

CRÉDITO DIRECTO: con el 50% de entrada y es saldo financiado a 3 y 6 meses

 PROPIETARIO

 CLIENTE

FACTURA PROFORMA N° 1133

TELÉFONOS: 2 465-227
2 242-367
FAX: 2 443-543

FECHA: 28/03/2012

REF	DESCRIPCION	CANT	PVP	DTO%	IMPONT
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL PEGADORA DE BOTONES, MARCA JUKI, MODELO MB 1377, DE 2-4 HUECOS NORMAL Y EN CRUZ, SISTEMA DE CORTE DE HILO AUTOMATICO, MOTOR DE 1/2 HP, ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS.	1	3142,86	0	3142,86
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL ELECTRONICA, OJALADORA PLANA, MARCA BROTHER, MODELO HE-800A, CAJA Y PANEL DE CONTROL, SISTEMA DE CORTE DE HILO, LEVANTA PIE PRENSA, LUBRICACION, AUTOMATICA, MOTORES INCORPORADO, CON ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS.	1	6687,5	0	6687,5
1	PLANCHA INDUSTRIAL CON VAPOR MARCA SILVER STAR, MODELO ES-85, SISTEMA DE CONTROL DE TEMPERATURA INCORPORADO, TANQUE DE AGUA INDIVIDUAL, 110 VOLTIOS	1	178,57	0	178,57
1	MAQUINA DE COSER INDUSTRIAL RECTA, MARCA, CONSEW MODELO 333RB1, DOS AGUJAS, LUBRICACION AUTOMATICA, ALTA VELOCIDAD, MOTOR DE 1/2HP, ESTANTE COMPLETO Y SUS ACCESORIOS, TECNOLOGIA JAPONESA,	1	1741,08	0	1741,08

SUBTOTAL: 10491.08
I.V.A. 1258.93

PRECIO DE CONTADO

TOTAL	11750.01
--------------	-----------------

GARANTIA: De 6 meses en calibraciones, excepto en rotura de piezas y sistema eléctrico y/o electrónico, o por mal uso y/o manejo del operario.

FINANCIAMIENTO: Trabajamos con todas las tarjetas de crédito.

CRÉDITO DIRECTO: con el 50% de entrada y es saldo financiado a 3 y 6 meses

 PROPIETARIO

 CLIENTE



RUC.: 1790874907001

ALMACENES MERYLAN

Venezuela N5-06 y Sucre esq.
Telf.: 295-2502 / 258-2868 • Fax: 258-2979
e-mail: merylan@telasmerylan.com

Quito - Ecuador
Somos Contribuyentes Especiales


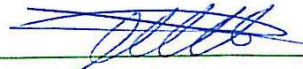
PROFORMA

Nº 0002138

APellidos y Nombres	binda Solarte	FECHA	06-03-2012
DOMICILIO			
TELEFONO	VENDEDOR		
RUC/C.I.	0401630827	REPRESENTANTE	

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	VALOR
100	Choixir (ferro)	28	2800
100	Popelina Elisa (blusas)	420	420
100	Popelina Janyotada (blusas)	420	420
100	Jean	650	650
100	chifon (fiera) (vestidos)	350	350
100	sera	480	480
100	Porra (chiquitos)	850	850

EN EFECTIVO _____ CON CHEQUE _____	SUBTOTAL	252830
	VALOR IVA	30340
	TOTAL U.S.D.	283170

 _____ Cliente	 _____ Propietario
---	--

AGENCIA DE IMPORTACION Y EXPORTACION

NO.: 2012-0012

SUCURSAL: **ALMACEN DIMART**
 Calle Venezuela NB-29 y Sucre
 Quito, Ecuador email: agimexsa@gmail.com
 Teléfono (593) 2251188 Fax (593) 559-0151

FECHA: 28/03/2012

RUC: 1791829468001

Facturar a: JINELA SOLARTE
 JINELA SOLARTE
 LA VICENTINA
 QUITO
 556013

VENDEDOR	FECHA DE ENVÍO	FORMA DE PAGO	TRANPORTE
NATALY		CHEQUE <input type="checkbox"/> DEPÓSITO <input type="checkbox"/> TARJETA <input type="checkbox"/>	

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.V.P.	TOTAL
100	MTS	TAF.09.BEO TAFETAN BEIGE OSCUR	3.13	312.50
100	MTS	TAF.20.FUC TAFETAN FUXIA	4.82	482.14
100	MTS	TCA.18.A111 TELA CAMISA	4.91	491.07
100	MTS	ALG.34.CAF ALGODÓN	4.91	491.07
100	MTS	DOR.09.001 ROMEL	26.79	2.678.57
100	MTS	IND.03.AZE	5.54	553.57
100	MTS	TPA.07.VEM TELA PANA	6.70	669.84
100	MTS	SIK.0F.010 SILKI	8.93	892.96
				-
				-

NOTA: Proforma tiene vigencia hasta 10 días	SUBTOTAL	\$ 6.571.43
	DESCUENTO	\$ -
Entienda todos los cheques a favor de AGIMEX S.A	I.V.A. 12%	\$ 738.57
Si tiene alguna pregunta acerca de esta proforma.	ENVÍO Y TRAMITACIÓN	
póngase en contacto con Elie badr, 2286090, agimexsa@gmail.com	TOTAL	\$ 7.310.00

ELABORADA POR

GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS



RECIBIDA POR

(593 2) 222-4446 / 254-3575

REPÚBLICA Y DIEGO DE ALMAGRO ESQ.
C.C. QUICENTRO SUR TEL: 4000-233

GIGABYTE

T E C N O L O G I A

Info@laptop.com.ec

DIRECCIÓN	AV. DIEGO DE ALMAGRO N30-98 Y AV. REPUBLICA ESQUINA		PROFORMA N° 34895	
CIUDAD	QUITO	VENDEDOR	LUIS GOMEZ	
FECHA	30 DE MARZO DEL 2012	CLIENTE	GINNELA SOLARTE	
TELEFONO	022-224-446	ID	0401630827	
PONEMOS A	SU DISPOSICION LA SIGUIENTE PROFORMA			
CANTIDAD	DESCRIPCION		V. UNITARIO	V. TOTAL
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO: CPU DUAL CORE INTEL DUAL COR 3.0 ghz MAIMBOARFD BIORSTAR G41 DDR3+ CHIP INTE MEMORIA 4GB DDR3 DISCO DURO160 GB SATA CON DISCO DE 500 GB MAS DVD WRITER 22 XL LECTOR DE TARGETAS SD 7-1 TECLADO MULTIMEDIA, MOUSE PARLANTES.		705.00	705.00
1	COMPUTADORA PORTATIL: EXCELENTE COMPUTADORA SONY VAIO VGN- UX280P PROCESADOR 1.2, 1GB DE RAM, 32 GB DE DISCO DURO PANTALLA TACTIL, DOBLE CAMARA, LECTOR DE HUELLAS, BLUETOOTH, WIRELESS, TRAE SU DOCK STATION PARA AMPLIAR LOS PUETOS USB, S400, RED, PUERTO RGB PARA CONECTARLA A UN PROYECTOR O A UN MONITOR, LECTOR DE TAJETA LAPIZ OPTICO, ESTUCHE SONY ORIGINAL Y CARGADOR ORIGINAL		930.00	930.00
1	IMPRESORA: CON SCANER, FOTOCOPIADO , FAX PUERTO USB WIFI		199.00	199.00
1	RUTEADOR: 4 PUERTOS DE RED DE FAST ETHERNET (10/100 Mbps) Le permite conexiones estables y de suficiente ancho de banda para navegar por Internet, descargar archivos MP3, hacer llamadas telefónicas de Internet VOIP, compartir archivos, juegos en red, y el flujo de alta definición videos		100.00	100.00
			SUBTOTAL	1726.79
			I.V.A	207.21
			TOTAL	1934.00

