



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO EN DIRECTO EN LA UNIDAD EMPRESARIAL LA MARKA, EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ECONOMÍA, MENCIÓN FINANZAS.

AUTOR: MARTÍNEZ. J. Angela. C.

DIRECTOR: Econ. SALGADO, Miguel

Ibarra, Octubre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Toda empresa necesita innovar procesos y técnicas que mejore el proceso productivo implantado en la misma, por esta razón el departamento de estampado en directo de la unidad empresarial LA MARKA, permitirá ofrecer una variedad de producto y contar con uno de los acabados más buscado en el mercado, este proceso permite jugar con colores y texturas que dan como resultado una prenda de calidad dando un valor agregado a la misma. Es necesario que este departamento se encuentre interrelacionado con los demás debido a que el proceso es una serie de pasos concatenados y depende de esto el correcto funcionamiento del proceso además debe manejar una cultura de trabajo en equipo para que los resultados sean exitosos.

THE SUMMARY EXECUTIVE

Every company needs to innovate processes and techniques to improve the production process implemented in the same, therefore the department direct stamping THE MARK A business unit, will offer a variety of products and have finished one of the most sought in the market, this process can play with colors and textures that result in a pledge of quality giving added value to it. It is necessary that this department is interrelated with the others because the process is a concatenated series of steps depends on the proper functioning of this process must also manage a culture of teamwork for results to be successful

AUTORÍA

Yo, **ÁNGELA CRISTINA MARTÍNEZ JÁTIVA**, portadora de la cédula de identidad Nro. 100286913 - 7, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO EN DIRECTO EN LA UNIDAD EMPRESARIAL LA MARKA, EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”**previo a la obtención del Título de Ingeniera en Economía mención finanzas., es genuina y original; las ideas y comentarios de este trabajo de investigación, son de responsabilidad exclusiva de la autora.

Firma

Ángela Martínez

CI: 100286913 - 7

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la Srta. Egresada **Ángela Cristina Martínez Játiva**, para aportar para el Título de **Ingeniera en Economía Mención Finanzas**, cuyo tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO EN DIRECTO EN LA UNIDAD EMPRESARIAL LA MARKA, EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”**. Considero que el presenta trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de Junio del 2012

Econ. Salgado Miguel
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Yo , Angela Cristina Martínez Játiva, con cédula de ciudadanía N° 100286913 - 7 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO EN DIRECTO EN LA UNIDAD EMPRESARIAL LA MARKA, EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Economía Mención Finanzas en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

AUTORA: Ángela Cristina Martínez Játiva

C.I.: 100286913-7

Ibarra, a los 29 días del mes de Octubre del 2012



AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad técnica del Norte dentro del proyecto repositorio digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

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

DATOS DEL CONTACTO			
Cédula de Identidad:	1002869137		
Apellidos y Nombres:	Angela Cristina Martínez Játiva		
Dirección:	Atuntaqui		
Email:	Angelito.sissy@gmail.com		
Teléfono Fijo:	062907130	Teléfono Móvil	085390992

DATOS DE LA OBRA	
Título:	“Estudio de Factibilidad para la Implementación del departamento de Estampado en directo en la Unidad Empresarial LA MARKA, en la Ciudad de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.”
Autora:	Angela Cristina Martínez Játiva

Fecha:	2012 – 02 – 07
Solo para Trabajos de Grado	
Programa:	√Pregrado Posgrado
Título por el que Opta:	Ingeniera en Economía Mención Finanzas
Asesor / Director:	Econ. Salgado Miguel

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ángela Cristina Martínez Játiva con cédula de ciudadanía Nro. 1002869137, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: en concordancia con la ley de Educación Superior Art. 143

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 30 días del mes de Junio del 2012

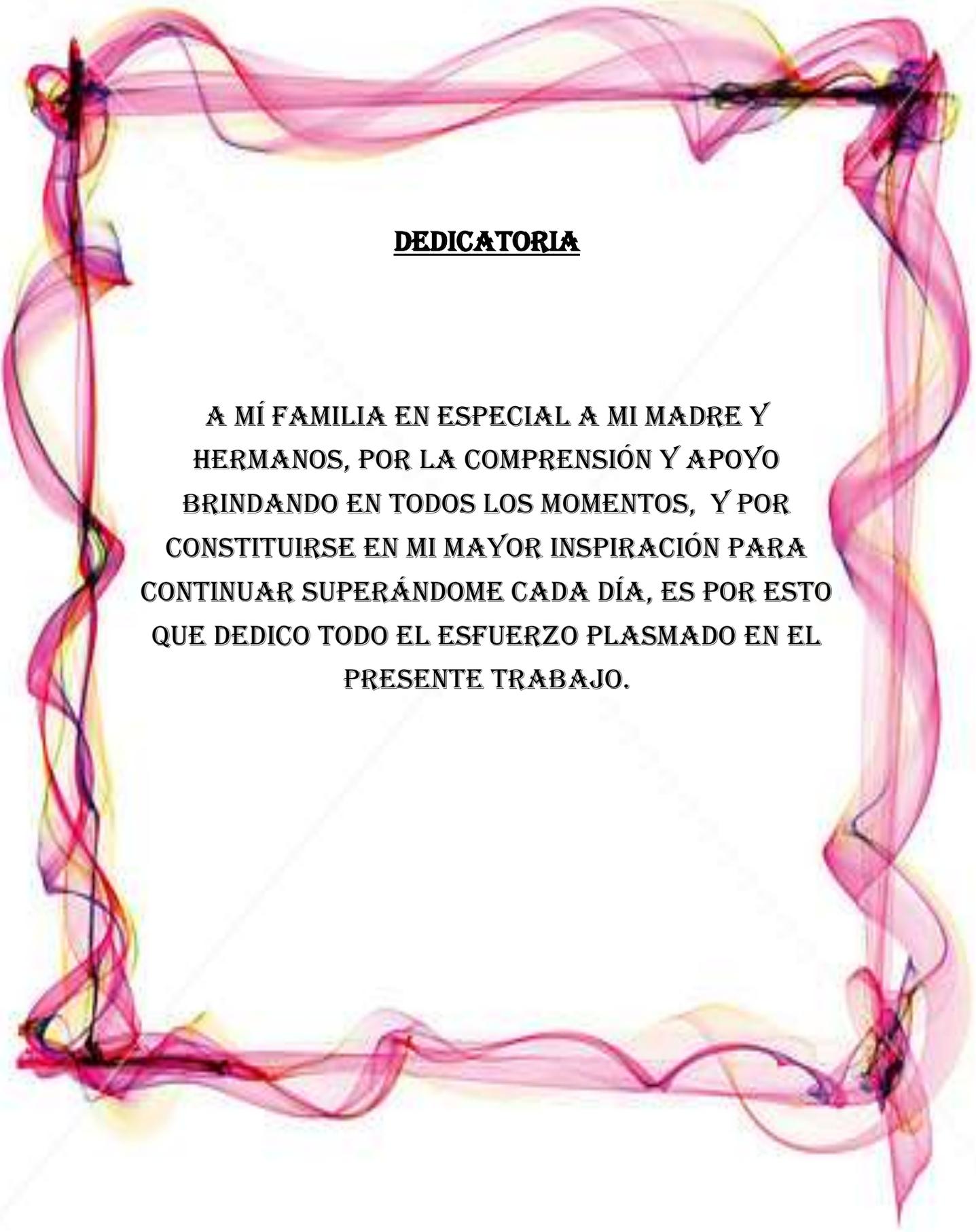
LA AUTORA:

(Firma).....
 Ángela Cristina Martínez Játiva
 CI. 100286913-7

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
 Lic. Ximena Vallejos
 C.C.:JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario_____



DEDICATORIA

A MÍ FAMILIA EN ESPECIAL A MI MADRE Y HERMANOS, POR LA COMPRENSIÓN Y APOYO BRINDANDO EN TODOS LOS MOMENTOS, Y POR CONSTITUIRSE EN MI MAYOR INSPIRACIÓN PARA CONTINUAR SUPERÁNDOME CADA DÍA, ES POR ESTO QUE DEDICO TODO EL ESFUERZO PLASMADO EN EL PRESENTE TRABAJO.



AGRADECIMIENTO

**A DIOS POR SER LA LUZ QUE ILUMINA MI VIDA Y GUÍA
MI SENDA.**

**A MI MADRE Y HERMANOS POR SUS VALIOSOS
CONSEJOS, LA MOTIVACIÓN CONSTANTE Y EL APOYO
INCONDICIONAL QUE ME HAN BRINDADO.**

**A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE POR DARME
LA OPORTUNIDAD DE EDUCARME EN SUS AULAS Y
POR ENDE A SUS DIGNOS MAESTROS, QUIENES ME
TRANSMITIERON CONOCIMIENTOS IMPORTANTES
PARA DESARROLLARME EN TODOS LOS ÁMBITOS DE
LA VIDA.**



**AL ECON. MIGUEL SALGADO, POR LAS SUGERENCIAS,
OPINIONES, TIEMPO EMPLEADO Y PACIENCIA
DEDICADOS AL ASESORAMIENTO DEL PRESENTE
PROYECTO; QUE ME HAN PERMITIDO CULMINAR CON
ÉXITO UNA NUEVA META EN MI VIDA.**

PRESENTACIÓN

El presente trabajo está conformado por siete capítulos: diagnóstico técnico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estructura organizativa, análisis de impactos, conclusiones y recomendaciones además incluye la información bibliográfica y los respectivos anexos.

El primer capítulo hace referencia al diagnóstico situacional, realizado a través de una investigación profunda, donde mediante encuestas al gerente propietario y sus trabajadoras de la Unidad micro empresarial LA MARKA, se consiguió construir una Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, en el cual se pudo establecer que el principal problema radica en la falta de un departamento de estampado en directo propio a la unidad micro empresarial.

El segundo capítulo tiene la finalidad de dar a conocer aspectos teóricos y científicos esenciales para la elaboración de un Estudio de Factibilidad, por tanto se puntualiza temas relacionados con estudio de mercado, proceso del estampado en directo, estudio técnico, estudio financiero, la estructura organizacional e impactos soporte fundamental que apoya al desarrollo de los capítulos de toda la investigación.

El tercer capítulo trata aspectos relacionados con el estudio de mercado; el cual, se efectuó mediante análisis de variables como el Producto, la Oferta, la Demanda, el Precio, la Comercialización y la Publicidad, determinadas a través de la recolección de información de la muestra obtenida de los productores de prendas de vestir para niño –as, productores que brindan el servicio de estampado, y los clientes mayoristas y potenciales del Cantón Atuntaqui.

El cuarto capítulo se refiere al estudio técnico donde, se determina aspectos relacionados a la Ingeniería del proyecto, Tamaño, Localización y Personal requerido para el departamento de estampado, además se

identificó la macro y micro localización del proyecto, la Inversión y el Financiamiento del proyecto.

En el quinto capítulo se realiza el estudio financiero para medir la rentabilidad que generará la implementación del departamento de estampado en directo en la Unidad Micro empresarial LA MARKA; la cual fue estimada a través de los cálculos del punto de equilibrio, la tasa interna de retorno, el valor actual neto y la relación costo beneficio, los cuales arrojan resultados positivos, que sirven para la toma de decisiones de invertir en el proyecto.

En el sexto capítulo se puntualiza la Visión. Misión y Objetivos de la Unidad Micro empresarial LA MARKA como también la estructura orgánica y funcional por cada área de desempeño laboral, que registrará cada uno de los integrantes de la organización.

En el séptimo capítulo se determina el análisis de impactos que se van a tener en la aplicación de este proyecto, los cuales son: impacto económico, impacto social, impacto empresarial, impacto ético y general. Se finaliza el trabajo con la formulación de conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	li
EXECUTVE SUMMARY	lii
AUTORÍA	lv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y APLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	lx
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
INTRODUCCIÓN	24
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	26
CAPÍTULO I	
DIAGNOSTICO TÉCNICO SITUACIONAL DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA	
Antecedentes	31
Capital	32
Situación legal de la Unidad Micro empresarial	33
Objetivos del Diagnostico	33
Variables	34
Indicadores	34
Matriz de Relación Diagnostica	36
Tabulación y análisis de la Información	37

Entrevistas de la Unidad Micro empresarial	
LA MARKA	47
Estrategias FA, FO, DO, DA.	50
Determinación de la Oportunidad de Invertir	51

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

La Empresa	52
Microempresas Textiles	53
La Confección	53
Ciclos de Confección	54
El Diseño	55
Patronaje	55
Cortado	56
Costura	57
Acabado	57
Estampado	57
Proceso de Estampado	59
Estudio de Mercado	60
Estudio Técnico	63
Estudio Financiero	66
Estado de Situación Inicial	69
Estado de Resultados	69
Valor Actual Neto (VAN)	70
Tasa Interna de Retorno (TIR)	70
Relación Costo – Beneficio	71
Punto de equilibrio	71
Estructura Organizativa	71
Impactos	71

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Antecedentes	75
Finalidad del Estudio de Mercado	75
Población y muestra	76
Metodología de la Investigación	77
Identificación del Servicio	77
Características del servicio	78
Mercado Meta	79
Tabulación y Procesamiento de la Información	80
Tabulación a los Propietarios Gerentes a los Productores de ropa de niño con servicio de estampado	80
Tabulación a los Consumidores Mayoristas y Potenciales	86
Tabulación a los Propietarios que brinda el servicio de estampado en directo	91
Análisis y Proyección de la Oferta	99
Análisis y Proyección de la Demanda	100
Determinación de la Demanda Insatisfecha	101
Análisis de los Precios del Estampado	102
Comercialización	102

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización del Proyecto	105
Tamaño del Proyecto	107
Ingeniería del Proyecto	109
Diagrama de Proceso	111
Inversiones Requeridas	115
Inversiones Fijas	115
Inversión Variable o Capital de Trabajo	117

Inversiones Diferidas	117
-----------------------	-----

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO

Determinación de los Ingresos Proyectados	119
Determinación de los Egresos Proyectados	120
Amortización del Préstamo	129
Balance de Situación Inicial	131
Estado de Resultados	132
Flujo de Caja Proyectado	133
Evaluación Financiera	133
Costo de Oportunidad	133
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	134
Tasa Interna de Retorno(TIR)	135
Relación Beneficio – Costo	136
Relación Ingreso -Egreso	136
Punto de Equilibrio	137
Periodo de Recuperación de la Inversión	139
Resumen de Indicadores	140

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA

Razón Social	141
Bases Filosóficas	142
Base Legal	143
Requisitos de Funcionamiento	143
Estructura Organizativa	144
Estructura Funcional	145

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto Social	153
Impacto Ambiental	154
Impacto Económico	154
Impacto Empresarial	155
Impacto Ético	156
Impacto General	156

CONCLUSIONES	158
---------------------	-----

RECOMENDACIONES	160
------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	162
---------------------	-----

LINCOGRAFIA	163
--------------------	-----

ANEXOS	164
---------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Contenido	Pág.
	ENCUESTA APLICADA AL DPTO OPERATIVO DE UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA	
1	Tiempo de Trabajo	37
2	Área Laboral	38
3	Condición Laboral	39
4	Tecnología de la Maquinaria	39
5	Conoce las Políticas	40
6	Son adecuadas	41
7	Aplica este reglamento	41
8	Conoce el Proceso productivo	42
9	Como califica	42
10	Necesidades	43
	ESTUDIO DE MERCADO	
11	Productores de ropa niño - a	76
12	Productores que brindan el servicio de estampado en directo	77
13	Instrucciones de lavado	79
	ENCUESTA APLICA A LOS PRODUCTORES DE CONJUNTOS DE NIÑO-A CON ESTAMPADO	
14	Productos que ofrece	80
15	Tipo de estampado	81
16	Ventas anuales	82
17	Tamaño del estampado	80
18	Colores del estampado	84
19	Monto invertido en el proceso de estampado	85
20	Proveedor con que trabaja	86
21	Cadena de comercialización	87
22	Tipo de publicidad	88

**ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES
POTENCIALES Y MAYORISTAS DE LA UNIDAD
MICRO EMPRESARIAL LA MARKA**

23	Tipo de prendas que adquiere	89
24	Gustaría adquirir conjuntos con estampado en LA MARKA	90
25	Cuánto estaría a pagar	91
26	Cantidad de prendas de compra	92

**ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES
QUE BRINDA EL SERVICIO DE ESTAMPADO**

27	Tipo de estampado	93
28	Tamaño del estampado que ofrece	94
29	Cuántos colores maneja	95
30	Cuántos pulpos tiene	96
31	Cuántos estampados realiza diariamente	97
32	Precio del estampado	99

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

33	Oferta de empresas similares	100
34	Proyección de la oferta	100

ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

35	Demanda de la Unidad micro empresarial LA MARKA	100
36	Determinación de la demanda	101
37	Proyección de la Demanda	101
38	Demanda Insatisfecha	101
39	Precio del estampado	102
40	Proyección de los precios del estampado	102

TAMAÑO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

41	Tecnología	107
42	Talento Humano	107
43	Espacio Físico	108
44	Capacidad Productiva	109

45	Simbología del Flujograma	109
46	Presupuesto de la construcción del dpto. del estampado en directo	116
47	Maquinaria	116
48	Muebles y enseres	116
49	Equipo de computación	116
50	Capital de Trabajo	117
51	Gastos de constitución	118
52	Inversión	118
53	Financiamiento del Proyecto	118
	ACCIÓN DE LOS EGRESOS PROYECTADOS	
54	Cantidad de materia prima	119
55	Precio de la Materia prima	121
56	Proyección de la materia prima	121
57	Salario Básico Unificado	121
58	Salario Básico Unificado de la mano de obra del estampado	122
59	Proyección del costo de la materia prima	122
60	Costo Indirectos de Fabricación	123
61	Depreciación anual de la maquinaria	123
62	Costo del estampado	124
63	Precio de la prenda al por mayor con estampado	124
64	Proyección del precio de la prenda al por mayor con estampado	124
65	Precio de la prenda al por menor con estampado	124
66	Proyección del precio de la prenda al por menor con estampado	125
67	Salario Básico Unificado personal administrativo	125
68	Gasto personal administrativo	125
69	Gasto general persona administrativo	125

70	Resumen del gasto general de administración	126
71	Depreciación anual Gasto administrativo	126
72	Depreciación Equipo de Computación	127
73	Salario Básico Unificado anual Personal de Ventas	127
74	Gasto personal de ventas	128
75	Gastos generales de ventas	128
76	Resumen gasto de ventas	128
77	Depreciación anual Gasto de Ventas	128
78	Depreciación Equipo de Computación	129
79	Producción prendas LA MARKA	129
ACCIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS		
80	Ingresos al por mayor	127
81	Ingresos al por menor	127
82	Ingresos proyectados	127
83	Tabla de Amortización Préstamo	128
84	Balance de situación inicial	131
85	Estado de Resultados proyectados	132
86	Flujo de caja proyectado	133
EVALUACIÓN FINANCIERA		
87	Tasa de rendimiento	133
88	Valor Actual Neto	134
89	Van con tasa inferior	135
90	Van con tasa superior	136
91	Relación Ingresos - Egresos	136
92	Proyección del punto de equilibrio	138
93	Resumen de Indicadores	140
ESTRUCTURA DEL PROYECTO		
94	Organigrama	144
ANÁLISIS DE IMPACTOS		
95	Impacto Social	153

96	Impacto Ambiental	154
97	Impacto Económico	154
98	Impacto Empresarial	155
99	Impacto Ético	156
100	Impacto General	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Contenido	Pág.
	DIAGNOSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	
	ENCUESTA APLICADA AL DPTO	
	OPERATIVO DE UNIDAD MICRO	
	EMPRESARIAL LA MARKA	
1	Tiempo de Trabajo	37
2	Área Laboral	38
3	Condición Laboral	39
4	Tecnología de la Maquinaria	39
5	Conoce las Políticas	40
6	Conoce como califica el proceso productivo	42
7	Necesidades	43
8	Ciclos dela confección	54
9	El Diseño	55
	ENCUESTA APLICA A LOS PRODUCTORES	
	DE CONJUNTOS DE NIÑO-A CON	
	ESTAMPADO	
10	Productos que ofrece	80
11	Tipo de estampado	81
12	Ventas anuales	82
13	Tamaño del estampado	83
14	Colores del estampado	84

15	Monto invertido en el proceso de estampado	85
16	Proveedor con que trabaja	86
17	Cadena de comercialización	87
18	Tipo de publicidad	88

ESTUDIO DE MERCADO

ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES POTENCIALES Y MAYORISTAS DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA

19	Tipo de prendas que adquiere	87
20	Gustaría adquirir conjuntos con estampado en LA MARKA	88
21	Cuánto estaría a pagar	89
22	Cantidad de prendas que estaría dispuesto a comprar (potenciales)	90
23	Cantidad de prendas que estaría dispuesto a comprar (mayoristas)	90

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES QUE BRINDA EL SERVICIO DE ESTAMPADO

24	Tipo de estampado	91
25	Tamaño del estampado que ofrece	92
26	Cuántos colores maneja	93
27	Cuántos pulpos tiene	94
28	Cuántos estampados realiza diariamente	95
29	Precio del estampado	96
30	Canales de Distribución	100

ESTUDIO TÉCNICO

31	Ubicación del Cantón Antonio Ante	102
32	Ubicación de la Unidad Micro empresarial LA	

	MARKA	103
33	Plano de instalación	108
34	Flujograma	111
35	Diagrama del proceso de estampado para conjuntos de niño-a	112
	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	
36	Logotipo	140

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Antonio Ante fue decretado cantón el 12 de Febrero de 1938. Se encuentra ubicado en el centro de la Provincia de Imbabura, a 120 Km al norte de la Capital del Ecuador, y a 12Km al sur oeste de Ibarra, se encuentra a una altitud de 2360 m.s.n.m (metros sobre el nivel del mar), entre sus parroquias urbanas están: Atuntaqui y Andrade Marín; y rurales como: San Roque, Chaltura, Natabuela, e Imbaya. Es el cantón de menor extensión territorial con 79Km², que significan el 1.8% de la provincia, pero su población representa el 10.5% que son alrededor de 45.184 habitantes, que en su mayoría están formados por indígenas y mestizos; Es el cantón con menor desempleo, lo que indica que tiene una economía más justa para todos, con oportunidades de desarrollo para la mayoría de sus habitantes. Su clima es templado, siendo el propicio para recibir a turistas nacionales como extranjeros.

La oferta turística de Antonio Ante es muy amplia, ofrece un sin número de atractivos, entre los más principales: gastronómico, cultural y ecológico, pero la de más realce e importancia en el desarrollo económico productivo del cantón, sin duda alguna inició por la Fábrica Textil Imbabura “Patrimonio Cultural de la Nación”, legado histórico cultural, que dió la pauta para hacer de Atuntaqui, un cantón con un alto potencial Industrial-Textil, marcando una cultura de trabajo y empuje, logrando el desarrollo del cantón. Antonio Ante se convirtió así, en un puntal dentro de la Industria Textil del Ecuador, gracias al trabajo arduo de cada uno de los anteños, a la fuerza emprendedora de los empresarios artesanos, que día a día y puntada a puntada tejen el bienestar de cada uno de los habitantes del cantón. Al momento existen trabajando en la ciudad

aproximadamente 500 talleres (Municipio de Antonio Ante) y fábricas de confección que generan varias plazas de trabajo. Actualmente Atuntaqui se ha convertido en uno de los centros productivos más importantes del Ecuador, y es reconocido como centro industrial de la moda, ya que cuenta con alrededor 150 almacenes comerciales, en los cuales se ofrece una variada producción de tejidos, ropa confeccionada en algodón de hermosos diseños y colores, comercializados a precios cómodos. Uno de los logros alcanzados más importantes es la exportación, la cuál refleja el verdadero potencial del cantón.

La razón principal por lo que la empresa LA MARKA debe implantar el departamento de estampado en directo, es debido a que esta unidad otorgará mayor competitividad a la empresa y por ende mayor estabilidad en el mercado, ya que deben estar siempre a la vanguardia de las tendencias dando un valor agregado a las prendas a expedirse y a sus propietarios, buscando siempre la calidad total y ante todo la satisfacción del cliente

El proceso de estampado es un método muy versátil para poder imprimir en la diversidad de diseños y colores en todo tipo de prenda que la empresa fabrica; proceso que se desarrolla bajo cuatro etapas: originales, películas, matrices e impresión, para lo cual se requiere de maquinaria de alta tecnología, logrando definir con mayor exactitud los diseños a imprimirse, obligando la contratación de mano de obra calificada debidamente capacitada para realizar dicho proceso.

Si a futuro la empresa no incorpora el proceso de estampado en directo, perdería competitividad y disminuiría su cuota de mercado, bajaría su nivel de calidad y se excluiría del dinamismo de la economía de cantón, aumentaría sus costos de producción y disminuiría sus utilidades.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar un estudio de factibilidad para la implementación del departamento de estampado en directo dentro de la unidad empresarial LA MARKA en la ciudad de Atuntaqui del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico Técnico Situacional, para conocer el estado, de la unidad empresarial, sus fortalezas y debilidades y el medio externo como las oportunidades y amenazas.
- Establecer las bases técnicas científicas que guiarán y controlarán el funcionamiento del proceso en la implementación del departamento de estampado en directo en la unidad empresarial LA MARKA.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda y determinar la demanda insatisfecha, para direccionar el mercado.
- Establecer una nueva estructura orgánica funcional con la implementación del departamento de estampado en directo en la unidad empresarial LA MARKA.
- Realizar un estudio técnico para determinar donde se localizará el departamento de estampado directo en la unidad empresarial LA MARKA.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto y la rentabilidad que se logrará con la implementación del departamento de estampado en directo.

- Determinar los impactos que se originarán con la implementación del departamento de estampado, tanto en los ámbitos: social, económico, empresarial y ético.

Justificación

Toda empresa debe estar a la vanguardia de las tendencias de la moda, es por esto que todo proceso, que disminuya los costos de producción y eleven la calidad del producto son necesarios en una empresa. Es importante realizar el proyecto para brindar a la empresa mayor competitividad, calidad y seguridad en el mercado, originando un valor agregado al producto y por tanto a los propietarios.

Como se conoce el cantón maneja un mercado amplio entre los más importantes Quito, Tulcán, Ambato, es por esta razón que la implementación del proceso a nivel local es importante, ya que el cantón es una de las vitrinas más grandes para demostrar el potencial textil de la empresa, una de las razones más importantes es que se complementaría el proceso total del producto dentro de la misma unidad de producción, lo que significa mayor productividad, calidad y utilidad y sobre todo disminución en los costos de producción.

Los beneficiarios directos de la incorporación del proceso son: los propietarios de la fábrica, ya que disminuirían su costo de producción y podrían generar un valor agregado a la producción y así incrementar las utilidades; pero sobre todo los clientes, ya que se busca la comodidad y confort del consumidor, ya que se trabaja en base a las necesidades del mercado. En sí el proyecto es de vital importancia en el proceso que debe seguir el producto y beneficiará a un cierto número de personas, artesanos y propietarios de empresas.

El presente estudio de factibilidad para la implementación del proceso del estampado en directo en la empresa La MARKA en el cantón de Antonio Ante, es factible realizar desde el punto de vista político, ya que

actualmente una de las principales políticas del gobierno es proteger e impulsar la producción nacional, a través de medidas como aranceles a los productos internacionales, bajos impuestos a la materia prima, entre otras, fortaleciendo la industria ecuatoriana, también es viable desde el punto de vista empresarial ya que es importante la implantación de nuevos procesos que mejoren la calidad del producto; es posible la ejecución del proyecto desde el aspecto legal, debido a que la empresa cuenta con todos los permisos y cumple con sus obligaciones tributarias de manera puntual; otro aspecto que hace viable la implementación del departamento de estampado en directo es el económico, debido a que se disminuirán los costos de producción y se elevará el ingreso para los propietarios, el punto de vista ecológico es importante ya que aprueba la puesta en marcha del proceso, porque el margen de contaminación es mínimo y no se provoca daños a personas que se encuentran fuera de nuestra actividad económica y dentro de la misma se brindará a los obreros los implementos de seguridad necesarios para disminuir el daño provocado por la manipulación de ciertos suministros que formarán parte del proceso. El espacio en donde se implementará el proceso es el adecuado para su ejecución y la tecnología es la apropiada para lograr cumplir nuestros propósitos con éxito.

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

El actual proyecto se enfoca dentro de la investigación Cualitativa sin perder su rigor científico, a través de una investigación de campo que no es más que recoger la información directa de el lugar donde se presentarán los hechos, está investigación se basará en la observación, entrevista, encuestas entre otras, la cual se empleará en el estudio de mercado para determinar el grado de factibilidad del proyecto, también se utilizará una investigación documental, que es la información obtenida de fuentes impresas o documentos que nos permita conocer los procedimientos y técnicas a emplearse.

MÉTODOS

Los métodos de investigación que se utilizarán en el presente proyecto son:

➤ **Método Inductivo**

Según, Jarrín Pablo (2000), la inducción: “Este método estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir estudia primero los elementos de un todo para llegar al concepto, norma o ley”. Pág. 23

➤ **Método Deductivo**

Según, Jarrin Pablo (2000), la deducción: “Analiza a un fenómeno o problema desde el todo a sus partes, es decir, estudia el problema partiendo del concepto hacia las partes o elementos constitutivos de un todo”. Pág. 24.

➤ **Análisis**

Según, Colección LNS (2001), el análisis : “ Tiene como finalidad fundamental examinar en profundidad las características internas del objeto o fenómeno que se estudia, por lo tanto es la descomposición del todo en sus partes para conocer la interrelación entre las mismas.” Pág. 19

Este método ayudará en el desarrollo del Estudio de Mercado, será parte fundamental de la tabulación y las conclusiones.

➤ **Síntesis**

Composición de un todo por la reunión de sus partes.
Se empleará en la elaboración del Marco teórico.

Técnicas de Investigación

Las técnicas que servirá para el proyecto son:

➤ **Encuestas**

La encuesta como técnica de recolección de información será aplicada en la realización del estudio de mercado, debido a que necesitamos información directa de las personas y empresas que se verán beneficiadas por el proyecto.

➤ **Entrevistas**

Esta técnica de recolección de información servirá en el conocimiento y capacitación del proceso mediante la entrevista a los proveedores de la maquinaria y materia prima para la ejecución del proceso.

➤ **La Observación**

La observación es importante en el desarrollo del proceso de estampado en directo de la empresa, es decir observaremos a los profesionales en serigrafía para poder implantar las técnicas utilizadas.

Instrumentos

En el presente proyecto se utilizará los siguientes instrumentos:

- Cuestionarios para las entrevistas y encuestas
- Fichas de observación
- Guías de observación
- Medios mecánicos
- Cámara Fotográfica
- Video grabadora

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La ciudad de Atuntaqui ubicada en la provincia de Imbabura, en la región norte de Ecuador, a solo 10 minutos de Otavalo, aunque el nombre propio del cantón es Antonio Ante, nombre de varios significados a través de la historia. Su clima es seco y templado y su temperatura anual promedio de 18 °C

Atuntaqui ha sido catalogado como centro industrial de la moda. Las ferias industrial y artesanal que se realizan los viernes y domingos constituyen una vitrina de la producción textil, donde se expone al visitante variedad de artículos en diferente calidad y diseño. Pronto se podrá visitar un museo textil levantado en la antigua fábrica Imbabura.

El 16 de agosto de 1868 fue parcialmente destruida por un terremoto que provocó miles de muertos y damnificados, tras su reconstrucción así como en su posterior desarrollo tuvieron especial importancia, la fábrica de tejidos que instaló una planta hidroeléctrica en las orillas del río Amby , la llegada del ferrocarril a la población de Andrade Marín, ubicada a 2.5 km al este de Atuntaqui. Desde el año 2000, es destacada por su industria textil. Aquí se desarrolla año tras año la Expo Atuntaqui, en el feriado de carnaval, fecha en la cual la ciudad acoge a un gran número de visitantes



Después de haber abordado el panorama en la Ciudad de Atuntaqui donde se llevará a cabo el presente proyecto, se procede a realizar el diagnóstico situacional, considerado como diagnóstico interno; ya que, la unidad de análisis corresponde a la empresa la MARKA; logrando determinar la posición actual en el que se encuentra la entidad y los problemas que afectan al normal desenvolvimiento de sus actividades, para luego descubrir estrategias de mejoramiento por medio de las cuales se pueda plantear una posible solución.

La empresa LA MARKA se encuentra en la calle Bolívar entre General Enríquez y Río Amazonas en el Barrio Central, es un taller mediano dedicado a la confección y comercialización de ropa para niño-a de edad de 1 a 10 años. Cuenta con un cortador, 16 operarias, las cuales pueden producir mensualmente alrededor de 4500 conjuntos para niño-a, trabajando jornadas regulares.

1.1.1 Capital

Actualmente la unidad micro empresarial La MARKA maneja un capital de \$50.000 dólares; el cual, el propietario, invirtió en maquinaria de la siguiente manera:

- a. 1 galpón pequeño en casa para confección
- b. 9 máquinas recta

- c. 3 máquinas recubridoras
- d. 3 máquinas overlock
- e. 1 mesa de patronaje y corte
- f. 1 equipo de computación
- g. 1 máquina tirilladora
- h. 1 máquina elasticadora
- i. 1 máquina cortadora
- j. Insumos para la producción

1.1.2 Situación legal de la Unidad Micro empresarial LA MARKA

Actualmente el propietario cuenta con el RUC, la patente municipal, permiso de funcionamiento emitido por los bomberos de la ciudad de Atuntaqui, es decir la unidad micro empresarial opera con todos sus documentos en regla y como una sociedad de hecho con un solo propietario.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

- Realizar un Diagnóstico Técnico Situacional en la unidad micro empresarial LA MARKA para determinar la necesidad de implementar el departamento de estampado en directo dentro de la unidad micro empresarial.

1.2.2 Objetivos específicos

- Verificar la infraestructura y equipamiento con el que cuenta la unidad micro empresarial
- Conocer el proceso de producción empleado por la unidad micro empresarial LA MARKA

- Analizar cómo se determina los costos de producción dentro de la unidad micro empresarial LA MARKA.
- Determinar las características del servicio
- Diagnosticar el talento humano que posee la unidad micro empresarial LA MARKA
- Analizar la comercialización de los productos que ofrece la unidad micro empresarial LA MARKA

1.3 Variables

- Infraestructura y equipamiento
- Proceso de producción
- Productividad
- Servicio
- Talento Humano
- Comercialización

1.4 Indicadores

- Infraestructura y equipamiento
 - Ubicación
 - Capacidad de producción
 - Tiempo de funcionamiento
 - Equipo disponible
- Proceso de Producción
 - Tiempos de Producción
 - Pedidos cumplidos
 - Unidades defectuosas
 - Fases del proceso
 - Calidad
 - Materia prima seleccionada

- Productividad
 - Pedidos cumplidos
 - Número de prendas realizadas por día
 - Recursos manejados
 - Eficacia
 - Eficiencia

- Producto Servicio
 - Diseño
 - Calidad

- Talento Humano
 - Capacidad
 - Número de trabajadores
 - Funciones
 - Organigrama

- Comercialización
 - Estrategias de venta
 - Precios
 - Ingresos
 - Gastos

1.5 Matriz de Relación

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Verificar la infraestructura y equipamiento con el que cuenta la unidad micro empresarial	Infraestructura y equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Capacidad de producción • Tiempo de funcionamiento • Equipo disponible • Maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Entrevista • Observación • Observación y entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Propietario • Propietario • Propietario
Conocer el proceso de producción empleado por la unidad micro empresarial LA MARKA	Proceso de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempos de Producción • Pedidos cumplidos • Unidades defectuosas • Fases del proceso • Calidad • Materia prima seleccionada 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas y observación • Encuestas • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Jefe del Dpto. de Comercialización • Trabajadores • Propietario
Analizar como se determina los costos de producción dentro de la unidad micro empresarial LA MARKA.	Productividad	<ul style="list-style-type: none"> • Pedidos cumplidos • Número de prendas realizadas por día • Recursos manejados • Eficacia 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe del Dep. de Producción • Propietario • Trabajadores
Conocer las características del servicio	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño • Calidad • Área de desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas, Observación • Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietarios • Prenda
Diagnosticar el talento humano que posee la unidad micro empresarial LA MARKA	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad • Número de trabajadores • Funciones <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organigrama ▪ Reglamento Interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Trabajadores
Analizar la comercialización de los productos que ofrece la unidad micro empresarial LA MARKA	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de venta • Precios • Ingresos • Gastos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Propietario

1.6 Tabulación y Análisis de la Información

Las poblaciones consideradas para este diagnóstico son dos los propietarios las operarias y mismas que se encuentran dentro de la unidad de análisis, a las cuales se aplicará entrevistas y al a segunda población una encuesta

1.6.1 Resultados de la encuesta aplicada a los Trabajadoras de la unidad micro empresarial LA MARKA

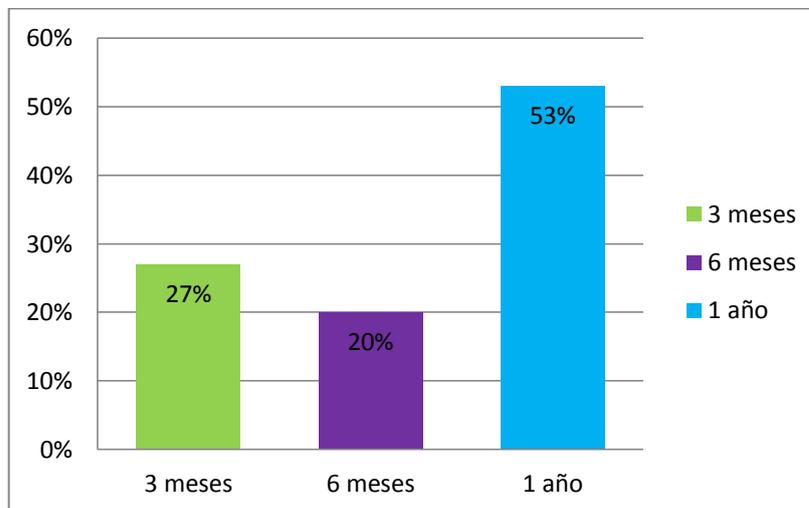
¿Hace que tiempo trabaja en la unidad micro empresarial LA MARKA?

CUADRO N°1:
TIEMPO EN LA EMPRESA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
3 meses	4	27%
6 meses	3	20%
1 año	8	53%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N°1:
TIEMPO EN LA EMPRESA



Análisis: Al ser una unidad micro empresarial en sus primeros años de funcionamiento tiene un alto porcentaje en estabilidad laboral, es importante mencionar que la unidad se encuentra contratando nuevo personal que se encuentra adaptándose a las condiciones laborales.

¿Cuál es el área en la que Usted labora dentro de la unidad empresarial LA MARKA?

CUADRO N°2:

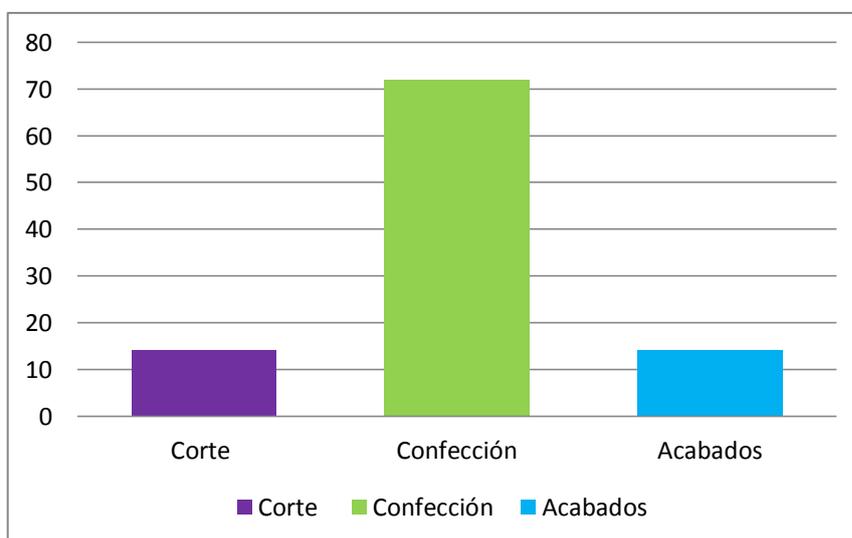
Área Laboral

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Corte	2	14
Confección	11	72
Acabados	2	14
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA

GRÁFICO N°2:

ÁREA LABORAL



Análisis: La mayor parte de personas se desenvuelven dentro del área de confección, ya que este proceso es la base de la producción y de este depende el nivel de productividad de la unidad micro empresarial LA MARKA. Es importante mencionar que es un trabajo en equipo debido a que el proceso es una serie de pasos concatenados.

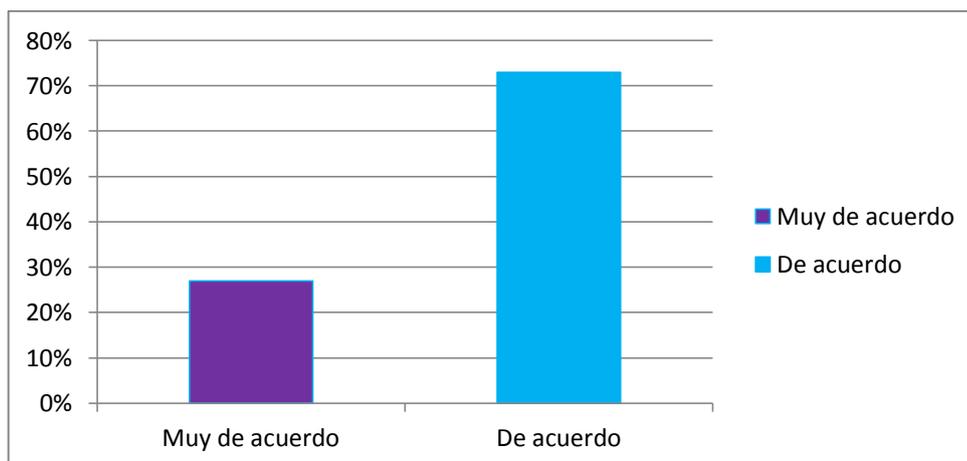
¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que tiene la unidad micro empresarial LA MARKA?

CUADRO N°3:
CONDICIÓN LABORAL

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	4	27%
De acuerdo	11	73%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N°3:
CONDICIÓN LABORAL



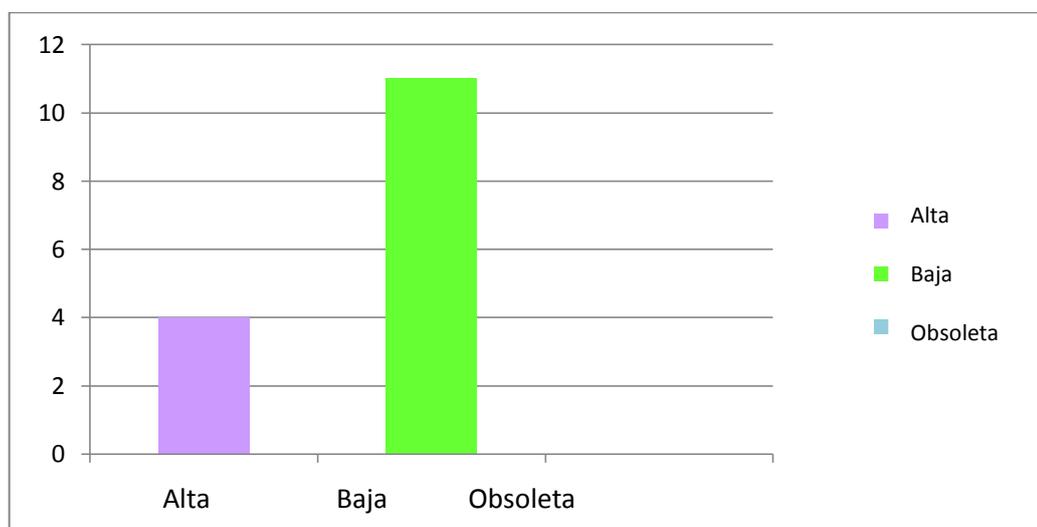
¿La maquinaria que Usted Maneja posee una tecnología?

CUADRO N°4:
TECNOLOGÍA DE LA MÁQUINARIA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alta	4	27%
Buena	11	73%
Obsoleta	0	0%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N°4:
TECNOLOGÍA DE LA MÁQUINARIA



Análisis: Según los resultados obtenidos la tecnología que maneja la unidad micro empresarial es buena, puesto que cuenta con maquinaria actualizada recién adquirida y adecuada para desarrollar el proceso productivo, mismo que le brinda finos acabados a las prendas producidas, es importante mantener un mantenimiento y actualización permanente de toda la maquinaria, ya que es un elemento importante en la producción.

¿Conoce usted las políticas y reglamentos internos de la unidad micro empresarial LA MARKA?

CUADRO N°5:
CONOCE LAS POLÍTICAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	87%
NO	2	13%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N°6:

SON ADECUADAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	67%
NO	5	33%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N°7:

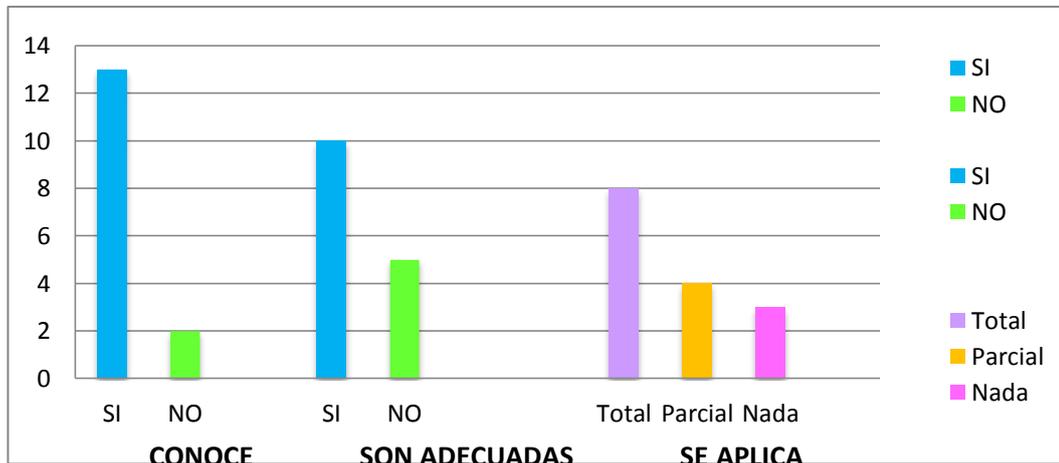
SE APLICA ESTOS REGLAMENTOS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Total	8	53%
Parcial	4	26%
Nada	3	20%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N°5:

CONOCE, SON ADECUADAS Y SE APLICA LOS REGLAMENTOS



Análisis: Según los resultados arrojados, la unidad micro empresarial ha socializado sus políticas y reglamentos a la mayoría de empleados, los mismos que creen que son adecuados, pero existe una cierta falta de aplicación en su totalidad, lo que muestra que el propietario tiene una relación directa entre todos los miembros de la unidad, direccionando el buen desempeño laboral de estos.

¿Conoce usted el proceso productivo empleado por la unidad micro empresarial LA MARKA?

CUADRO N°8:
CONOCE EL PROCESO PRODUCTIVO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

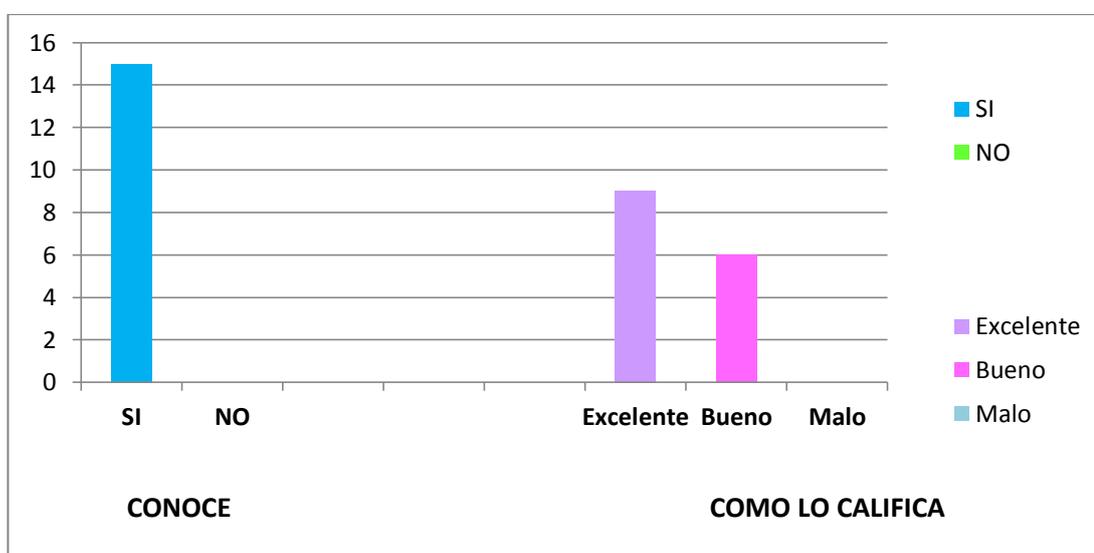
FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
 ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N°9:
COMO LO CALIFICA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	60%
Bueno	6	10%
Malo	0	0%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA
 ELABORADO POR: La Autora

GRÁFICO N°6:
CONOCE Y COMO CALIFICA EL PROCESO PRODUCTIVO



Análisis: Las capacitaciones son permanentes y continuas por parte de la unidad micro empresarial, se ven reflejadas en el correcto desarrollo del proceso productivo, a través de estrategias que le han permitido mejorar perenemente dichos procesos, en busca de la satisfacción del cliente, esto implica que la difusión de la información del proceso productivo sea eficaz, a pesar que todavía existen mínimas falencias, el proceso es adecuado.

¿Cuál cree usted es la necesidad más importante en el proceso productivo de la micro empresarial LA MARKA?

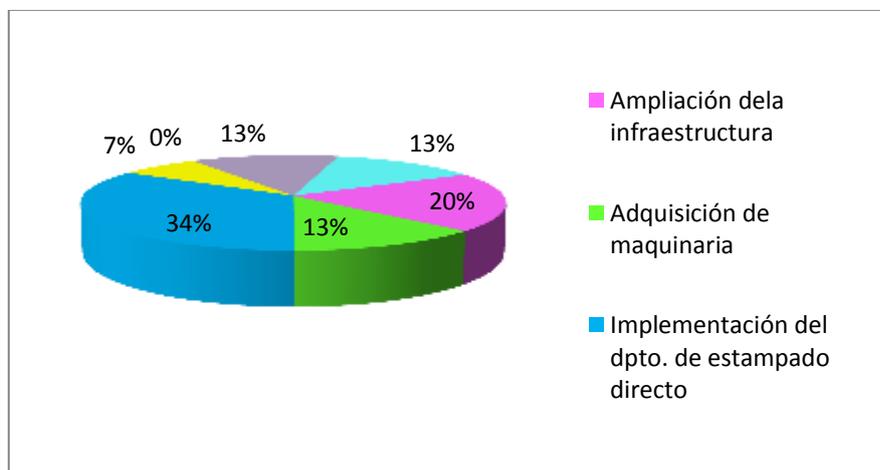
**CUADRO N°10:
NECESIDADES**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ampliación de la infraestructura	3	20%
Adquisición de maquinaria	2	13%
Implementación del dpto. de estampado directo	5	34%
Reducción de costos de producción	1	7%
Contratación de personal	0	0%
Adecuación de espacios físicos	2	13%
Reducción de perdidas de materia prima	2	13%
TOTAL	15	100%

FUENTE: Encuesta a las trabajadoras de LA MARKA

ELABORADO POR: La Autora

**GRÁFICO N°7:
NECESIDADES**



Análisis: Las trabajadoras piensan que la principal y más importante necesidad que tiene la unidad micro empresarial es la implementación del proceso de estampado, ya que la falta de dicho proceso ocasiona problemas en el desarrollo normal del proceso productivo, causando la pérdida del nivel de calidad y con ello la disminuye competitividad en el mercado.

1.6.2 Resultados de la entrevista aplicada a los Propietarios de la Unidad Micro Empresarial LA MARKA

¿Hace qué tiempo viene laborando en el mercado, la unidad micro empresa LA MARKA?

La unidad micro empresarial comenzó a funcionar e la ciudad de Atuntaqui hace 4años, en el mes de Marzo del año 2007, actualmente la unidad micro empresarial cuenta con la patente municipal y el permiso de funcionamiento emitido por los bomberos de la ciudad de Atuntaqui, además el RUC respectivo.

¿A qué se dedica específicamente la empresa LA MARKA?

La unidad micro empresarial actualmente se dedica a la confección de ropa para niños y niñas de 1 a 10 años. Se fabrican diferentes modelos en especial ropa casual para niñas y deportiva para niños.

¿Qué tipo de características presentan las prendas de vestir que produce?

Para niñas se produce todo lo que es en Licra que es 94% algodón y 6% licra, y para niños en Mayer que tiene 80% Polyester y 20% algodón combinada muchas veces con tela tafetán que es 65% Polyester y 35% algodón cabe recalcar que los modelos que se fabrican previamente son estudiados y analizados por los responsables de área y por supuesto se los realiza en base a las necesidades de los clientes y las tendencias de modas que se encuentran en el mercado

¿Cuáles son los objetivos de la unidad micro empresarial LA MARKA?

La empresa tiene como objetivo principal el lograr implementar procesos que ayuden al proceso productivo que actualmente se maneja en la unidad micro empresarial, el inmiscuirse en mercados nuevos, catálogos, cadenas, que permitan crecer y aumentar la cuota de mercado, pero para ello es necesario estar a la vanguardia de todos los procesos que puedan agregar valor a la prendas

¿Cuál es la principal necesidad y falencia que tiene la unidad micro empresarial?

Actualmente la empresa no cuenta con el servicio de estampado, por lo que este es adquirido a terceros y esto trae una serie de problemas al proceso productivo, entonces pensamos que es necesaria la inversión para incluir el estampado y con ello se culmine el proceso productivo dentro de la misma unidad de producción.

¿Cuál cree usted, que es su principal ventaja competitiva?

La mayor ventaja competitiva es la innovación que tiene el producto, es decir siempre está a la vanguardia de tendencias de la moda, pero todo esto es un proceso que empieza desde la mano de obra calificada que tiene la empresa junto con el control de calidad minucioso que maneja la misma.

¿Qué considera usted como amenaza para la unidad micro empresarial?

Sin lugar a duda el mercado obliga a tener un crecimiento de la unidad micro empresarial y por ello la amenaza es la infraestructura.

¿Cuál es la relación que maneja con los proveedores?

Actualmente la unidad micro empresarial maneja una política adecuada con los proveedores en cuanto a tiempos, despacho de insumo, precios y demás.

¿La unidad micro empresarial cuenta actualmente con un organigrama, manual de funciones o reglamento interno?

Sí, la unidad micro empresarial actualmente está haciendo los trámites necesarios para actualizar el manual de funciones o reglamento interno, pero la unidad sí maneja un reglamento que todos los trabajadores conocen ya que existe una buena socialización del mismo.

¿Cuál es la función principal de los propietarios?

En si la función de los propietarios es amplia pero se basa en mantener la comunicación adecuada con los trabajadores de todas las áreas de la fábrica, buscando el mejor funcionamiento de la misma, debe examinar las áreas que necesitan inversión o necesitan ser implementadas para mejorar el proceso productivo.

¿Cuál es el espacio físico cuenta para el departamento de estampado directo?

El espacio físico que tiene la posibilidad de adquirir la unidad micro empresarial es de 42,5 m², que es el adecuado para la implementación de este proceso ya que este cuenta con la ventilación debida porque es un proceso que necesita de las entradas constantes de aire.

¿Con qué equipo cuenta la unidad micro empresarial actualmente?

Aproximadamente la empresa cuenta con unas 17 máquinas una mesa de cortar, 1 cortadora. Carro deslizador de tela, se debe mencionar que toda la maquinaria se compró nueva, el valor total de esta inversión bordea los 50.000 dólares, toda la maquinaria actualmente se encuentra en perfectas condiciones y tiene la tecnología adecuada para los procesos empleados.

¿Cuenta usted y sus trabajadoras con programas de capacitación?

Sí pero este no se realiza muy seguido, las capacitaciones se las realizan cuando se va a implementar un nuevo proceso, una nueva metodología de trabajo o cuando el proceso tiene muchas fallas.

¿Mantiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?

Sí en especial con la materia prima, porque es indispensable ya que la unidad micro empresarial se maneja también con plazos para ciertos clientes, entonces sí es necesario tener un cierto tiempo para rotar ese capital.

¿Cuáles son los precios de sus productos?

La unidad maneja dos precios actualmente, los precios tipo A que está dirigido a los minoristas, el precio B que está dirigido a los clientes mayoristas.

¿Con que fuentes de financiamiento cuanta actualmente la unidad micro empresarial?

La unidad micro empresarial mantiene excelentes relaciones financieras con diferentes entidades bancarias, en cuentas personales de los propietarios.

¿Existe desperdicios de materia prima durante la producción de sus prendas?

El proceso de confección en si siempre arroja desperdicios de materia prima, este varía de acuerdo al modelo que se vaya a fabricar.

1.6.3 Resultados de la entrevista aplicada al Jefe de producción de la unida micro empresarial LA MARKA

¿Cómo califica usted el proceso empleado por la unidad micro empresarial?

El proceso empleado actualmente por la unidad micro empresarial es adecuado, puesto que cumple con los requerimientos y cada uno de los miembros del mismo conoce claramente las funciones que desempeñan dentro del mismo, lo que hace que el proceso productivo se desarrolle con éxito, la unidad micro empresarial actualmente cuenta con una falencia que es el proceso de estampado.

¿Cómo aplica las políticas y reglamentos que establece la unidad micro empresarial?

Uno de los aspectos importantes que considera la gerencia es la difusión de las políticas y reglamentos que direccionan el funcionamiento de la unidad micro empresarial, las mismas que se cumplen con la ayuda de los controles internos que maneja la misma.

¿Cuál piensa que es la principal necesidad y falencia que tiene el proceso productivo?

La principal necesidad que presenta la unidad micro empresarial es sin duda alguna la falta del proceso de estampado interno, lo que ocasiona que las prendas pierdan competitividad en el mercado.

¿Qué estrategias aplica para el desarrollo de las actividades que se realizan en su departamento?

Se establecen planificaciones y cronogramas semanales de trabajo, con el fin de controlar y evaluar el cumplimiento de los mismos, otra de las estrategias más importantes dentro de la unidad es la interrelación con el personal para detectar posibles problemas y buscar soluciones adecuadas.

1.6.4 Observación realizada al desempeño de las labores de la unidad micro empresarial LA MARKA

Mediante la técnica de la observación se pudo levantar cierta información como presenciar la ubicación de la unidad micro empresarial, para lo cual se encuentra en una zona urbana de la Ciudad de Atuntaqui exactamente en el barrio central situada en una franja de proyección comercial, además el personal que labora en la unidad se mantiene una jornada de trabajo regular y un ambiente laboral cómodo entre ambas partes desempeñándose con agilidad y responsabilidad.

Además se constato que junto a la unidad, existe un terreno que es apto para la implementación de este servicio.

1.7 Construcción de la Matriz FODA

La siguiente matriz analiza tanto los factores internos de la unidad micro empresarial como son las fortalezas y debilidades que permiten identificar los atributos de la entidad para generar ventajas competitivas; y los factores externos que corresponden al aprovechamiento de las oportunidades y a mitigar las amenazas, por lo tanto por medio de este método se llegará a diseñar estrategias ya la toma de decisiones por parte de los propietarios de la entidad textil.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia de moda con prendas innovadoras • Mantiene un proceso productivo adecuado • Mantiene una planificación y cronograma de trabajo • Ubicación estratégicamente comercial • Proveedores permanentes de materia prima e insumos • Excelente ambiente laboral • Especialización y capacidad de dirección por parte de los propietarios de la empresa • Es una empresa legalmente constituida 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta del departamento de estampado directo dentro de la unidad micro empresarial LA MARKA • Falta de programas de capacitación a los trabajadores • No poseen publicidad para el negocio • Los niveles de producción no satisfacen la demanda requerida • Debilitada posición de mercado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Expansión del mercado • Demanda insatisfecha • Creación de una nueva línea de estampado personalizado • Generación de nuevas fuentes de empleo • Escasa oferta 	<ul style="list-style-type: none"> • Temporalidad en las ventas • Competencia desleal • Inestabilidad política y económica • Altas tasas de interés en la obtención de préstamos.

A través de la creación de la matriz FODA, se puede apreciar que la unidad micro empresarial tiene mayores fortalezas en el mercado textil que las debilidades, habiendo oportunidades para contrarrestar situaciones negativas, para cual se ha diseñado un cuadro de estrategias.

1.8 Estrategias FA, FO DO, DA

<p style="text-align: center;">INTERNAS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia a la moda con prendas innovadoras • Ubicación estratégicamente comercial • Mantiene un proceso productivo adecuado 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta del departamento de estampado directo • Falta de programas de capacitación • Debilitada posición de mercado
<p style="text-align: center;">EXTERNAS</p> <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temporalidad en las ventas • Competencia desleal • Inestabilidad política y económica 	<p style="text-align: center;">FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de insumos de calidad a costos rentables 2. Incrementar la cobertura de clientes minoristas para así aumentar las utilidades 3. Actualización a los cambios en la ley y mejorar en cada proceso de la producción 	<p style="text-align: center;">DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionarse en la localidad del nuevo servicio por medio de publicidad 2. Incrementar capacitaciones a lo trabajadores por medio de la municipalidad 3. Optimizar el tiempo de producción
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansión del mercado • Demanda insatisfecha • Creación de una nueva línea de estampado personalizado • Escasa oferta 	<p style="text-align: center;">FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lanzar constantemente al mercado diseños nuevos y exclusivos que permitan expandir el mercado 2. Aumento de la capacidad productiva 3. Creación del servicio de estampado directo. 	<p style="text-align: center;">DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incursionar en nuevos nichos de mercado 2. Generar ingresos permanentes para solventar todos los gastos 3. Incrementar la producción en un 100%.

1.9 Determinación de la Oportunidad de Invertir

Dentro de la unidad micro empresarial LA MARKA existe oportunidades de implementar procesos que mejore el proceso productivo de la misma, por el cual la unidad micro empresarial solucionara el problema al “IMPLEMENTAR EL DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO DIRECTO EN LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA”, con el fin de efectivizar los procesos y dar un valor agregado al producto.

Además se puede efectuar un análisis en la parte funcional de la unidad organizativa para así mejorar aún mas todos sus procesos y enfrentar los retos de sus clientes, en el mercado local, la demanda, la competencia, la globalización, ante esto se debe incrementar los esfuerzos y aprovechar de manera inmediata las oportunidades y crear con ello estrategias que logre posicionar a la unidad dentro de las mejores en su especialidad.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se ha tomado en cuenta las inscripciones textuales de libros, opiniones de diferentes autores que serán tratados a lo largo de este capítulo.

2.1 La Empresa

Según **Zapata, Pedro; (2005), Pág. 13.** “Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”.

La empresa es un conjunto organizado de varias personas con el propósito de ofrecer bienes y servicios con el fin de conseguir beneficios monetarios. Es un trabajo en equipo y para ello es necesario fijar metas tomar decisiones acertadas en los momentos oportunos con la intención de realizar inversiones que faciliten o mejoren el funcionamiento de la empresa; para ello es necesario primero plantear la misión y visión de la empresa para que estos guíen su funcionamiento.

2.1.1 Tipos de Empresa

Las empresas se clasifican principalmente según su actividad ya que de ella depende la naturaleza de las empresas, se pueden dividir en tres grandes grupos que son: El Primario, que es aquel que se extrae de la naturaleza y para ello necesariamente debe utilizar la mano de obra; El Secundario, en este tipo de empresa se ubican todas aquellas empresas que para su funcionamiento necesitan de la tecnología y la mano de obra

ya que se dedican a transformar la materia prima en productos terminados o semi - terminados para expenderlos al consumidor y por último es Terciario que es aquel que utiliza en un alto porcentaje la mano de obra. También se pueden clasificar según su tamaño, ubicación geográfica.

2.1.2 Microempresas Textiles

“Una microempresa de la Industria Textil es una organización generada por emprendedores dedicado a satisfacer la demanda de fibra, tela, hilo y prendas de vestir” Disponible en **www.definiciones.com.mx, (2001)**

La microempresa textil, se dedica a la actividad productiva y comercial, Las microempresas textiles transforman la materia prima en producto listos para expenderlos, existen muchas líneas en las que la microempresa textil se desenvuelven como son: ropa de niña, adulto, también puede ser ropa interiores y por su puesto la línea de sacos; y como consecuencia genera crecimiento y desarrollo económico de la localidad

Es importante definir que la microempresa textil en su administración maneja una o más personas los cuales tienen objetivos económicos, éticos y sociales en común y los aplican, se adaptan al medio.

2.2 La Confección

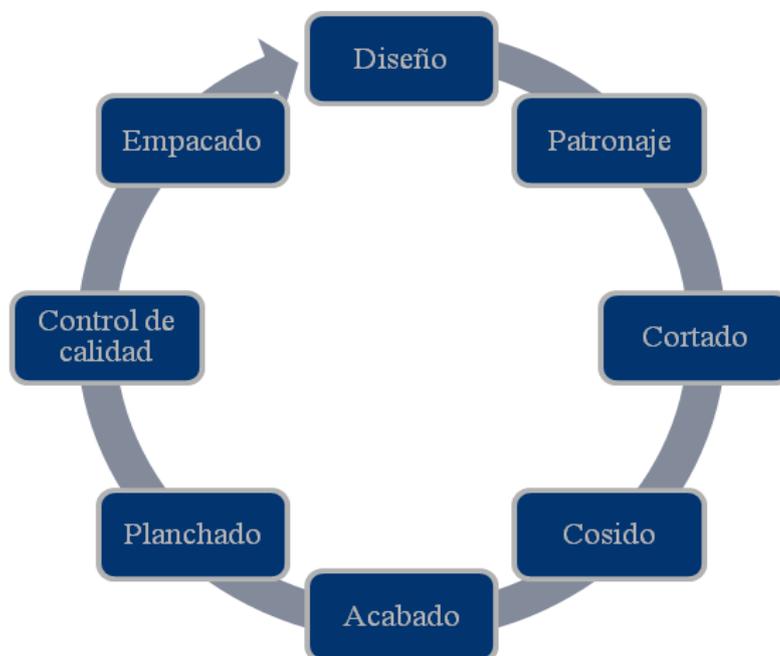
“Una microempresa que se dedica a confeccionar prendas de vestir es aquella organización un tanto artesanal e industrial especializada en diseñar sobre la tela un molde de la prenda que se desea hacer. La etapa de confección comprende actividades como el diseño, corte costura y acabados de las piezas”.Disponible en **www.definiciones.com.mx, (2001).**

La confección es una acción y efecto de confeccionar prendas de vestir. La confección es una serie de pasos consecutivos y concatenados entre ellos, con el fin de producir una prenda de vestir, para la confección es necesaria la ayuda de máquinas industriales que permitan desarrollar el proceso conjuntamente con el trabajo y desempeño calificado de la mano de obra.

2.2.2 Ciclos de la Confección

A continuación se expone el ciclo de la confección de prendas de vestir de punto y su respectiva funcionalidad de cada una de las áreas, como su accionar, dedicación y su interrelación entre ellas.

GRÁFICO N°:8
CICLOS DE LA CONFECCIÓN

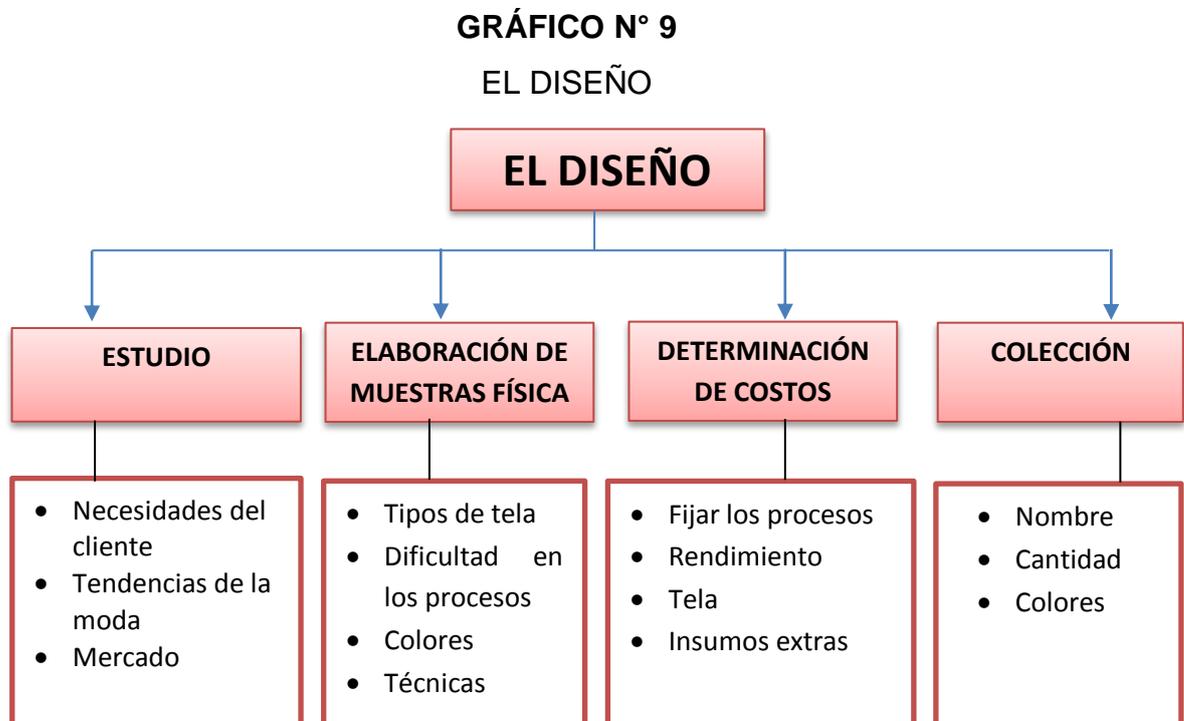


FUENTE: Investigación a empresas textiles
ELABORADO POR: La Autora

Este esquema detalla los ciclos básicos que se emplean en las fábricas textiles, este ciclo se puede ajustarse procesos o pasos que complementen el desarrollo de la prenda de vestir fijada.

2.2.2.1 El Diseño

“El diseño es el trazo, dibujo, delineación de un objeto o figura; Es una actividad cuyo fin es la delineación artística de productos destinados a ser producidos en serie.” www.modaversatil.com, (2011)



FUENTE: Investigación a empresas textiles
ELABORADO POR: La Autora

El diseño es muy importante dentro del ciclo de confección, es importante planificar, estudiar, seleccionar; fijada la meta se debe realizar un gráfico que identifique con claridad algún aspecto importante que se desea realizar, Se debe realizar una muestra física para observar el diseño y hacer las investigaciones, comparaciones y modificaciones respectivas para que de lugar al diseño final. Las telas se seleccionan de acuerdo al artículo y al modelo que se desea confeccionar. Se realiza un análisis del proveedor de insumos a utilizar.

2.2.2.2 Patronaje

Según **Riggss James, (2001). Pág. 18** “El patronaje es la representación de los modelos en cartón con las medidas deseadas y el escalado respectivo es decir el tallaje que se desea a esto se lo conoce como moldería. En la actualidad esto se lo realiza ayudados por un software que permite la introducción de varios modelos, escalados; facilitando así este trabajo. Es necesario realizar carpetas con los modelos realizados clasificándolos por colecciones, por clientes u otras especificaciones”.

Dentro de este proceso se debe realizar la ficha de producción que no es más que especificar el largo de tela que se debe tender, los modelos y la manera de clasificar la moldería. La figura o modelo representado en papel y/o cartón, según el cual se corta en una tela, para realizar distintas prendas de vestir y que sirve de muestra para sacar otras iguales.

2.2.2.3 Cortado

Según **Riggss James, (2001). Pág. 20** “El cortado es la forma de dividir, separar sus partes con algún instrumento y dar forma a las diferentes piezas que han de componer una prenda”

El corte debe conservar el seguimiento de las líneas que vienen en el trazado, clasificadas por tallas, colores y modelos para ser entregados al módulo de cosido. Muchas veces las mismas personas encargadas del patronaje llegan hasta el cortado, este grupo de personas se encargan de revisar que el patrón este de acuerdo con la talla y modelo seleccionado. Para el corte, se ayudan con una máquina cortadora eléctrica, las hay circulares que abarcan pocas capas de tela y verticales que abarcan bastante volumen y alcanzan a cortar hasta 60 capas de tela al mismo tiempo

2.2.2.4 Costura

Según **Riggss James, (2001). Pág. 20**“Unir con hilo dos o más pedazos de piezas, de suerte que queden muy juntas, hacer dobladillos pespuntos y otras labores de aguja:”

Dentro de este proceso hay muchas maneras de trabajar pero la más utilizada es el trabajo modular es decir que el proceso se termina dentro de el mismo módulo. En los módulos de cosido, las obreras preparan las máquinas para las puntadas requeridas de acuerdo con los diferentes modelos, cada módulo se encarga de realizar tareas específicas que en conjunto darán como resultado la prenda

2.2.2.5 Acabado

Según **Riggss James, (2001). Pág. 20**“El acabado es dar por terminada la prenda de vestir con eficiencia, perfección y completa”

Los acabados son los detalles que se le dan a la prenda entre ellos el corte de hilos, estampado, apliques, bordado, entre otras, cabe recalcar que los acabados son lo que en su mayoría le da valor agregado a las prendas, es por esta razón que este proceso se debe realizar con minuciosa responsabilidad.

2.2.2.6 Estampado

Según **Miroslava Braulio, (2002). Pág. 13.**“Un sistema de impresión que trabaja en base a una pantalla tensada y pegada en un marco, a la cual por medio de bloqueadores se le obturan las arcas abiertas, dejando libres solo aquellas que corresponden al dibujo deseado. Permitiendo el paso de la tinta o pintura a través de ellas al aplicar presión con una rasqueta depositando la tinta en el sustrato.

El estampado es uno de los acabados más buscado debido a que este logra que la prenda tenga mayor valor agregado y calidad; además las prendas con estampado son mucho más rápidas en el proceso y en su distribución en el mercado.

a) Estampado en Directo

El proceso de poner diseños para ser estampados, es conocido como estampado en directo o como método de barniz, el proceso real empieza por el diseño del estampado, una vez que el diseño es aceptado, se separa los colores individualmente luego se transfiere una tinta positiva negra o película de plástico transparente para reducir color por color. Este proceso permite plasmar en la prenda todo tipo de diseños y con mayor rapidez se lo realiza en ayuda de una maquina de estampado que generalmente tiene de 5 a 8 brazos popularmente conocido como pulpo, en los cuales reposan los marcos con mallas y un horno de secado. Para este tipo de estampado se requiere de marcos, mallas, racles y tintas, la finalidad de este estampado es la exclusividad y durabilidad del diseño.

b) Estampado por transferencia por calor

Este estampado es una técnica donde el papel se imprime, seguido de la transparencia del diseño del papel a un tejido, el diseño es el papel puesto sobre el tejido y con una plancha se calienta y suaviza los pigmentos liberando del papel la imagen diseñada. Este proceso dura aproximadamente 4 segundos a una temperatura de 190°C. En general, las telas estampadas usando esta técnica deben ser tratadas con precaución cuando se plancha, además esta técnica es la mas popular debido a que se necesita de una maquina que no ocupa poco espacio y que imprime diseños ya establecidos.

2.2.2.7 Proceso del Estampado

El proceso de estampado se basa en etapas descritas a continuación:

- a) **Compa de materia prima:** Para comenzar el proceso de las prendas de vestir de niños-niñas se debe tener listo las pinturas y las prendas para brindarle al cliente un producto de buena calidad.
- b) **Vista preliminar del diseño:** Son los diseños base que los clientes eligen previamente.
- c) **Ajuste y verificación por parte del diseñador:** El diseñador se encarga de modificar algún desperfecto que tenga la imagen para una mejor vista y perfecto acabado
- d) **Preparar la plantilla con el diseño:** Es el patrón de la impresión, de material resistente se coloca la película sobre el diseño y se recorta la capa superior.
- e) **Preparación de los materiales:** Los materiales que se utilizan son los siguientes:
 - **Marco o bastidor:** Elemento mobiliario destinado a asegurar la protección de los diseños en las dimensiones.
 - **Malla:** Tejido sintético homogéneo muy fino resistente utilizado para confeccionar pantallas.
 - **Racleta:** Se utiliza para arrastrar la tinta sobre la superficie del tarmiz.
 - **Espátulas:** La espátulas ayudan a retirar los residuos
 - **Mezcla de pintura y verificación de colores:** Preparación de los colores que se van a utilizar en la elaboración del estampado.
 - **Colocar cinta adhesiva a la pantalla terminada:** Se coloca cinta adhesiva para que no se desprenda de la malla y no tenga inconvenientes al momento de realizar el proceso.

- **Colocar la camiseta debajo de la pantalla:** Se pone encima de la pantalla una trama y se pasa una esponja humedecida para que la película se adhiera a la trama.
- **Colocar la pintura en la plantilla y paso de racleta:** Se coloca la pintura que se mezcló y que requieren los diseños. Después que la película esté seca, se despegó el respaldo de acetato.
- **Levantamiento de plantilla y secar la camiseta:** Se procede a levantar la pantalla y se saca la impresión para posteriormente dejarla secar.
- **Control de calidad:** se verifica que no exista grumo de pintura en la camiseta, que tenga la textura y calidad deseada.

2.3 Estudio de Mercado

”Un estudio de mercado sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes del producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores”. Disponible en www.emprendedor.unicef.edu (2011).

El estudio de mercado es la función empresarial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, la oferta de bienes y/o servicios, los precios a los cuales se venden los mismos en un espacio y un tiempo determinado. El estudio de mercado es fundamental para fijar tanto la oferta como la demanda para saber si un proyecto es factible.

El estudio de mercado debe fijar que producto va a tener mayor aceptación por los clientes, dentro de este estudio se debe observar los precios, la comercialización y publicidad del mismo con el fin de establecer estrategias que permitan fijar nuestra cuota o segmento de mercado.

2.3.1 El Producto

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 49** “El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades”.

Es el resultado natural del proceso productivo. Un producto tiene un conjunto de atributos, que satisfacen las necesidades de los clientes. El producto debe estar diseñado y elaborado a las necesidades del mercado, para ello se debe fijar las características que se deben plasmar en el resultado final.

2.3.2 La Demanda

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 5** “Demanda es la expresión de la forma en la cual la comunidad desea sus recursos. Con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”

La demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto, La demanda mide el nivel de aceptación que tiene el producto ante los consumidores, es por esto que la demanda es el pilar fundamental en el desarrollo de proyectos. Existen diferentes maneras de medir la demanda pero la principal es mediante encuestas que permitan conocer los gustos, preferencias y necesidades que tienen los consumidores.

2.3.3 La Oferta

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 53.** “Se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que

ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”

La oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados; la oferta en si se basa en la competencia que tiene en el producto o bienes o productos sustitutos que afecten a los productos que se desean ofertar; La oferta es importante al momento de analizar los niveles de producción, se determina estrategias para superar la competencia en diferentes ámbitos que permita lograr una ventaja competitiva

2.3.4 El Precio

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 53.** “El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia al nivel de ingresos.”

Según **Baca Urbina, Gabriel; (2001), Pág. 122** “El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

El precio se lo puede fijar de acuerdo a precios existentes, o a los costos y gastos, de acuerdo a la oferta y demanda entre otros aspectos, el precio debe establecer un punto de equilibrio en el que permita generar utilidad y cubrir los costos y gastos que generó, el precio es un factor muy importante en el momento de competir pero se debe manejar con mucho cuidado fijando límites que no afecten la utilidad de las empresas.

2.3.5 La Comercialización

La comercialización debe fijar los canales de distribución y buscar como llegar al consumidor, debe establecer circuitos con canales de retroalimentación que permitan recolectar información del proceso de comercialización.

2.4 Estudio Técnico

Según **Córdova Padilla Marcial; (2009), Pág. 209** “Busca responder a las interrogantes ¿Cuánto, donde, como y con que procederá mi empresa? Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación

2.4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio.

2.4.2 Localización del proyecto

Según **Córdova Padilla Marcial; (2009), Pág. 226** “Estudia los detalles mediante un cálculo comparativo de los costos para definir la localización óptima”

La localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

- a) **Macro localización:** La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.
- b) **Micro localización:** La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

2.4.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

2.4.3.1 Proceso Productivo

El proceso productivo es una combinación y acumulación ordenada y dinámica de todos y cada uno de los recursos de que dispone la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, controlados, registrados y contabilizados adecuada y convenientemente para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades. **www.emprendedor.unicef.edu (2011).**

2.4.3.1 Tecnología

La tecnología es el conjunto de técnicas, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio, la tecnología tiene como fin facilitar un proceso, realizarlo de manera más eficaz

2.4.3.2 Inversión Fija

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 38** “Son los activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.”

Se puede concluir que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos por destinar al capital permanente o fijo; esta inversión se da muchas veces con el fin de solventar una necesidad de una empresa pero respaldado con el incremento del patrimonio de la misma, por esto lleva el nombre de inversión fija, este tipo de inversión se da cuando la empresa cuenta con mucha liquidez y puede generar este tipo de inversión

2.4.3.3 Inversión Diferida

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 206** “Dentro de las Inversiones Diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa que los debe realizar un abogado además de los trámites para obtener el registro sanitario; en este rubro también se incluye los gastos del estudio”.

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios,

entre otros. Está inversión es grande por eso se la diferida ya que como su nombre lo indica muchas veces se la difiere para cierto tiempo, Todo proceso grande que se lo realiza mediante estudios y con el fin de cubrir una necesidad de la empresa se lo financia con una inversión diferida que permita dar funcionamiento al proceso instalado con el fin de recuperar dicha inversión.

2.4.3.4 Capital de trabajo

Según **Baca, Urbina Gabriel; (2010), Pág. 145** “Define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos. El capital de trabajo es el pilar sobre el cual se desarrolla cualquier actividad económica debido a que este rubro es el respaldo para el funcionamiento de la empresa.

2.5 Estudio Financiero.

2.5.1 Ingresos

Según **Martínez Patricio; (2004), Pág. 67** en su diccionario menciona que un egreso es un “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”.

Los ingresos de una empresa es todo valor obtenido por la venta o la prestación de un servicio. Este ingreso debe representar económicamente al bien o servicio que el consumidor adquiere, el ingreso de una empresa representa el flujo que esta tiene para cubrir sus gastos y por su puesto

generar la utilidad para los propietarios. El ingreso puede ser de muchos tipos pero lo importante es saberlo registrar y más que todo saber manejarlo, teniendo cuidado que no exista mucha liquidez o viceversa.

2.5.2 Egresos

Según **Rosenberg. J. M;**, (2002), **Pág. 156** “Cualquier gasto u otro coste en el desarrollo de un negocio”

Un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros. Los egresos deben ser cuantificables de acuerdo a lo que necesariamente forma parte de la elaboración o prestación de servicio, todo egreso debe estar respaldado.

2.5.3 Costos de Producción

Los costos de producción son los siguientes:

2.5.3.1 Materia Prima

Según **Chiliquina Manuel**, (2001) **Pág. 11** “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi elaborado. Se caracteriza por ser fácilmente y cuantificable en el producto fabricado”

La materia prima es un conjunto de productos básicos necesarios para elaborar por medio del trabajo, objetos fabricados o terminados. Además son todos aquellos materiales adquiridos para ser empleados en la actividad productiva, objeto de la industria sean estos como Materia Prima o como insumos para la elaboración de la misma, y dentro del proceso productivo sufren una transformación, es decir cambian de forma.

2.5.3.2 Mano de Obra

Según **Chiliquinga Manuel, (2001) Pág. 11** “Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervenga manualmente o accionando maquinas”

La mano de obra es la prestación de un servicio o la ejecución de una obra realizada por una persona natural o jurídica y que incide directa o indirectamente en el costo de producción de un bien final o intermedio. También la mano de obra representa la labor empleada por las personas que contribuyen de manera directa o indirecta en la transformación de la materia prima, es la contribución física y/o mental para la elaboración de un bien o producto.

2.5.3.3 Costos Indirectos de Fabricación

Según **Chiliquinga Manuel, (2001) Pág. 10** “Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo”

Los costos indirectos de fabricación como lo indica su nombre son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero constituyen y forman parte del costo de producción, mano de obra indirecta y materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fabricación, arriendo del edificio, entre otros.

2.5.4 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los pagos que no tienen relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa. En esta categoría están comprendidos

aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración o generales.

2.5.5 Gasto de Ventas

Los gastos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

2.5.6 Estado de situación inicial

Según **Zapata Pedro, (2005), Pág. 56** “El estado de situación inicial se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el activo, pasivo y patrimonio de la misma.” ,

Es una fotografía instantánea de las operaciones de un negocio, que muestra los beneficios que corresponden a las distintas clases de propietarios en el valor del activo neto o líquido, conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Situación o simplemente Estado, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

2.5.7 Estado de Resultados

“En contabilidad el Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es dinámico, ya que

abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.”Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/>,(2009)

El estado de resultados es conocido también como estado de pérdidas y ganancias es una forma resumida de mostrar las variaciones del capital en un determinado ejercicio. Relación de todos los ingresos, costos, gastos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida. Este estado se lo realiza al finalizar el año contable muchas empresas prefieren realizarlo cada seis meses con el fin de saber y conocer la situación de la empresa y poder tomar decisiones a tiempo. Este estado permite visualizar de manera más amplia la utilidad o pérdida de cualquier actividad económica es por esto que se los debe realizar con total transparencia.

2.5.8 Valor Actual Neto (VAN) formula

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo. El valor actual neto no es más que la suma de inversión más la utilidad operacional más la depreciación de la maquinaria, más la participación de las trabajadoras y más IR.

2.5.9 Tasa interna de Retorno (TIR)

Según **Arboleda, Germán; (2001), Pág. 84** “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0.”

Se puede concluir que se llama tasa interna de retorno o de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año por año se reinvierte su totalidad, es decir, se invierte y reinvierte en las aspiraciones de la

empresa. La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

2.5.10 Relación Costo – Beneficio

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1. Par esta relación primero es necesario establecer una matriz de relación entre los costos de inversión y los beneficios que generará esta inversión. Una vez determinados los costos y los beneficios se procede a cuantificar cada una de la variable.

2.5.11 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se utiliza con distintas variable como para la producción se realiza oferta versus demanda con el fin de producir solo necesario en el mercado, otro punto de equilibrio es el que define la cantidad de productos y/o servicios que la empresa debe vender es decir el volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida, este último punto de vista es muy utilizado, sobre este volumen se determina la producción y su comercialización por debajo de este punto la empresa generará pérdida y por encima de este se produce utilidad.

2.6 Estructura Organizativa

La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos. La estructura organizativa tiene como fin el buen trabajo en equipo y lo que hace es fijar los pilares dentro de los cuales se moverá la empresa, dentro de ellos estará funciones,

deberes y derechos de los trabajadores y de los propietarios de las empresas. Una de las funciones principales de la estructura organizativa es fijar las áreas de la empresa las cuales guiarán el funcionamiento de la misma.

2.6.1 Misión

La misión es la razón de ser o la filosofía de la empresa. Es aquella que indica la manera como una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. En la misión se define el objetivo central de la empresa que nace de la pregunta ¿Para qué existe la institución u organización?

2.6.2 Visión

La visión no es más que a donde se quiere a la empresa, que se quiere llegar a se dentro de los próximos año; es importante que la visión esté bien definida debido a que si tiene muchas direcciones las acciones se debilitan y no logran llegar a su meta. Este rumbo se debe plantear de acuerdo a la misión establecida y elaborar proyectos que guíen el desarrollo de la empresa para alcanzar todos lo objetivos.

2.6.3 Organigrama Estructural

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligación, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

2.7 Impactos

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

2.7.1 Impacto Social

Como se menciona un impacto social puede describir una solución a problemas de la sociedad en el entorno salud, educación, cultura entre otras. Es medir en qué cantidad va aliviar una necesidad a la sociedad, que beneficios se tendrá con la implementación de cualquier proyecto. Todo proyecto debe generar un impacto social ya que es necesario partir de la sociedad buscando mejorar la calidad de vida de la misma.

2.7.2 Impacto Económico

El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona. Los proyectos en si son realizados con el fin de conseguir un impacto económico, que es en su mayoría el que motiva a los empresarios a crear proyectos, cabe recalcar que este impacto no es exclusivo de los propietarios sino también de quien se ve directa o indirectamente relacionado, no en la misma magnitud pero ya se produce una dinámica en la economía de muchas familias

2.7.3 Impacto Empresaria

El impacto empresarial es básicamente que beneficio tendrá la empresa con los proyectos que va a lograr, pueden ser proyectos que

ayuden a introducir a la empresa en nuevos mercados o incursionar en mercado internacionales, es como la empresa va a surgir.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye una fase clave del proceso de investigación y elaboración del proyecto, del análisis adecuado y de las importantes variables del mercado.

3.1 Antecedentes

3.2 Finalidad del Estudio de Mercado

La investigación realizada en la ciudad de Atuntaqui, determinó que dentro de la producción de las prendas de vestir, el producto estrella son los conjuntos deportivos para niños y los conjuntos casuales para niñas con estampados de durabilidad dirigidos a los consumidores.

Además se evidencio que el 65% de los consumidores no conocen de los productos que ofrece la unidad micro empresarial LA MARKA, también se demuestra que el margen de utilidad de este tipo de negocios en Atuntaqui oscila alrededor del 30%, es decir mantienen una buena rentabilidad para el desarrollo del proyecto.

También con la ultima expo feria textil, además de promover el turismo, las plazas de trabajo se incrementaron en un 20%, al igual que el movimiento económico para la ciudad y los textileros del sector, todo esto conlleva a que las prendas de vestir mantenga una tendencia alta en los últimos años, debido a que este es un sector estratégico de la producción nacional. Los negocios de la ciudad tienen diferentes líneas y tendencias

en cuestión de prendas de vestir, pero una de las prendas mas acogidas por los clientes es la ropa de niños.

3.2.1 Población y Muestra Investigada

3.2.2 Población

Para la presente investigación se considero a dos universos

- Población de productores y comercializadores de ropa de niño – a con estampado en directo de la ciudad de Atuntaqui. Para determinar la oferta.
- Población de personas que brindan el servicio de estampado.
- Para la determinación de la demanda se considero los clientes potenciales y mayoristas de la unidad micro empresarial

3.2.3 Tamaño de la Muestra

Para determinar la muestra se consideró dos poblaciones, la primera son las empresas que brindan el servicio de estampado y la segunda son las empresas que confeccionan conjuntos para niños con estampado en directo y por ser estas menores a 100 unidades, se utilizará el método del Censo.

Cuadro N°11

PRODUCTORES DE ROPA DE NIÑO-A CON SERVICIO DE ESTAMPADO DIRECTO (OFERTA)

Nombre del Almacén	Propietarios
Denis	Benito Escobar y Norma Flores
Bamby	Mario Suarez y Catalina Bolaños
Samanta	Cindy López y Ximena Calderón
Santé	Familia Vega
Angelbaby	Pablo Vega y Cecilia Yépez

Fuente: Rentas de Antonio Ante

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 12

PRODUCTORES QUE BRINDAN EL SERVICIO DE ESTAMPADO EN DIRECTO

Propietarios
Toqui López
Román Bolaños
Galo Palacios
Estuardo Estévez
Lenin Córdova
Pablo López
Roberto Benalcázar
Santiago Mejía
José Estévez
Wilson López
Walter Sánchez
Cristian Imbaquingo
José Bolaños
Mauricio Cadena
Pablo Arboleda

Fuente: Municipio de Antonio Ante

Elaborado por: La Autora

3.2.4 Metodología de la investigación de campo

Para la recopilación de la información fue necesario establecer los diferentes instrumentos de recolección de información como son las encuestas con el fin de establecer y determinar principalmente las tendencias de los gustos de los clientes y la observación directa en las diferentes empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui; con lo que se pudo apreciar el desempeño del proceso productivo tanto en la confección de las prendas como la calidad del estampado en directo, el comportamiento del consumidor, el nivel de aceptación, la calidad, el precio.

3.3 Identificación del servicio

Los principales productos a utilizarse en la producción y comercialización de la unidad micro empresarial, son conjuntos deportivos para niños y conjuntos casuales para niñas

3.3.1 Características del Servicio

3.3.1.1 Tipo de Estampado

El tipo de estampado es directo, o también conocido como el método de barniz.

Es un sistema de impresión que trabaja en base a una pantalla tensada y pegada en un marco, a la cual por medio de bloqueadores se le obturan las arcos abiertas, dejando libres solo aquellas que corresponden al dibujo deseado, permitiendo el paso de la tinta o pintura a través de ellas al aplicar presión con una rasqueta depositando la tinta en el sustrato.

El estampado es uno de los acabados más buscados debido a que este logra que la prenda tenga mayor valor agregado y calidad; además las prendas son las más buscadas a nivel de mercado.

3.3.1.2 Modelos

Los modelos varían de acuerdo al gusto y necesidad de los clientes, ya sean dibujos animados, dibujos Disney, leyendas, fotos, entre otras.

3.3.1.3 Dimensiones

Las dimensiones varían de acuerdo a la necesidad y preferencias de los clientes, por tanto sus dimensiones se basan en grandes, pequeños y medianos.

3.3.1.4 Colores

La microempresa presenta una variada gama de colores para la confección de los conjuntos por lo que es necesario que los estampados tengan la misma variedad.

3.3.1.5 Contextura

La textura que presentan los estampados en directo son en relieve, gamuzado, fluorescente, escarchado, y plano

3.3.1.6 Indicaciones de Uso

Para que la ropa estampada conserve sus características originales (color y textura) y de durabilidad, es necesario seguir las siguientes indicaciones.

Cuadro N° 13
INSTRUCCIONES DE LAVADO

ASPECTOS	DESCRIPCION
	No lavar en maquina
	No usar blanqueadores y detergentes fuertes
	No exponer mucho tiempo la prenda al sol
	Planchar a baja temperatura

Fuente: LA MARKA
Elaborado por: La Autora

3.4 Mercado Meta

El principal mercado meta son los clientes potenciales que tiene ya la microempresa los cuales son Súper éxito, Unimoda, Piel active, UFC, B&B y los clientes que visitan la micro empresa de manera personal, con ello se asegura la introducción del producto en el mercado

3.5 Presentación de Resultados de Encuestas

3.5.1 Resultados de Encuestas Aplicadas a los Productores con Servicio de Estampado Directo.

OFERTA

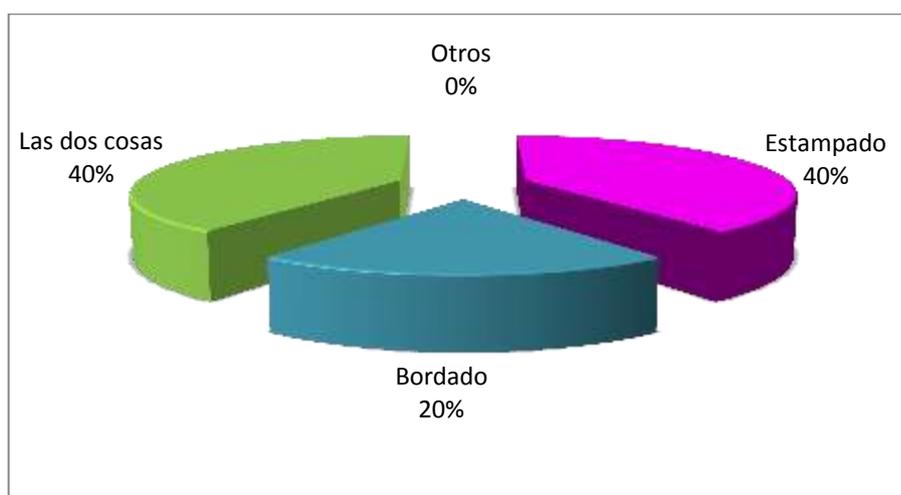
Los productos que usted ofrece tiene:

Cuadro N° 14
PRODUCTOS QUE OFRECE

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estampado	2	40%
Bordado	1	20%
Las dos cosas	2	40%
Otros	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°10
PRODUCTOS QUE OFRECE



Análisis: Los productores de ropa para niños con el servicio de estampado mencionan que los productos que más ofrecen a sus clientes son el estampado y la opción de las dos cosas que son el estampado y el

bordado, para lo cual los propietarios aluden que el estampado es de mejor preferencia ante los clientes por su acabado y calidad en las prendas de vestir.

¿Con qué tipo de estampado usted trabaja?

Cuadro N°15

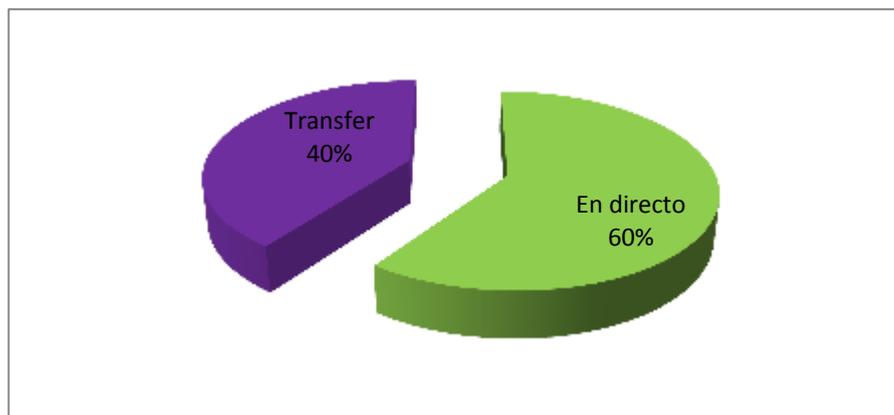
TIPO DE ESTAMPADO

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En directo	3	60%
Transfer	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 11

TIPO DE ESTAMPADO



Análisis: La mayor parte de los encuestados mencionan que el tipo de estampado con el que trabajan es en directo por ser un estampado de mejor calidad en durabilidad, textura y diseños.

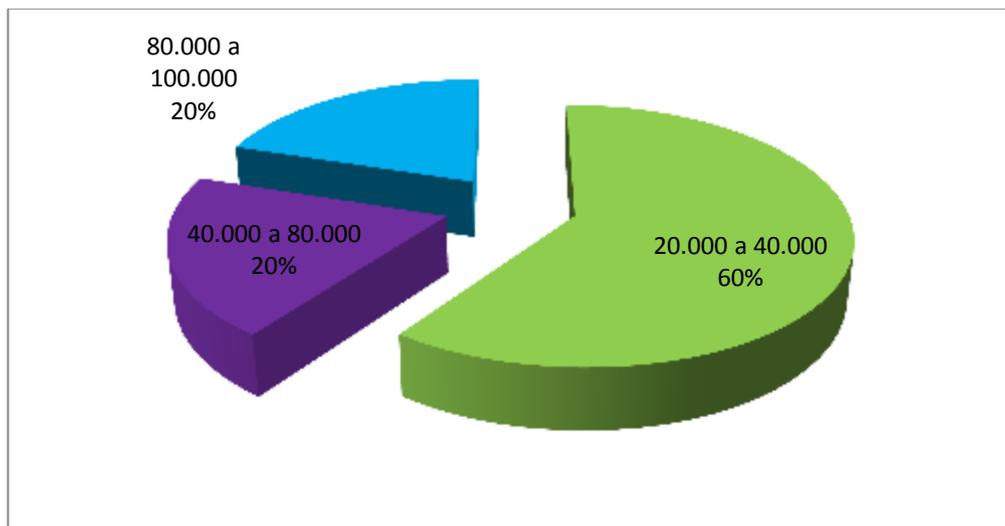
¿Qué estimado de ventas anuales con estampado en directo tiene?

Cuadro N° 16
VENTAS ANUALES

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20.000 a 40.000	3	60%
40.000 a 80.000	1	20%
80.000 a 100.000	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 12
VENTAS ANUALES



Análisis: Según los datos arrojados las ventas anuales en las prendas con estampado en directo son en promedio de 20000 a 40000 conjuntos, pero según las investigaciones realizadas se estima que son alrededor de 40000 conjuntos.

Qué tamaño de estampado ofrece en sus prendas con mayor frecuencia

Cuadro N° 17

TAMAÑO DE ESTAMPADO

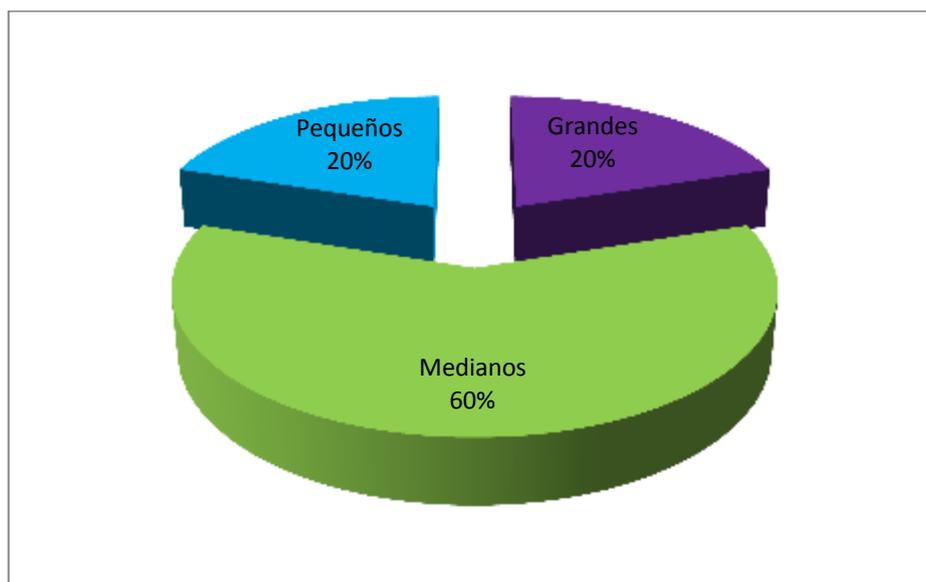
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grandes	1	20%
Medianos	3	60%
Pequeños	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 13

TAMAÑO DE ESTAMPADO



Análisis: La mayoría de los productores mencionan que los estampados medianos son los mejores puesto que sus dimensión es exacta para la mayoría de las prendas. Los estampados medianos son fáciles de adaptar al tallaje que maneja la unidad empresarial LA MARKA

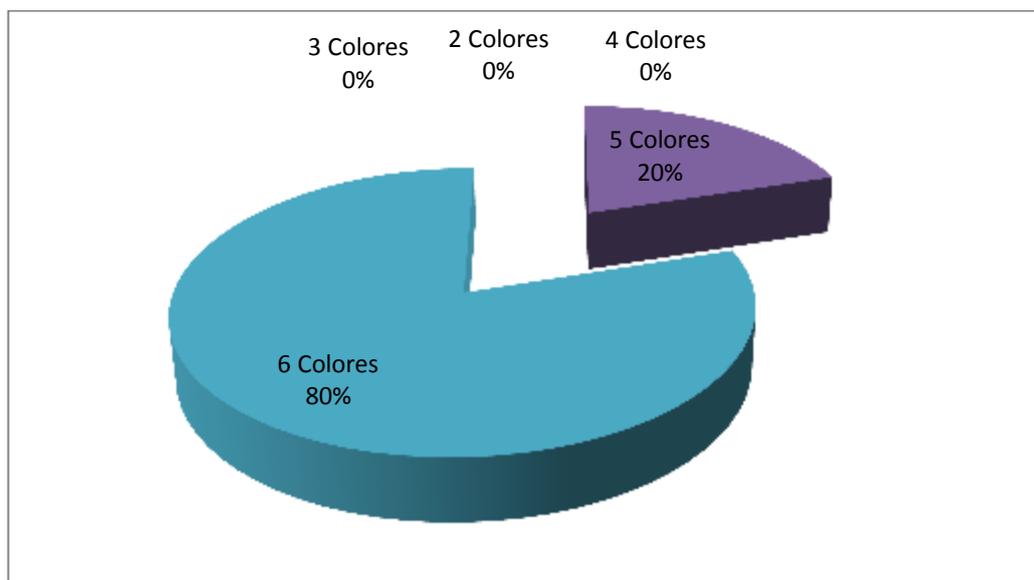
Cuántos colores maneja en un estampado

Cuadro N°18
COLORES EN ESTAMPADO

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 Colores	0	0%
3 Colores	0	0%
4 Colores	0	0%
5 Colores	1	20%
6 Colores	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 14
COLORES EN ESTAMPADO



Análisis e Interpretación: la mayoría mencionan que para un excelente estampado en toda la extensión de la palabra es necesario una gran gama de colores por lo que prefieren 6 distintos colores para un estampado, para que sea llamativo.

Qué monto invirtió en el desarrollo del proceso de estampado en directo

Cuadro N°19

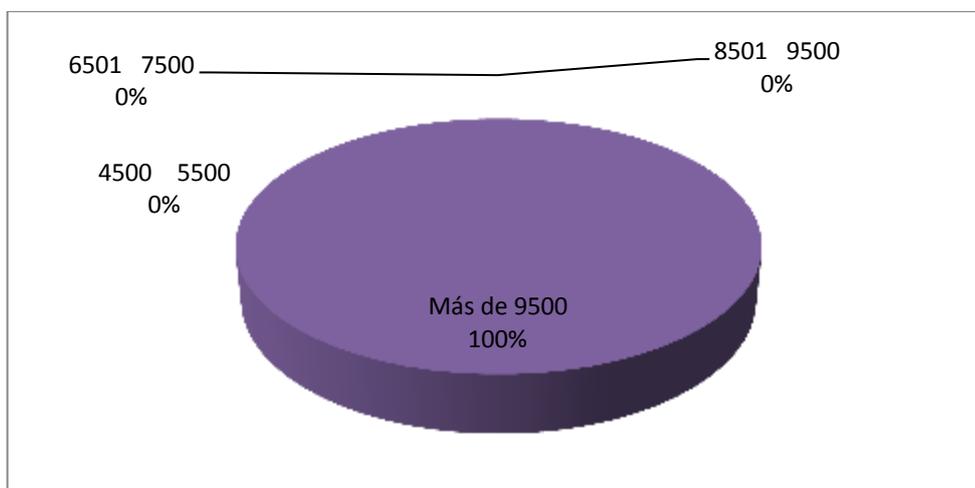
MONTO INVERTIDO EN EL PROCESO DE ESTAMPADO

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4500 5500	0	0%
6501 7500	0	0%
8501 9500	0	0%
Más de 9500	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 15

MONTO INVERTIDO EN EL PROCESO DE ESTAMPADO



Análisis El monto que la mayoría menciona invertir es más de 9500 dólares en todo lo que se refiere a materia prima, es decir utilizan varios implementos para que el proceso se desarrolle con normalidad.

Con qué proveedor trabaja

Cuadro N°20

PROVEEDOR CON QUE TRABAJA

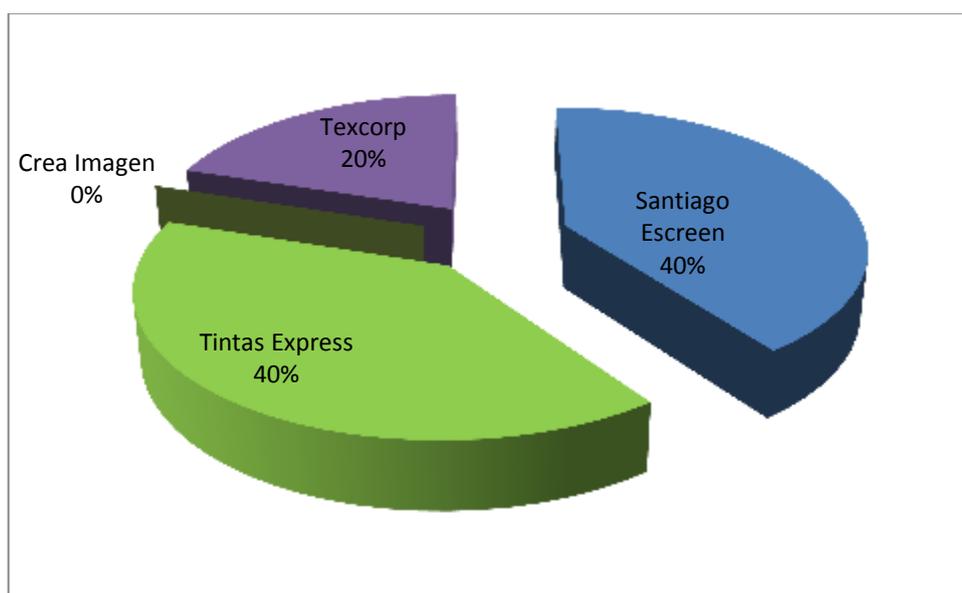
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Santiago Escreen	2	40%
Tintas Express	2	40%
Crea Imagen	0	0%
Texcorp	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°16

PROVEEDOR CON QUE TRABAJA



Análisis. Los productores señalan que prefieren trabajar con los proveedores de Santiago Escreen y Tintas Express por ser empresas serias y puntuales en los pedidos de materia prima. Además son empresas de fácil acceso y que se encuentran en la ciudad de atuntaqui, y ofrecen la entrega de la materia prima en el lugar de trabajo

Cuáles son sus cadenas de comercialización

Cuadro N° 21

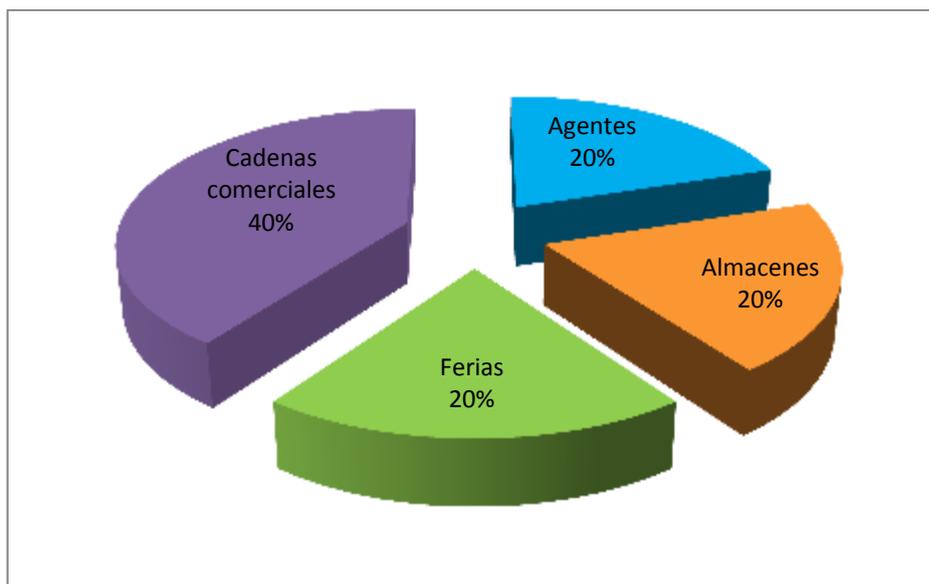
CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agentes	1	20%
Almacenes	1	20%
Ferias	1	20%
Cadenas comerciales	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 17

CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN



Análisis: Los productores prefieren trabajar con las cadenas comerciales puesto que son más serias y puntuales en sus pagos y sus pedidos son grandes, otra de las razones es que son cadenas que trabajan todo el año y no solo por temporadas o por meses.

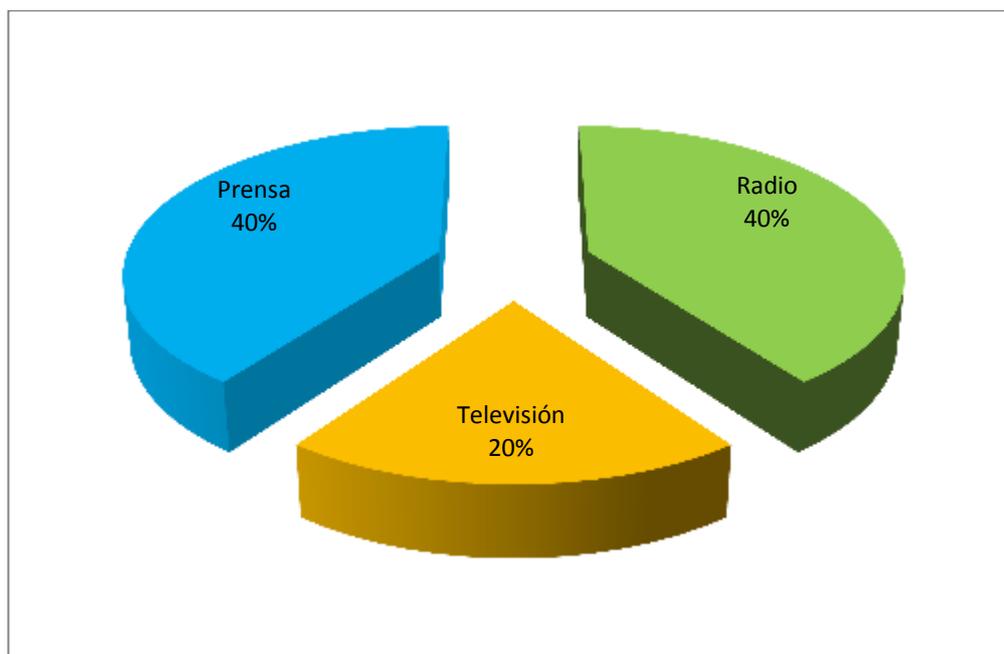
Qué tipo de publicidad maneja su empresa

Cuadro N°22
TIPO DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	2	40%
Televisión	1	20%
Prensa	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°18
TIPO DE PUBLICIDAD



Análisis: La mayoría de los propietarios recalcan que la manera de promocionar a su empresa y su producto es la radio y la prensa puesto que son los medios de comunicación que la mayoría de las personas utilizan escuchan y leen.

3.5.2 Resultados de Encuestas Aplicadas a los Consumidores Mayoristas y Potenciales

DEMANDA

Qué tipo de prendas adquiere con frecuencia

Cuadro N° 23

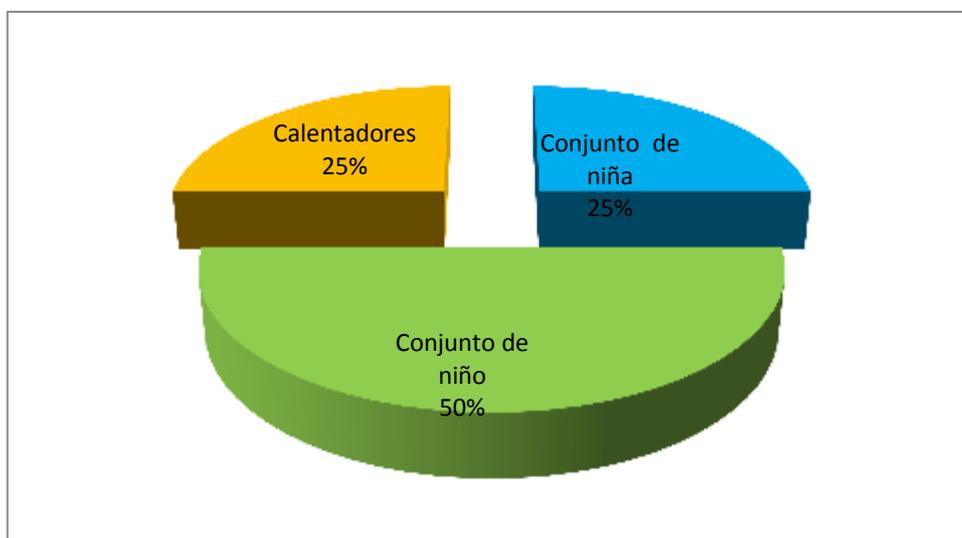
TIPO DE PRENDAS QUE ADQUIERE

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conjunto de niña	5	25%
Conjunto de niño	10	50%
Calentadores	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 19

TIPO DE PRENDAS QUE ADQUIERE



Análisis Tanto los clientes mayoristas y potenciales prefieren adquirir conjunto de niños pero sin dejar de lado los conjuntos casuales de niño, debido a que en conjuntos de niño no hay mucha variedad para ofrecer a

los clientes, mientras que los conjuntos de niñas presentan variedad tanto en colores como en modelos que van a la vanguardia de la moda.

Le gustaría adquirir prendas con estampado en directo en la unidad micro – empresarial LA MARKA

Cuadro N° 24

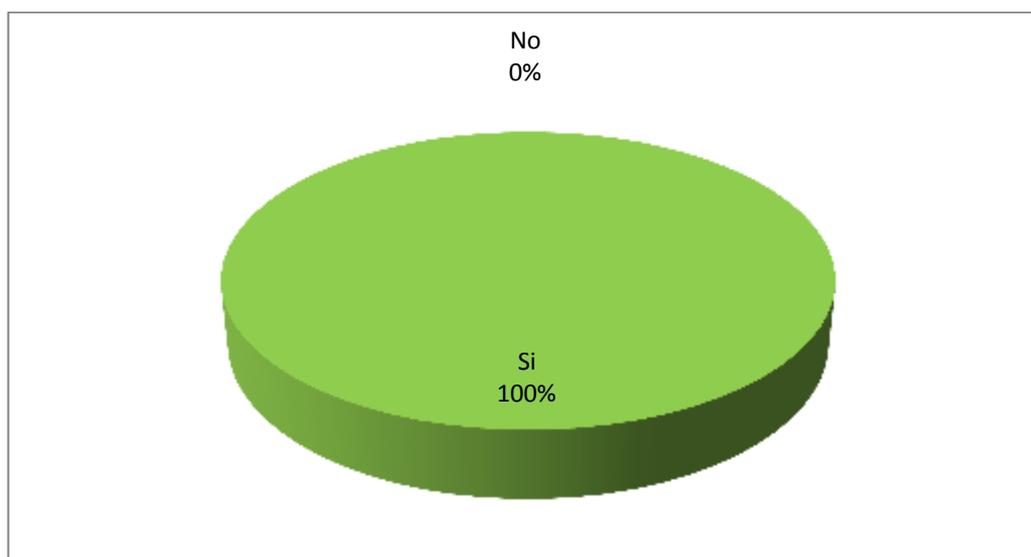
GUSTARÍA ADQUIRIR PRENDAS ESTAMPADAS EN LA MARKA

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	100%
No	0	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 20

GUSTARÍA ADQUIRIR PRENDAS ESTAMPADAS EN LA MARKA



Análisis La totalidad de los encuestados mencionan que si están dispuestos a adquirir las prendas estampadas en directo debido a que este acabado logra que la prenda adquiera mayor valor, y los clientes

siempre prefieren que las prendas tengan un detalle que haga lucir a la prenda.

Cuánto estaría dispuesto a pagar por la prenda con estampado en directo

Cuadro N° 26

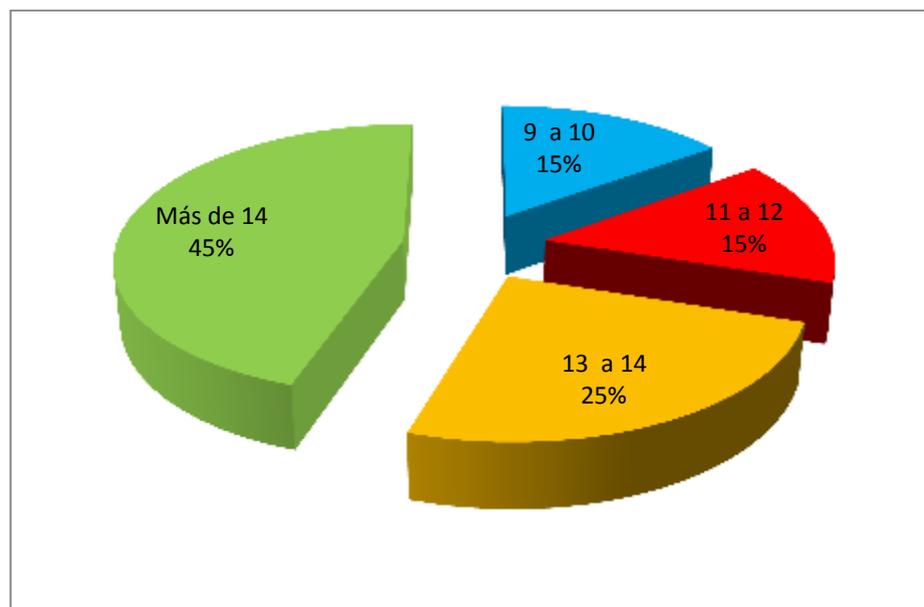
CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9 a 10	3	15%
11 a 12	3	15%
13 a 14	5	25%
Más de 14	9	45%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 21

CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR



Análisis: Los resultados señalan que estarían dispuestos a pagar más de 14 dólares debido a su calidad, durabilidad y contextura de las prendas

estampadas. Las prendas con estampado tienen más acogida en el mercado y los clientes están dispuestos a adquirir.

Qué cantidad anual de prendas estampadas en directo estaría dispuesta a comprar a la unidad micro empresarial

Cuadro N°26

CANTIDAD MENSUAL DE PRENDAS PARA COMPRAR

POTENCIALES			MAYORISTA		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje	Concepto	Frecuencia	Porcentaje
40.000 50.000	3	60%	10.000 12.000	2	13%
50.001 60.000	1	20%	12.001 14.000	3	20%
70.000 80.000	1	20%	14.001 16.000	10	67%
TOTAL	5	100%	TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°22

CANTIDAD MENSUAL DE PRENDAS PARA COMPRAR

(POTENCIALES)

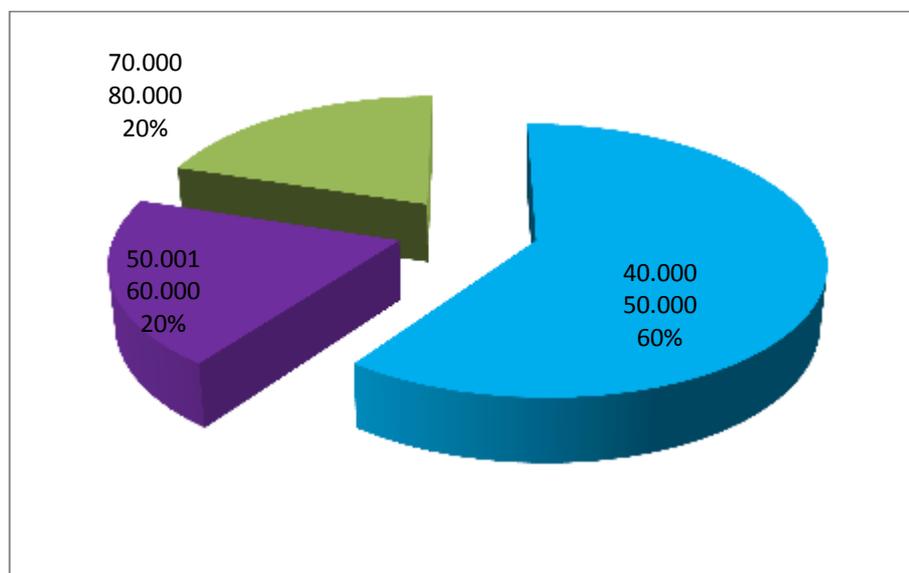
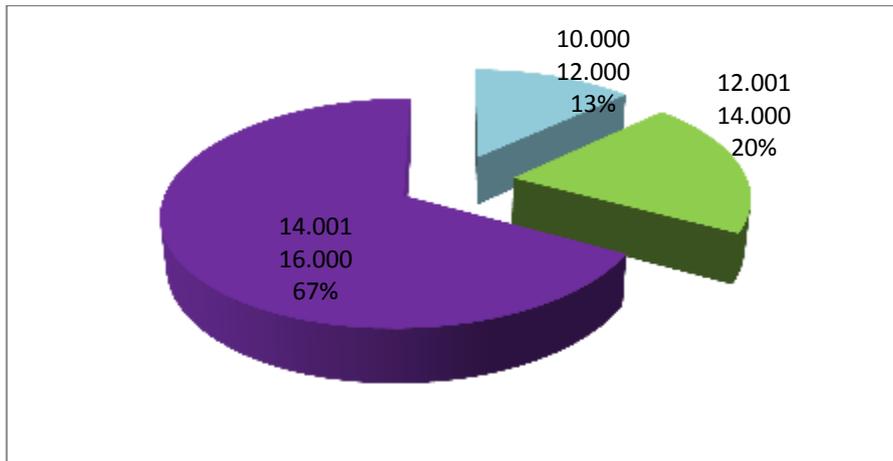


GRÁFICO N°23

CANTIDAD ANUAL DE PRENDAS PARA COMPRAR (MAYORISTAS)



Análisis e Interpretación: Los clientes potenciales mencionan que la cantidad que ellos estarán dispuestos a adquirir en prendas estampadas son hasta 50000, y los clientes mayoristas están dispuestos a adquirir de 14000 a 16000 prendas estampadas.

3.5.3 Resultados de Encuestas Aplicadas a los Productores que Brindan el Servicio de Estampado en Directo

¿Con qué tipo de estampado Usted trabaja?

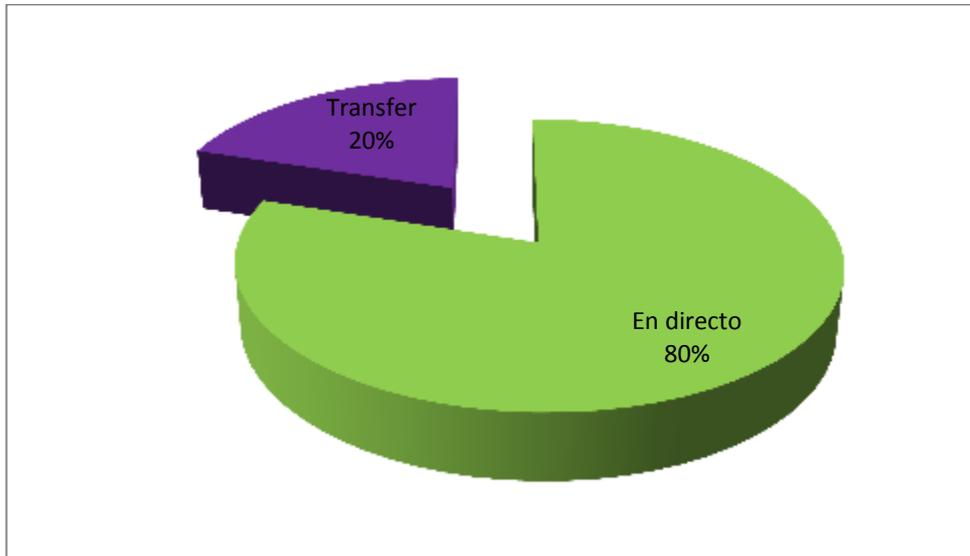
Cuadro N°27

TIPO DE ESTAMPADO

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En directo	12	80%
Transfer	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°24
TIPO DE ESTAMPADO



Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada a los productores que brindan el servicio de estampado mencionan que el estampado en directo es el más demandado por los clientes, por ser el acabado más económico y el más solicitado a nivel del mercado

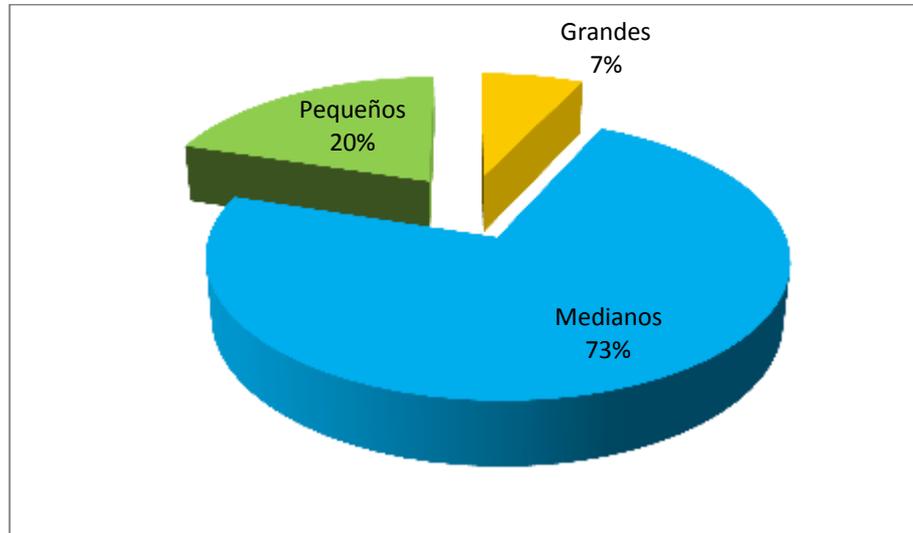
Qué tamaño de estampado ofrece con mayor frecuencia

Cuadro N°28
TAMAÑO DE ESTAMPADO OFRECE

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grandes	1	7%
Medianos	11	73%
Pequeños	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°25
TAMAÑO DE ESTAMPADO OFRECE



Análisis Los resultados afirman que los estampados medianos son adecuados para cualquier tipo de prenda y por esta razón son los adquiridos, cabe recalcar que los estampado mediano tienen las medidas perfectas para utilizar en conjuntos de niños.

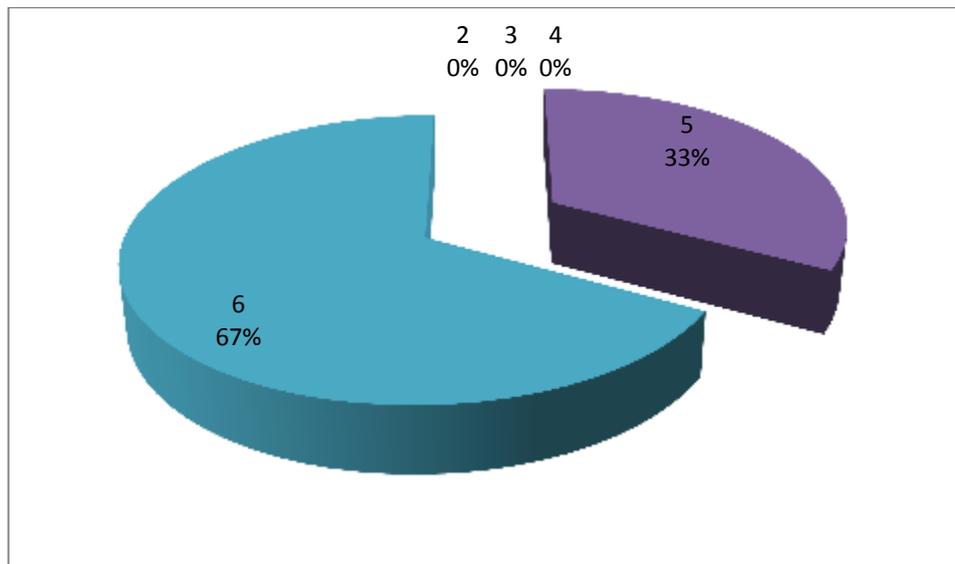
Cuántos Colores en un estampado maneja

Cuadro N°29
CUANTOS COLORES MANEJA

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	5	33%
6	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°26
CUANTOS COLORES MANEJA



Análisis: Es necesario una variedad de colores es por eso oscilan entre 5 y 6 colores porque al cliente prefiere un estampado llamativo para sus prendas. En conjunto de niños y niñas es necesario manejar los 6 colores debido a que los estampados para niños deben tener variedad de colores, brillos y deben estar a la vanguardia de las tendencias de la moda.

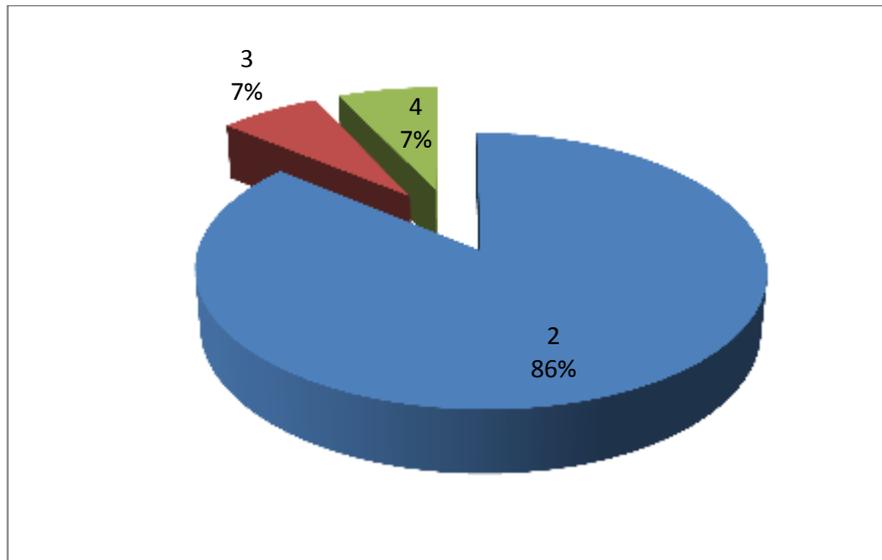
Con cuántos pulpos trabaja para estampar

Cuadro N°30
CUANTOS PULPOS TIENE

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	13	87%
3	1	7%
4	1	7%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°27
CUANTOS PULPOS TIENE



Análisis: Para el proceso de estampado en directo la mayoría de los encuestados tienen para trabajar 2 pulpos de seis brazos para poder satisfacer las necesidades del cliente. La producción de los pulpos es grande es por esta razón que la mayoría trabaja con alrededor de dos pulpos.

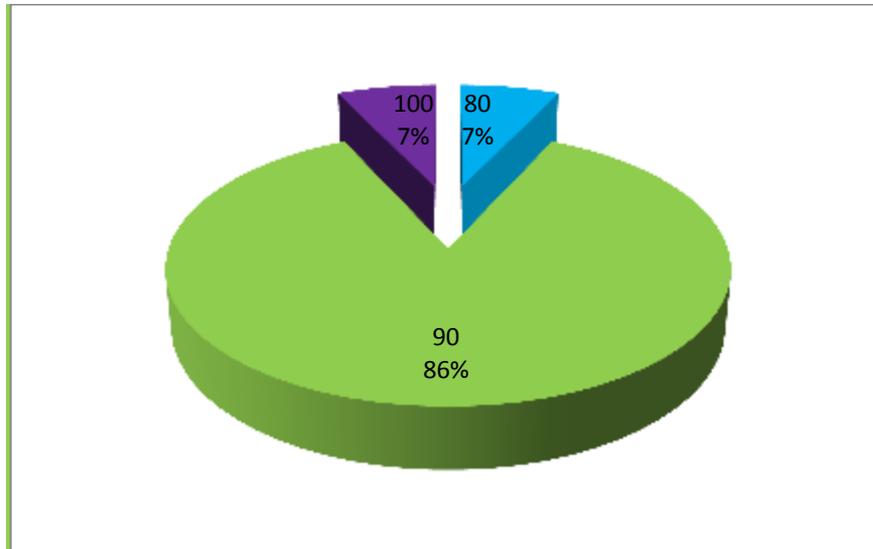
Cuántos estampados realiza un pulpo diariamente

Cuadro N°31
CUANTOS ESTAMPADOS REALIZA DIARIAMENTE

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
80	1	7%
90	13	87%
100	1	7%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°28
CUANTOS ESTAMPADOS REALIZA DIARIAMENTE



Análisis: Según los expertos un pulpo de seis brazos realiza alrededor de 90 prendas diarias, con tiempos muertos y en una jornada de trabajo de ocho horas. Es necesario fijar un promedio de producción para fijar la capacidad de producción del departamento de estampado en directo

A qué precio ofrece el

Cuadro N°32

PRECIO DEL ESTAMPADO

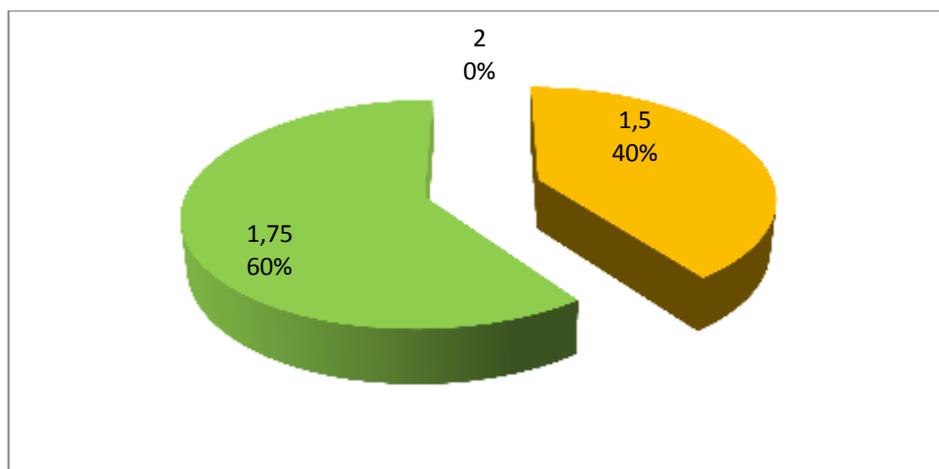
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,50	6	40%
1,75	9	60%
2,0	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°29

PRECIO DEL ESTAMPADO



Análisis: El precio promedio que se maneja en los estampados de 6 colores medianos es de 1,75 dólares, siendo el precio más accesible en el mercado a relación costo beneficio el costo es bajo con relación al efecto que se dará a la prenda y el valor que esté acabado da.

3.6 Análisis y Proyección de la Oferta

Según la investigación realizada se ha determinado que la oferta en conjuntos dentro de la Ciudad de Atuntaqui es la siguiente:

Cuadro N° 33

OFERTA DE EMPRESAS SIMILARES

Año Base	Conjuntos Anual	N° de Locales	Conjuntos
2011	40000	5	200000

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Para la proyección de la oferta se tomó en consideración que los propietarios señalan es 8,5% para poder ofertar en sus locales y poder ofrecer a sus clientes más representativos.

Cuadro N° 34

PROYECCIÓN DE LA OFERTA (Conjuntos)

AÑO	Valor
2011	200000
(1) 2012	217000
(2) 2013	235445
(3) 2014	255458
(4) 2015	277172
(5) 2016	300731

Elaborado por: La Autora

3.7 Análisis y Proyección de la Demanda

Para la determinación de la demanda se consideró el segmento de clientes potenciales y los mayoristas que la unidad micro empresarial maneja desde su inicio en la actividad textil en la Ciudad de Atuntaqui.

Cuadro N° 35

DEMANDA DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA

Año	Conjuntos
2008	208937
2009	224663
2010	242880
2011	264000

Fuente: Base de datos LA MARKA
Elaborado por: La Autora

Para la determinación de la proyección de la demanda en conjuntos se considero como tasa de crecimiento la demanda de años anteriores de la misma unidad micro empresarial LA MARKA, el cual es de 8,109%. Se tomó los valores a partir del 2008 que es el año de creación de la unidad micro empresarial.

Cuadro N° 36

DETERMINACION DE LA DEMANDA

Detalle	Conjuntos
Potenciales	35000
Mayoristas	211000
TOTAL	246000

Fuente: La Encuesta
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 37

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Año	Conjuntos
(1) 2012	265948
(2) 2013	287513
(3) 2014	310828
(4) 2015	336033
(5) 2016	363282

Elaborado por: La Autora

3.8 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Los datos que se representan a continuación son determinados a través de la diferencia entre la proyección de la demanda y oferta.

Cuadro N° 38

DEMANDA INSATISFECHA

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha en Conjuntos
(1) 2012	217000	265948	48948
(2) 2013	235445	287513	52068
(3) 2014	255457	310828	55370
(4) 2015	277171	336033	58861
(5) 2016	300731	363282	62551

Elaborado por: La Autora

3.9 Análisis y Proyección de los Precios del Estampado en Directo

Para la determinación de la tasa de crecimiento de los precios del estampado se tomó en cuenta la tasa de inflación del año 2011 que es el 5,41%, a partir de los datos arrojados de la encuesta de los productores que brindan el servicio de estampado.

Cuadro N°39

PRECIOS DEL ESTAMPADO

Precios	Precio
2011	1,75

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 40

PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL ESTAMPADO

Año	Valor
(1) 2012	1,8
(2) 2013	1,9
(3) 2014	2,0
(4) 2015	2,2
(5) 2016	2,3

Elaborado por: La Autora

3.10 Análisis de la Comercialización

Según los datos arrojados por el estudio de mercado, se determinó que las prendas de vestir con estampado directo se ofertará a los consumidores de la clase media y media alta, por medio de:

- Comerciantes
- Consumidor Final

Comerciante – Consumidor final

En el cual consiste en que la distribución directa será desde la microempresa hacia el consumidor final los cuales son los clientes potenciales y mayoristas esto se realizará a través del contacto directo con el cliente siendo esta un

mecanismo para que la unidad micro empresarial LA MARKA pueda posicionarse mas en el mercado local.

GRÁFICO N° 30

Canales de Distribución



3.10.1 Estrategia Publicidad

La propuesta publicitaria como estrategia para llegar al cliente será a través de la publicidad; debido a que se informa, persuade e incita la compra de ropa estampada en directo en sus diferentes diseños y texturas, por lo que es muy importante que exista este medio de publicidad para promocionar a la unidad micro empresarial y sus estampados

3.10.2 Publicidad

La publicidad será a través de volantes, que es la mas efectiva, ya que las encuestas ratifican este argumento, porque la ciudadanía en algún momento

de su vida está pendiente de la publicidad, que mantienen las diferentes empresas, y es el medio que tiene mayor cobertura local, regional y nacional.

3.10.3 Promoción

Incluye actividades como promociones por fiestas de Ibarra, Atuntaqui día del niño o fechas Navideñas con rebajas, entre otras las cuales atraen la atención de los compradores y comerciantes de este tipo de producto que se ofrece.

El éxito de las ventas depende fundamentalmente de la clase de relación interpersonal entre el vendedor y el comprador, se debe aplicar una técnica de ventas adecuadas para lograr un efecto multiplicador en el prestigio de la unidad micro empresarial LA MARKA

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

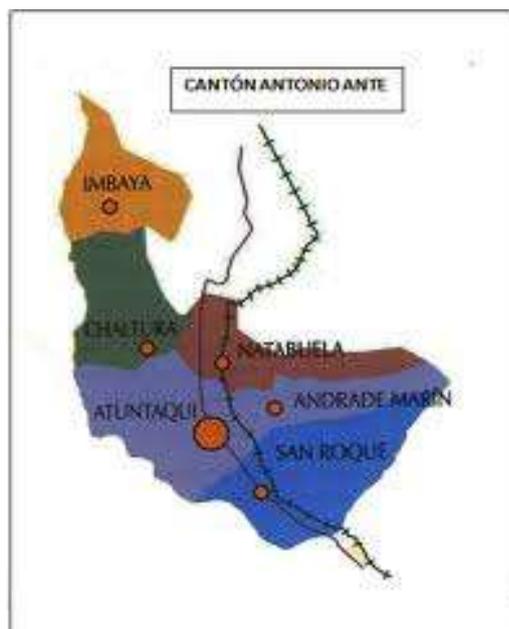
4.1 Localización del proyecto

Se describe la macro localización, micro localización, donde se desarrollará el proyecto de factibilidad, el cual ya tiene locación en la ciudad de Atuntaqui, enfatizando la factibilidad del proyecto de implantación del departamento de estampado directo en la unidad micro empresarial LA MARKA.

4.1.1 Macro localización

La unidad micro empresarial se encuentra macro localizada en la Provincia de Imbabura, Cantón Atuntaqui, Barrio Central de la ciudad, el cual esta en el casco urbano.

GRÁFICO N°: 30
UBICACIÓN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE



4.1.2 Micro localización

Los propietarios disponen de un terreno de 42,5 m², favorable para implementar el departamento de estampado en directo. Este bien inmueble está ubicado en el Barrio Central Bolívar entre General Enríquez y Río Amazonas, en el lugar exacto donde se concentra el comercio textilero de la ciudad, área urbana, el cual posee todos los servicios básicos, vías en buen estado, transporte a disponibilidad y el impacto que la unidad quiere tener a futuro es la expansión a otras ciudades de la provincia.

GRÁFICO N°: 31

Ubicación de la Unidad Micro empresarial LA MARKA



Elaborado por: La Autora

4.2 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño óptimo que se requiere para la implementación de la unidad micro empresarial, se consideró trascendentales factores como:

4.2.1 Tecnología

La maquinaria que se utilizará para equipar la unidad, estará en función a la accesibilidad de la tecnología dentro del mercado nacional, por lo tanto mantener un mantenimiento constante a dicha maquinaria. Se utilizará los pulpos de 6 brazos y los ventiladores industriales.

CUADRO N°: 41

TECNOLOGÍA

Detalle	Cantidad
Pulpo para estampar de 6 brazos	2
Ventiladores Industriales	2

Elaborado por: La Autora

4.2.2 Talento Humano

En lo que se refiere al talento humano, existe personal calificado para desempeñar los cargos en las diferentes áreas de la misma (producción, administración y ventas). Para la implementación del departamento de estampado se contará con el personal idóneo para este trabajo, el cual estará sujeto a su remuneración y lo que estipula en la ley del país.

CUADRO N°:42

TALENTO HUMANO

Detalle	Cantidad
Estampador	2
Diseñador Grafico	1
TOTAL	3

Elaborado por: La Autora

4.2.3 Fuente de Materia Prima

Existe la disponibilidad de materia prima para los estampados de las prendas para niños-as, luego de estudiar varias proformas de distribuidores se toma la decisión de trabajar con Santiago Sceen

Una de las razones por la que se ha decidido trabajar con esta empresa es el plazo de pago que ofrece su propietario el Sr. Santiago Mejía, y a su vez la entrega del insumo en la propia unidad micro-empresarial LA MARKA.

4.2.4 Espacio Físico

A través de la investigación realizada en las instalaciones de la unidad micro empresarial LA MARKA, se pudo determinar que la unidad micro empresarial actualmente no cuenca con el espacio físico para el área de estampado por lo que la unidad micro-empresarial deberá adquirir el bien.

CUADRO N°: 43
ESPACIO FÍSICO

Detalle	Cantidad
Área de Estampado	42,5 m ²

Elaborado por: La Autora

4.2.5 Determinación de la Capacidad de Producción

En la actualidad la unidad micro empresarial pretende llegar a satisfacer las necesidades de sus clientes en un 100% con el nuevo servicio de estampado en directo. Par determinar la capacidad de producción que debe tener este departamento se comparó la producción que tendrá la maquinaria que se pretende adquirir con la producción en prendas que tiene la unidad micro-empresarial LA MARKA, Laura Solano jefe de producción de la unidad menciona que se producen un promedio

de 4500 conjuntos mensuales, mientras que el Sr Santiago Mejía menciona que la maquinaria que se desea comprar realiza estampados de 6 colores en un promedio de 90 prendas diarias, trabajando a un 100%.

CUADRO N°: 44
CAPACIDAD PRODUCTIVA

Detalle	Producción diaria	Producción Mensual	Producción Anual
ESTAMPADO	90	2700	32400

Elaborado por: La Autora

Según el cuadro comparativo, los 2 pulpos lograrían cubrir la producción total de la unidad micro empresarial.

4.3 Ingeniería del Proyecto

La distribución de las instalaciones, divide al terreno, en sus diferentes departamentos, el cual tendrán una secuencia lógica con el objetivo de brindar tanto al cliente como al trabajador, coordinación en las múltiples actividades de la entidad. Cabe señalar que la infraestructura para el departamento de estampado es nueva y se adquirirá el terreno para implantarlo.

4.3.1 Área Administrativa

El área administrativa ya esta conformada dentro de la unidad micro empresarial LA MARKA. Que se encuentra en la parte del frontal de la entidad.

4.3.2 Planta de Producción

La planta de producción está ubicada tras el área de administrativa y su distribución es la siguiente:

- Ventas
- Control de calidad y bodega
- Diseño
- Corte
- Producción

4.3.3 Área de Comercialización y Ventas

El almacén para vender la mercadería está ubicada en la parte frontal justo delante del área administrativa, por lo tanto se encuentra a la vista de los clientes.

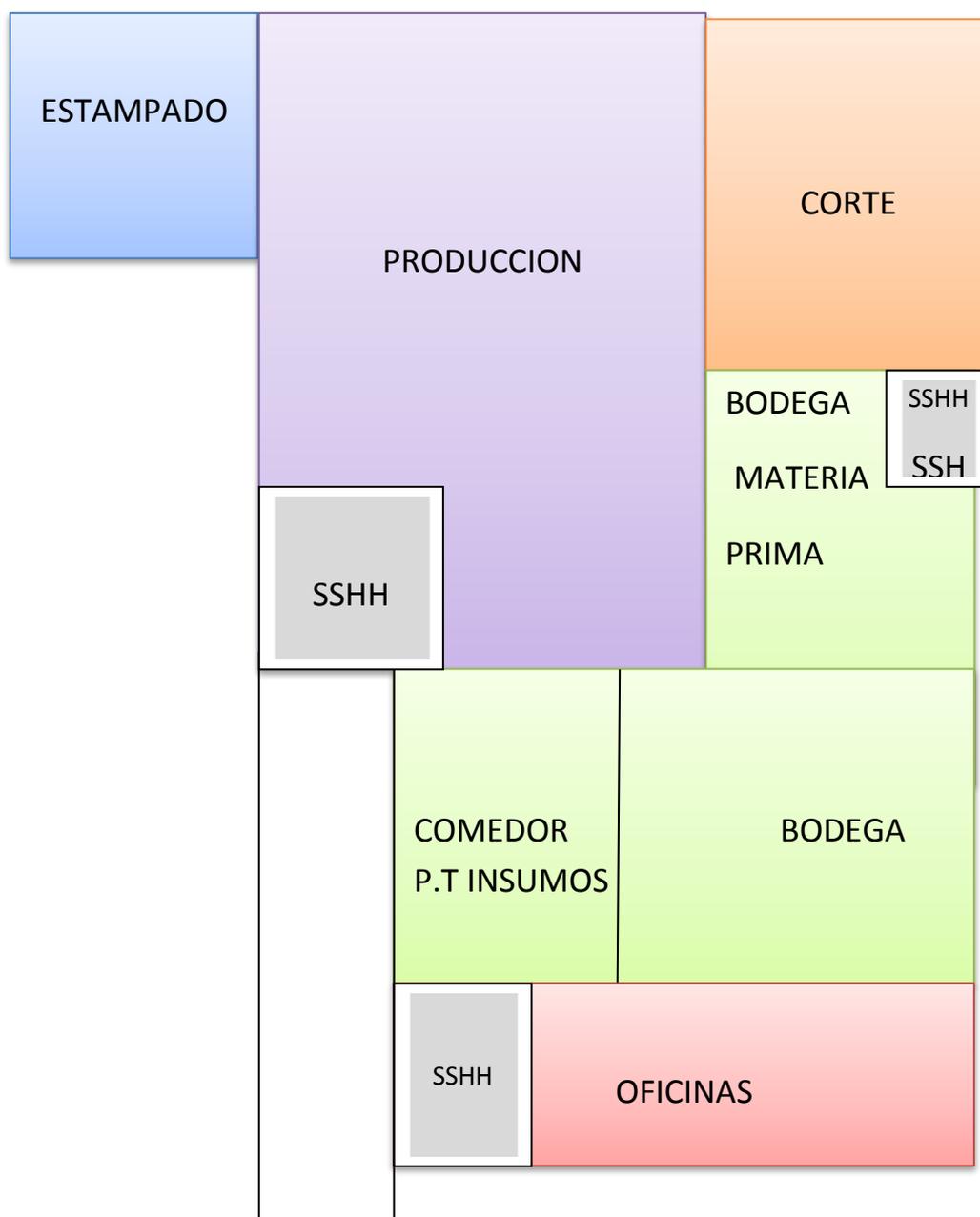
4.3.4 Diseño del área

El proyecto se basa en normas y técnicas de construcción del departamento de estampado, por lo que, se recomienda el técnico en este tipo de construcciones, ya que esta obra será ejecutada en hormigos armado, mampostería de bloque. El diseño del departamento estará en función de la actividad designada, tomando en cuenta las suficientes adecuaciones propias para el desarrollo normal de sus actividades, como es el caso de una buena ventilación e iluminación, además de conservar el orden y la comodidad.

Es importante indicar las diferentes áreas con las que cuenta y contara la unidad micro empresarial LA MARKA, para lo cual, a continuación se indica las instalaciones que complementara el proyecto.

GRÁFICO N°:33

PLANO DE INSTALACIONES Y DISEÑO DE LA PLANTA



Fuente: Arq. Fernando Jácome DIRECTOR DE PLANIFICACION DEL MUNICIPIO DE ANTONIO ANTE

4.4 Diagrama de Proceso

El proceso para elaborar un estampado en una prenda de vestir tiene una serie de pasos, con el fin de tener un acabado y una buena presentación ante los ojos de los clientes, según los siguientes pasos:

- Selección y compra de materia prima e insumos para los estampados.
- Almacenamiento de materiales e insumos
- Diseño de los estampados y separación de colores del estampado (dibujos)
- Revelado
- Control de Calidad
- Se cuadra el diseño y se pone los colores en cada vestidor
- Se procede al estampado
- El último proceso se termina fija

4.3.5 Seguridad del Departamento

Debido a que algunos de los materiales utilizados para el estampado implican un cierto riesgo, siempre se debe solicitar a los proveedores, al momento de adquirir un producto, las instrucciones de uso, almacenamiento, grado de toxicidad y o inflamabilidad, clase de corrosivo (oxidante, alcalino o ácido) y las correspondientes medidas de primeros auxilios en caso de ingestión, aspiración o quemadura. Además que el departamento debe disponer de mínimos elementos de protección, estos de acuerdo al grado de riesgo de los materiales.

4.3.5.1 Elementos de protección.

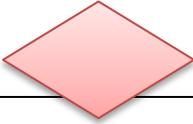
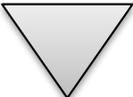
- Extinguidor de fuego tipo A-B-C para materiales combustibles, inflamables y cortocircuitos
- Máscara respiratoria con filtros para vapores orgánicos (solventes).
- Guantes sintéticos resistentes a solventes y productos químicos corrosivos.
- Gafas o protectores faciales al trabajar con removedores corrosivos.
- Envase con ácido acético diluido al 4% para detener quemaduras con productos corrosivos

- Vestuario de trabajo adecuado.
- Extractor de aire o sistema de renovación del aire.

4.3.6 Simbología del Flujoograma de Procesos

Es necesario estructurar un flujoograma para visualizar, analizar y comprender el proceso de estampado en directo. La siguiente simbología se utilizara para su elaboración:

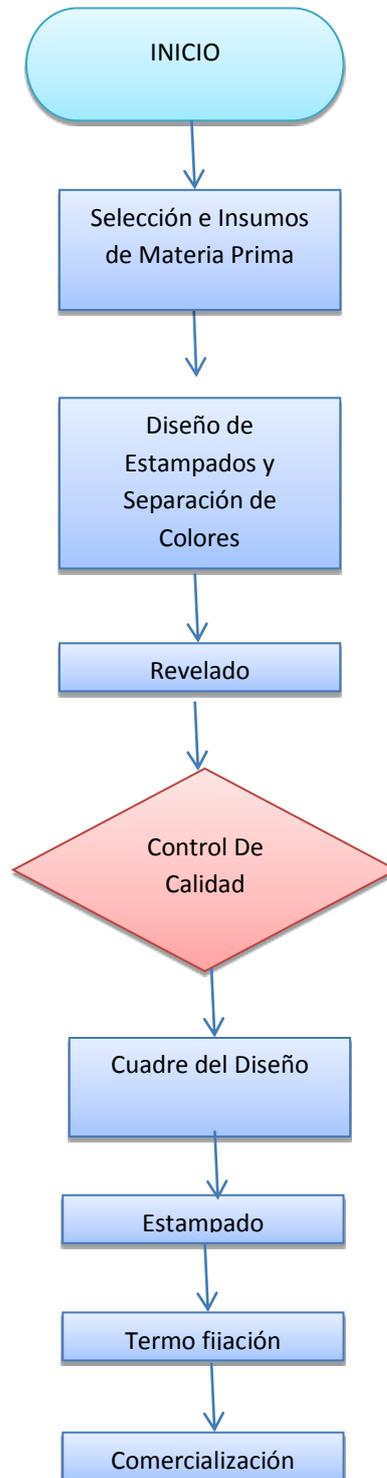
Cuadro N°45
SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA

Simbología	Significado
	Inicio o fin de proceso
	Decisión
	Proceso
	Verificación
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Conector

Fuente: Plan de Seguridad Industrial LA MARKA
Elaborado por: La Autora

A continuación se elaborar el diagrama del proceso de estampado con la cual completara el proceso de la prenda de vestir.

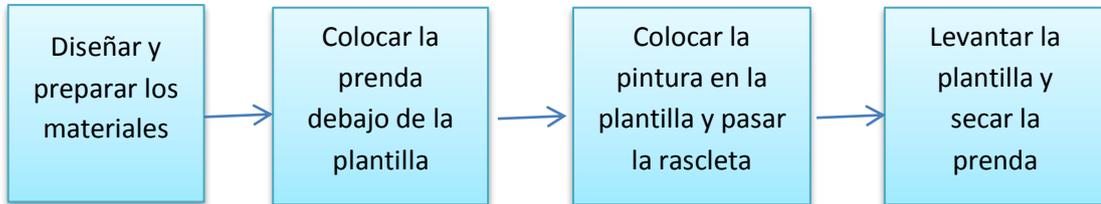
GRÁFICO N°34
FLUJOGRAMA



Fuente: Reglamento Interno
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°:3

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ESTAMPADO EN LAS CONJUNTOS PARA NIÑOS-AS



Elaborado por: La Autora

4.4 Inversiones Requeridas

Este factor es muy importante por cuanto, la disponibilidad de recursos económicos, tecnológicos y talento humano son esenciales para el cumplimiento de un proyecto de inversión.

4.4.1 Inversiones y su Financiamiento

4.4.1.1 Inversiones Fijas

a) Terreno

Para la ejecución del siguiente proyecto se cuenta con un terreno donde se encontrará instalada el departamento de estampado es de 42,5m², avaluado en 6375,00 dólares siendo cada m² a 160,00 dólares.

b) Maquinaria

Para el normal desenvolvimiento de las diversas actividades de la unidad micro empresarial se necesitará de equipos detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro N°:46

MÁQUINARIA

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pulpo 6 brazos	2	2000,00	4000,00
Ventilador Industrial	2	1832,00	3664,00
Total			7664,00

Elaborado por: La Autora

c) Muebles y Enseres

Es necesario que el nuevo departamento tenga el mobiliario y equipo de oficina necesario, el cual costará de:

Cuadro N°:47

MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	850	1700,00
Sillas para escritorio	2	65	130,00
Sillas de espera	2	30	60,00
Armadores	3000	0,4	1200,00
Mesa de patronaje y corte	1	500	500,00
Mesa de control de calidad y acabados	1	210	210,00
Total			3800,00

ELABORADO POR: La Autora

d) Equipo de Computación

Se adquirirá un equipo de computación, el mismo que debido a su depreciación será necesario renovarlo al término de tres años

Cuadro N°: 48

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	1	750,00	750,00
Impresora	1	280,00	280,00
Total			1030,00

ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.2 Inversión Variable o Capital de Trabajo

El siguiente cuadro representa el capital de trabajo inversión variable del proyecto en los 2 primeros meses de funcionamiento del departamento de estampado con un valor 57935,59dólares.

Cuadro N°:49

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO (PARA 2 MESES)		319491,84	53248,64
COSTOS DE OPERACIÓN	262467,68		
GASTOS DE ADMINITRACION	35013,40		
GASTOS DE VENTA	7974,00		
GASTO FINANCIERO	14036,76		
TOTAL INVERSION			75892,64

ELABORADO POR: La Autora

Para el cálculo del Capital de Trabajo se considera un valor que cubrirá dos meses de operación, por tanto se realiza el siguiente cálculo:

$$CTM = \frac{CTA}{12 m} \times 2m \quad CTM = \frac{319491,84}{12} \times 2$$
$$CTM = 53248,64$$

Entonces el capital de trabajo para dos meses de operación que utilizará la unidad micro empresarial es de \$ 53248,64

4.4.1.3 Inversión Diferida

La inversión diferida está constituida por los gastos e inversiones necesarias para implementar el departamento de estampado, igualmente constan los gastos que demandan los estudios de elaboración del proyecto de factibilidad: los cuales se amortizarán en dos años.

Cuadro N°:50

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Detalle	Valor Total
Estudios y diseños	2500
Permisos de Funcionamiento	850
Total	3350

ELABORADO POR: La Autora

4.4.2 Resumen de Inversiones Fijas, Variables y Diferidas

El siguiente cuadro muestra la inversión total que se requiere para la implementación del departamento de estampado en directo, la cual; asciende a \$75892,64 dólares.

Cuadro N°:51

INVERSIÓN

Detalle	Valor Total
Inversión Fija	19294,00
Inversión Diferida	3350,00
Capital de Trabajo	53248,64
Total	75892,64

ELABORADO POR: La Autora

4.4.3 Inversión y su Financiamiento

Para la ejecución del proyecto es necesario contar con el recurso económico necesario en una inversión propia desembolsada por los dueños de la unidad micro empresarial LA MARKA y la diferencia se obtendrá mediante un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 10,20 %. Las fuentes de financiamiento son las siguientes:

Cuadro N°:52

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Propia	25892,64	34,00%
Inversión Financiada	50000,00	66,00%
Total	75892,64	100,00%

ELABORADO POR: La Autora

CAPITULO V

5 EVALUACION FINANCIERA

En este segmento se estudia la factibilidad de implementación del departamento de estampado en directo en la unidad micro empresarial LA MARKA, con respecto a los ingresos y egresos que presente la puesta en marcha del presente proyecto.

5.1 Determinación de los Ingresos

Para proyectar los ingresos, se realizó la debida operación entre la cantidad proyectada de estampados y los precios al por mayor y menor obtenidos de la unidad micro empresarial LA MARKA

Considerando que la producción anual de la Unidad en prendas de vestir es de 54000 conjuntos, y según los propietarios afirman que el 60% que es 32400 conjuntos, se pretende estampar y los 40% restantes formarán parte de otro proceso.

Cuadro N°:53

PRODUCCION PRENDAS LA MARKA

Detalle	Producción diaria	Producción Mensual	Producción Anual
PRENDAS DE VESTIR	150	4500	54000

ELABORADO POR: La Autora

Los propietarios consideran que el 60% de la producción de conjuntos con estampado que es el 19440, se comercializarán al por mayor, mientras que al por menor es el 40% que representa 12960 conjuntos estampados.

Cuadro N°:54
INGRESOS AL POR MAYOR Y MENOR

INGRESOS AL POR MAYOR					
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016
Cantidad	19440	19695	19950	20205	20460
Precio	10,46	11,02	11,62	12,25	12,91
Subtotal	203308,75	217118,89	231828,24	247493,68	264175,60
INGRESOS AL POR MENOR					
Cantidad	12960	13130	13300	13470	13640
Precio	12,07	12,72	13,41	14,13	14,90
Subtotal	156391,35	167014,53	178329,42	190379,75	203212,00
TOTAL	359700,10	384133,42	410157,66	437873,43	467387,59

ELABORADO POR: La Autora

5.2 Determinación de los Egresos

5.2.1 Costos de Producción

5.2.1.1 Materia Prima

Para la elaboración de los estampados en 6 colores se necesita de materia prima; que a continuación de detalla:

La unidad de medida para la pintura para el proceso del estampado es en kg.

Para una prenda en 6 colores se necesita 0,0248 kg para 32400 conjuntos al año, entonces:

$32400 * 0,0248$ kg nos da la cantidad de pintura para todas las prendas que son 803.52 kg de pintura, además para los siguientes años se utilizara en un promedio de 250,4 kg mas para cada año según el especialista en el proceso del estampado.

Para el cálculo de materia prima en la emulsión requerida se realizó a través del conocimiento de los expertos en el área del estampado, sobre el rendimiento de los distintos materiales. A continuación se detalla el rendimiento de los material es

Cuadro N°:55**PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA**

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Pintura kg	803,52	1053,92	1304,32	1554,72	1805,12
Precio	6,99	7,37	7,77	8,19	8,63
Subtotal	5616,60	7765,45	10130,36	12728,43	15577,96
Emulsión Kg	25920,00	26122,70	26325,40	26528,10	26730,80
Precio	8,98	9,47	9,98	10,52	11,09
Subtotal	232761,6	247272,72	262672,70	279015,24	296357,24
TOTAL	238378,20	255038,17	272803,06	291743,67	311935,20

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:56**PROYECCION PRECIO DE LA MATERIA PRIMA**

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Pintura	6,99	7,37	7,77	8,19	8,63
Emulsión	8,98	9,47	9,98	10,52	11,09
TOTAL	6,99	7,37	7,77	8,19	8,63

ELABORADO POR: La Autora

5.2.1.2 Mano de Obra

Este rubro está compuesto por los sueldos, beneficios sociales, fondos de reserva de las personas que trabajan directamente en la producción de estampados en las prendas.

Cuadro N°:57**SALARIO BASICO UNIFICADO**

Años	Salario Básico Unificado	Variación Anual
2006	160	
2007	170	6,25
2008	200	17,65
2009	218	9,00
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
I		10,60

ELABORADO POR: La Autora

El sueldo básico unificado del personal del departamento de estampado será de 2 estampadores será de \$ 292,00 dólares y del diseñador con un sueldo de \$ 850,00 dólares.

Cuadro N°:58

SALARIO BASICO UNIFICADO DE LA MANO DE OBRA DEL ESTAMPADO

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Estampador	292,00	322,95	357,18	395,05	436,92
Diseñador	850,00	940,10	1039,75	1149,96	1271,86
Total mensual	1142,00	1263,05	1396,94	1545,01	1708,78
Total anual	13704,00	15156,62	16763,23	18540,13	20505,38

ELABORADO POR La Autora

Cuadro N°: 59

PROYECCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
SBU	13704,00	15156,62	16763,23	18540,13	20505,38
Aporte patronal 12.15%	1665,04	1841,53	2036,73	2252,63	2491,40
Fondos de reserva	0,00	1263,05	1396,94	1545,01	1708,78
Decimo tercero	1142,00	1263,05	1396,94	1545,01	1708,78
Decimo cuarto	1142,00	1263,05	1396,94	1545,01	1708,78
TOTAL	17653,04	20787,31	22990,76	25427,79	28123,13

ELABORADO POR: La Autora

5.2.1.3 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos Indirectos de Fabricación están compuestos por todos los insumos o materiales indirectos de producción, tomando en cuenta que se estima la proyección con una tasa de crecimiento del 5,41% que es la inflación del año 2011

Cuadro N°:60

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Bastidores	306,00	322,55	340,00	358,40	377,79
Malla en mtrs	468,00	493,32	520,01	548,14	577,79
Racletas	1801,44	1898,90	2001,63	2109,92	2224,06
Energía Eléctrica	720,00	758,95	800,01	2109,92	2224,06
Gas Industrial	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Mascarillas	960,00	1011,94	1066,68	1124,39	1185,22
Envases	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Adhesivo	225,00	237,17	250,00	263,53	277,79
Focos	36,00	37,95	40,00	42,16	44,45
Gafas	960,00	1011,94	1066,68	1124,39	1185,22
Gasolina	1440,00	1517,90	1600,02	1686,58	1777,83
Tiñer	1200,00	1264,92	1333,35	1405,49	1481,52
Escarcha	3000,00	3162,30	3333,38	3513,72	3703,81
Total	6436,44	6784,65	7151,70	8805,23	9281,60

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:61

DEPRECIACIÓN ANUAL DE MAQUINARIA

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	deprec. Anual
Pulpos 6 brazos	10%	2000,00	400,00
Ventiladores Industriales	10%	1832,00	366,40
Mesa de revelado	10%	500,00	50,00
TOTAL DEPRESIACION MAQUINARIA			816,40

ELABORADO POR: La Autora

5.2.1.4 Costo del estampado

Para el costo del estampado se consideró todos los gastos en Mano de Obra, materia prima, costo de la prenda y los CIF, a continuación se presentara el costo del estampado anual para la unidad micro empresarial.

Cuadro N°:62
COSTO DEL ESTAMPADO

Detalle Departamentos	Mano de Obra	Materia Prima	CIF	Total
DEPARTAMENTO DISEÑO	7.979,00	247,50		8.226,50
DEPARTAMENTO DE ESTAMPADO	15.958,00	238.378,20	12.509,64	266.845,84
Costo diario	797,90	8.033,99	416,99	9.248,88
Costo mensual	1.500,00	19.965,28	1.042,47	22.507,75
Costo Anual	23.937,00	238.625,70	12.509,64	275.072,34
Costo Producto Terminado	0,74	0,62385	0,03	1,39

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:63

PRECIO DE LA PRENDA AL POR MAYOR CON ESTAMPADO

Año Base	Prenda	Estampado	Utilidad 30%	Precio de Venta
2011	6,65	1,39	2,41	10,46

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:64

PROYECCION DEL PRECIO DE LA PRENDA AL POR MAYOR CON ESTAMPADO

Año Base 2011	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
10,46	11,02	11,62	12,25	12,91	13,61

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:65

PRECIO DE LA PRENDA AL POR MENOR CON ESTAMPADO

Año Base	Prenda	Estampado	Utilidad 30%	Precio de Venta
2011	6,65	1,39	4,02	12,07

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:66

PROYECCION DEL PRECIO DE LA PRENDA AL POR MENOR CON ESTAMPADO

(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
12,47	12,72	13,41	14,13	14,90

ELABORADO POR: La Autora

5.2.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos representan a los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo.

5.2.2.1 Sueldos al Personal Administrativo

Cuadro N°:67

SALARIO BASICO UNIFICADO PERSONAL ADMINISTRATIVO

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Gerente	950,00	1050,70	1162,07	1285,25	1421,49
Contador	700,00	774,20	856,27	947,03	1047,41
Secretaria	350,00	387,10	428,13	473,51	523,71
Total mensual	2000,00	2212,00	2446,47	2705,80	2992,61
Total anual	24000,00	26544,00	29357,66	32469,58	35911,35

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:68

GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
SBU	24000,00	26544,00	29357,66	32469,58	35911,35
Aporte patronal 12,15%	2916,00	3225,10	3566,96	3945,05	4363,23
Fondos de reserva	0,00	2212,00	2446,47	2705,80	2992,61
Decimo tercero	2000,00	2212,00	2446,47	2705,80	2992,61
Decimo cuarto	2000,00	2212,00	2446,47	2705,80	2992,61
TOTAL	30916,00	36405,10	40264,04	44532,02	49252,42

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:69**GASTO GENERALES DE ADMINISTRACIÓN**

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Precio kw	0,08	0,08	0,084	0,089	0,094
Cantidad kw	1600	1600	1600	1600	1600
Total Energía Eléctrica	128,00	128,00	134,92	142,22	149,92
Precio m3	0,32	0,32	0,337	0,356	0,375
Cantidad m3	420	420	420	420	420
Total Agua	134,40	134,40	141,67	149,34	157,41
Precio minuto	0,10	0,100	0,105	0,111	0,117
Cantidad minutos	21600	21600	21600	21600	21600
Total Teléfono Celular	2160,00	2160,00	2276,86	2400,03	2529,88
TOTAL	2422,40	2422,40	2553,45	2691,59	2837,21

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:70**RESUMEN DEL GASTO DE ADMINISTRACIÓN**

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Personal Administrativo	30916,00	36405,10	40264,04	44532,02	49252,42
Gastos Generales de Administración	2422,40	2422,40	2553,45	2691,59	2837,21
Amortización del Activo Diferido	1675,00	1675,00			
TOTAL ANUAL	35013,40	40502,50	42817,49	47223,62	52089,63

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:71**DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO**

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	deprec. Anual
Escritorio	10%	250,00	25,00
Silla para contador	10%	48,00	4,80
Silla de espera	10%	30,00	3,00
Computadora	33%	750,00	247,50
Impresora Multifunción	33%	280,00	92,40
TOTAL DEPRESIACION ADMINISTRATIVO			372,70

ELABORADO POR: La Autora

La vida útil de un computador es de 3 años, por lo que en el año 2015 deberá adquirir un nuevo equipo. El precio de compra tiene un incremento del 5,41% anual de acuerdo a la tasa de inflación: siendo la depreciación para el cuarto y quinto año lo siguiente:

Cuadro N°:72

DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	deprec. Anual
Computadora	33%	790,575	260,89
Impresora Multifunción	33%	295,148	97,40
Total			358,29

ELABORADO POR: La Autora

5.2.3 Gastos de Ventas

Los Gastos de Venta están conformados por los sueldos y beneficios sociales de las personas encargadas en la comercialización de los productos que ofrece LA MARKA

5.2.3.1 Sueldos al Personal de Ventas

Cuadro N°:73

SALARIO BASICO UNIFICADO PERSONAL DE VENTAS

Detalle	Año Base	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Personal de Venta 1	300,00	331,80	366,97	405,87	448,89	496,47
Personal de Venta 2	300,00	331,80	366,97	405,87	448,89	496,47
Total mensual	600,00	663,60	733,94	811,74	897,78	992,95
TOTAL ANUAL	7200,00	7963,20	8807,30	9740,87	10773,41	11915,39

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:74

GASTO PERSONAL DE VENTAS

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
SBU	7200,00	7963,20	8807,30	9740,87	10773,41
Aporte patronal 9.35%	874,80	967,53	1070,09	1183,52	1308,97
Fondos de reserva	0,00	663,60	733,94	811,74	897,78
Decimo tercero	600,00	663,60	733,94	811,74	897,78
Decimo cuarto	600,00	663,60	733,94	811,74	897,78
TOTAL	9274,80	10921,53	12079,21	13359,61	14775,73

ELABORADO POR: La Autora

Por lo tanto se contratará para realizar el Spot (Efectos, sonido e imagen) de 20" con un paquete de 30 spots en la programación AAA, el cual pasara por la TV los días laborables que corresponden Lunes, Miércoles y Viernes en la mañana y noche

Cuadro N°:75

GASTO GENERALES DE VENTAS

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Precio Paquete Spot de 20"	22,15	23,35	24,61	25,94	27,35
Cantidad de Spots	360	360	360	360	360
TOTAL ANUAL	7974,00	8405,39	8860,13	9339,46	9844,72

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:76

RESUMEN DEL GASTO DE VENTAS

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Personal de Venta	9574,80	11253,33	12446,18	13765,48	15224,62
Publicidad	7974,00	8405,39	8860,13	9339,46	9844,72
TOTAL ANUAL	17548,80	19658,72	21306,31	23104,93	25069,34

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N°:77

DEPRECIACIÓN ANUAL VENTAS

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	deprec. Anual
Computador	33%	750,00	247,50
Escritorio vendedor	10%	250,00	25,00
Silla ventas	10%	30,00	3,00
TOTAL DEPRESIACION VENTAS			275,50

ELABORADO POR: La Autora

La vida útil de un computador es de 3 años, por lo que en el año 2015 deberá adquirir un nuevo equipo. El precio de compra tiene un incremento del 5,41% anual de acuerdo a la tasa de inflación: siendo la depreciación para el cuarto y quinto año lo siguiente:

Cuadro N°:78

DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	% Deprec.	Valor a deprec.	deprec. Anual
Computadora	33%	790,575	260,89
Total			260,89

ELABORADO POR La Autora

5.3 Amortización del Préstamo

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito de \$ 50000,00 dólares, en la Corporación Nacional Financiera en un plazo de 5 años; con una tasa de interés del 10,20% detallado en la siguiente tabla:

Cuadro N°:79

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital 50.000,00 dato tasa anual 10,2% tasa anual
 Periodos 60 en meses 12
 Tasa 0,009 dato dividido para 12 0,009
 cuota mensual 1.067

PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL	CUOTA MENSUAL
1	50.000,00	425,00	642,28	49.357,72	1.067,28
2	49.357,72	419,54	647,74	48.709,98	1.067,28
3	48.709,98	414,03	653,24	48.056,74	1.067,28
4	48.056,74	408,48	658,80	47.397,94	1.067,28
5	47.397,94	402,88	664,40	46.733,54	1.067,28
6	46.733,54	397,24	670,04	46.063,50	1.067,28
7	46.063,50	391,54	675,74	45.387,76	1.067,28
8	45.387,76	385,80	681,48	44.706,28	1.067,28
9	44.706,28	380,00	687,28	44.019,00	1.067,28
10	44.019,00	374,16	693,12	43.325,88	1.067,28
11	43.325,88	368,27	699,01	42.626,87	1.067,28
12	42.626,87	362,33	704,95	41.921,92	1.067,28
13	41.921,92	356,34	710,94	41.210,98	1.067,28
14	41.210,98	350,29	716,99	40.493,99	1.067,28
15	40.493,99	344,20	723,08	39.770,91	1.067,28
16	39.770,91	338,05	729,23	39.041,69	1.067,28
17	39.041,69	331,85	735,42	38.306,26	1.067,28
18	38.306,26	325,60	741,68	37.564,59	1.067,28
19	37.564,59	319,30	747,98	36.816,60	1.067,28
20	36.816,60	312,94	754,34	36.062,27	1.067,28
21	36.062,27	306,53	760,75	35.301,52	1.067,28
22	35.301,52	300,06	767,22	34.534,30	1.067,28
23	34.534,30	293,54	773,74	33.760,56	1.067,28

24	33.760,56	286,96	780,31	32.980,25	1.067,28
25	32.980,25	280,33	786,95	32.193,30	1.067,28
26	32.193,30	273,64	793,64	31.399,66	1.067,28
27	31.399,66	266,90	800,38	30.599,28	1.067,28
28	30.599,28	260,09	807,19	29.792,10	1.067,28
29	29.792,10	253,23	814,05	28.978,05	1.067,28
30	28.978,05	246,31	820,97	28.157,08	1.067,28
31	28.157,08	239,34	827,94	27.329,14	1.067,28
32	27.329,14	232,30	834,98	26.494,16	1.067,28
33	26.494,16	225,20	842,08	25.652,08	1.067,28
34	25.652,08	218,04	849,24	24.802,84	1.067,28
35	24.802,84	210,82	856,46	23.946,39	1.067,28
36	23.946,39	203,54	863,74	23.082,65	1.067,28
37	23.082,65	196,20	871,08	22.211,58	1.067,28
38	22.211,58	188,80	878,48	21.333,10	1.067,28
39	21.333,10	181,33	885,95	20.447,15	1.067,28
40	20.447,15	173,80	893,48	19.553,67	1.067,28
41	19.553,67	166,21	901,07	18.652,60	1.067,28
42	18.652,60	158,55	908,73	17.743,86	1.067,28
43	17.743,86	150,82	916,46	16.827,41	1.067,28
44	16.827,41	143,03	924,25	15.903,16	1.067,28
45	15.903,16	135,18	932,10	14.971,06	1.067,28
46	14.971,06	127,25	940,03	14.031,03	1.067,28
47	14.031,03	119,26	948,02	13.083,02	1.067,28
48	13.083,02	111,21	956,07	12.126,94	1.067,28
49	12.126,94	103,08	964,20	11.162,74	1.067,28
50	11.162,74	94,88	972,40	10.190,35	1.067,28
51	10.190,35	86,62	980,66	9.209,69	1.067,28
52	9.209,69	78,28	989,00	8.220,69	1.067,28
53	8.220,69	69,88	997,40	7.223,29	1.067,28
54	7.223,29	61,40	1.005,88	6.217,40	1.067,28
55	6.217,40	52,85	1.014,43	5.202,97	1.067,28
56	5.202,97	44,23	1.023,05	4.179,92	1.067,28
57	4.179,92	35,53	1.031,75	3.148,17	1.067,28
58	3.148,17	26,76	1.040,52	2.107,65	1.067,28
59	2.107,65	17,92	1.049,36	1.058,28	1.067,28
60	1.058,28	9,00	1.058,28	(0,00)	1.067,28

Fuente: CFN
ELABORADO POR: La Autora

5.4 Balance General

Cuadro N°:80
UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA
Estado de Situación Inicial

Activo Corriente	<u>53248,64</u>	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		53248,64
Activo Fijo		
Terreno	6800,00	
Muebles y Enseres	3800,00	
Equipo de Computacion	<u>1030,00</u>	
Mauinaria	7664,00	
TOTAL ACTIVO FIJO		19294,00
Activo Diferido		
Permisos de Funcionamiento	2500,00	
Valor de Estudios y Diseños	<u>850,00</u>	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		<u>3350,00</u>
TOTAL ACTIVOS		<u><u>75892,64</u></u>
PASIVOS		
Prestamo Bancario a Largo Plazo	<u>50000</u>	
TOTAL PASIVO		50000
PATRIMONIO		
Capital Social	<u>25892,64</u>	
TOTAL PATRIMONIO		<u>25892,64</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u><u>75892,64</u></u>

ELABORADO POR: La Autora

5.5 Estado de Resultados Projectados

Cuadro N°:81
ESTADO DE RESULTADOS

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
INGRESOS					
Prendas estampadas	359700,10	384133,42	410157,66	437873,43	467387,59
TOTAL INGRESOS	359700,10	384133,42	410157,66	437873,43	467387,59
EGRESOS					
(-) COSTO DE OPERACIÓN	262467,68	282610,14	302945,53	325976,69	349339,93
Mano de Obra	17653,04	20787,31	22990,76	25427,79	28123,13
Materia Prima	238378,20	255038,17	272803,06	291743,67	311935,20
CIF	6436,44	6784,65	7151,70	8805,23	9281,60
UTILIDAD BRUTA	97232,42	101523,29	107212,13	111896,74	118047,67
(-) Gastos Administrativos	35013,40	40502,50	42817,49	47223,62	52089,63
(-) Gasto de Ventas	17248,80	19326,92	20939,34	22699,07	24620,45
(-) Gasto Financiero	4729,27	3865,68	2909,76	1851,64	680,41
(-) Depreciaciones	1464,60	1464,60	1464,60	1435,58	1435,58
UTILIDAD OPERACIONAL	38776,34	36363,59	39080,95	38686,84	39221,60
(-) 15% de Participación	5816,45	5454,54	5862,14	5803,03	5883,24
Utilidad Antes de Impuestos	32959,89	30909,05	33218,80	32883,81	33338,36
(-) Impuesto a la renta	7580,78	7109,08	7308,14	7234,44	7001,06
UTILIDAD NETA	25379,12	23799,97	25910,67	25649,37	26337,31

ELABORADO POR: La Autora

5.6 Flujo de Caja Proyectado

Cuadro N°:82

FLUJO DE CAJA PROYECTADA

Detalle	0	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(5) 2016
Utilidad operacional		38776,34	36363,59	39080,95	38686,84	39221,60
Crédito	50000,00					
Capital Propio	25892,64					
(-) Reversión					1876,30	
(+) Depreciación		1464,60	1464,60	1435,58	1435,58	1435,58
(-) 15% part. Trabajadores		5816,45	5454,54	5862,14	5803,03	5883,24
(-) Impuesto a la renta		7580,78	7109,08	7308,14	7234,44	7001,06
(+) Recuperación de Venta de activos						48054,4
(+) Amortización del Activo Diferido		1675,00	1675,00			
TOTAL INVERSION	75892,64					
FLUJO NETO		28518,72	26939,57	29021,25	25208,65	75827,28

ELABORADO POR: La Autora

5.7 Evaluación Financiera

5.7.1 Determinación del Costo de Oportunidad

Cuadro N°:83

CALCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

Detalle	Estructura	% Descomposición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Financiada	50000,00	66%	10,2	6,72
Propia	25892,64	34%	5,28	1,80
TOTAL	75892,64	100%		8,52

ELABORADO POR: La Autora

CK = Costo de Oportunidad = 8,52%

Inflación 2011 = 5,41%

$$i = (1 + CK)(1 + I) - 1$$

Donde:

$$i = (1 + 0,0852)(1 + 0,0541) - 1$$

$$i = 0,1439 \quad \longrightarrow \quad \mathbf{14,39\%}$$

5.7.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN representa el valor actual neto de los beneficios por encima del costo de oportunidad del dinero, es decir la sumatoria de los valores actualizados a una tasa interna atractiva de rendimiento o lo que es lo mismo a una tasa adecuada para el inversionista del flujo neto de sus inversiones.

$$VAN = \frac{FN1}{(1+r)^1} + \frac{FN2}{(1+r)^2} + \frac{FN3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNn}{(1+r)^n}$$

Cuadro N° 84

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
		14,39 %
0	75892,64	-75892,64
1	28518,72	24930,43
2	26939,57	20586,87
3	29021,25	19387,22
4	25208,65	14721,40
5	75827,28	38710,14
SUBTOTAL		118336,07
VAN		42443,43

ELABORADO POR: La Autora

$$VAN = \sum FNA - INVERSION$$

$$VAN = 118336,07 - 75892,64$$

$$VAN = 42443,43$$

El valor actual neto es mayor a cero por lo tanto se puede afirmar la rentabilidad del proyecto durante los 5 años. Al invertir \$ 75892,64 USD se está obteniendo \$ 42443,43 USD más que la inversión realizada.

5.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Por medio de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior.

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

$$TIR = (0,1439) + (0,35 - 0,1439) \frac{42443,07}{42443,07 - (-3690,52)}$$

$$TIR = 0,3351$$

La TIR calculada es del 33,51 % y es mayor a la tasa del costo de oportunidad afirmando así, la factibilidad del proyecto

Cuadro N°85

VAN CON TASA INFERIOR

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
		14,39 %
0	75892,64	-75892,64
1	28518,72	24930,43
2	26939,57	20586,87
3	29021,25	19387,22
4	25208,65	14721,40
5	75827,28	38710,14
SUBTOTAL		118336,07
VAN		42443,43

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro N° 86

VAN CON TASA SUPERIOR

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
		35,00%
0	75892,64	-75892,64
1	28518,72	21124,98
2	26939,57	14781,66
3	29021,25	11795,46
4	25208,65	7589,52
5	75827,28	16910,51
SUBTOTAL		72202,12
VAN		-3690,52

ELABORADO POR: La Autora

5.7.4 Relación Costo – Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{\text{\$ Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{118336,07}{75892,64}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = 1,56$$

El Costo Beneficio es mayor a uno; por lo tanto se puede señalar que el proyecto es aceptable. Entonces por cada dólar invertido se recupera \$ 1,56 dólares o también por cada dólar que se obtiene un superávit de \$ 0,56 centavos de dólar

5.7.5 Relación Ingresos – Egresos

Cuadro N° 87

INGRESOS, EGRESOS ACTUALIZADOS

INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
384133,42	350088,65	335800,97	306039,78
410157,66	372704,65	313437,19	284816,09
437873,43	400078,82	292515,00	267266,86
467387,59	428211,73	272945,90	250067,90
498813,62	459729,68	254646,40	234693,89
Ingresos y Egresos Actualizados		1469345,46	1342884,52

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{1469345,46}{1342884,52}$$

$$\text{Beneficio costo} = 1,09 \text{ USD}$$

El 1,09 que resultado de la relación Ingresos y Egresos; quiere decir que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de 1,09 o también que por cada dólar se obtiene un superávit de 0,09 centavos de dólar respecto al gasto.

5.7.6 Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se determinará los costos fijos y variables.

Cuadro N° 88

PUNTO DE EQUILIBRIO

Detalle	(1) 2012	(2) 2013	(3) 2014	(4) 2015	(4) 2016
Ingresos	359.700,10	384.133,42	410.157,66	437.873,43	467.387,59
Costos Variables	262.467,68	282.610,14	302.945,53	325.976,69	349.339,93
Costos Fijos	58.456,07	65.159,70	68.131,18	73.209,90	78.826,06
Punto de Equilibrio en (dólares)	216.251,49	246.544,59	260.647,06	286.484,40	312.097,01
Punto de Equilibrio en (conjuntos con estampados)	17.894	19.946	20.856	22.410	24.130

ELABORADO POR: La Autora

1) Punto de Equilibrio en Ventas

$$(1)PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Y}}$$

$$PE = \frac{58456,07}{1 - \frac{262467,68}{359700,10}}$$

$$PE = 216251,49$$

Es la cantidad que se debe vender para no ganar ni perder

2) Punto de Equilibrio en unidades

En este punto vamos a utilizar las siguientes fórmulas para determinar el valor del estampado que se debe vender para no ganar ni perder.

$$(2) PE UN = \frac{CF}{pr - cv} \quad (3) CVu = \frac{CVT}{u}$$

En donde

CVT = Costo Variable Total de estampados

n = número de unidades producidas de estampados

Reemplazamos en (3) tenemos.

$$(3) CV = 262467,68$$

$$CVu = \frac{262467,68}{32400} = 8$$

En donde

$$\text{Costos Fijos} = 58456,07$$

$$\text{Precio de Venta} = 11,26$$

$$CVu = 8,00$$

Reemplazamos en (2) tenemos:

$$PE UN = \frac{CF}{pr - cv} PE UN = \frac{58456,07}{11,26 - 8,00} = 17894 \text{ conjuntos estampados}$$

Con el resultado obtenido indica que se debe vender alrededor de 17894 conjuntos estampados para no ganar ni perder.

5.7.7 Periodo de Recuperación de la Inversión

Este índice nos permite determinar el tiempo en la cual se recuperará el capital y la inversión que cuesta poner en marcha un proyecto para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de recuperación} = 100\% / TIR$$

$$\text{Periodo de recuperación} = 100\% / 0,3335$$

$$\text{Periodo de recuperación} = 3,00$$

$$\text{Años} = 3$$

El periodo de recuperación del capital es 3 años, 0 meses y 0 días.

5.7.8 Resumen de Indicadores

Cuadro N° 89
RESUMEN INDICADORES

Indicador	Detalle
VAN	42443,43
TIR	33,35
COSTO BENEFICIO	1,56
RELACION INGRESOS – EGRESOS	1,09
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	216251,49 (Primer año)
PUNTO DE EQUILIBRIO CONJUNTOS ESTAMPADOS	17894(Primer Año)
PERIODO DE RECUPERACION	3años

ELABORADO POR: La Autora

CAPITULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA LA MARKA

La estructura organizacional de la unidad micro empresarial LA MARKA se basa en las características y necesidades de la entidad para su normal funcionamiento.

6.1 Razón Social

La denominación de la unidad micro empresarial se estableció principalmente pensando en los niños y para mejorar la presentación y calidad de los conjuntos de niños-as de 1 a 10 años, se pretende la implementación del estampado en directo es así que nace su razón social “LA MARKA”; con la cual, ha venido trabajando hace cuatro años y ha incursionado en el mercado anteño, con el deseo de ampliar su mercado.

6.1.1 Logotipo de la Empresa

GRÁFICO N° 36

LOGOTIPO



6.2 Bases Filosóficas

La filosofía de la unidad LA MARKA se ha direccionado a la innovación y la calidad debido al entorno, que es factor fundamental para convertir a la unidad micro empresarial en competitiva.

6.2.1 Misión

Confecciones LA MARKA es una empresa dedicada a la confección de prendas de vestir para niñas de 1 a 10 años, con el fin de satisfacer la necesidad a través de un producto de calidad a precios competitivos y accesibles, con modelos innovadores y exclusivos, producto del trabajo organizado y consolidado.

6.2.2 Visión

Confecciones LA MARKA en 5 años será una empresa consolidada en el mercado con renombre en toda la provincia, con el fin de aumentar la productividad e implantar modelos productivos que estén a la vanguardia, que permita alcanzar el crecimiento y desarrollo de la unidad micro empresarial por ende la satisfacción del cliente.

6.2.3 Objetivos

6.2.3.1 General

Ofrecer a los clientes potenciales y mayoristas conjunto con estampados as de calidad afines a la necesidad y tendencias a la moda a un precio competitivo.

Específicos

- Contar con un equipo de trabajo responsable y capacitado en el área de estampado
- Implementar acciones orientadas al desarrollo continuo de la unidad micro empresarial LA MARKA

- Consolidar a la unidad micro empresarial en el mercado local y nacional.

6.2.4 Políticas

Las políticas que rigen a la unidad micro empresarial LA MARKA son:

6.2.4.1 Prioridad a los clientes

La prioridad fundamental de la entidad es cubrir las expectativas y satisfacer sus necesidades de los clientes actuales y futuros.

6.2.4.2 Calidad y Entrega justo a tiempo

La entidad como tal dispone de un control minucioso de calidad en cada uno de sus productos de estampado y se asegura también de entregar a la hora y lugar precisa.

6.3 Base Legal

La unidad micro empresarial LA MARKA es una Compañía de Responsabilidad Limitada, legalmente constituida; con lo que determina la ley y los organismos pertinentes, está domiciliada en la Ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura, contara con una inversión de \$92354,49dólares, siendo el Capital Social de \$ 53248,64 dólares.

6.4 Requisitos de Funcionamiento

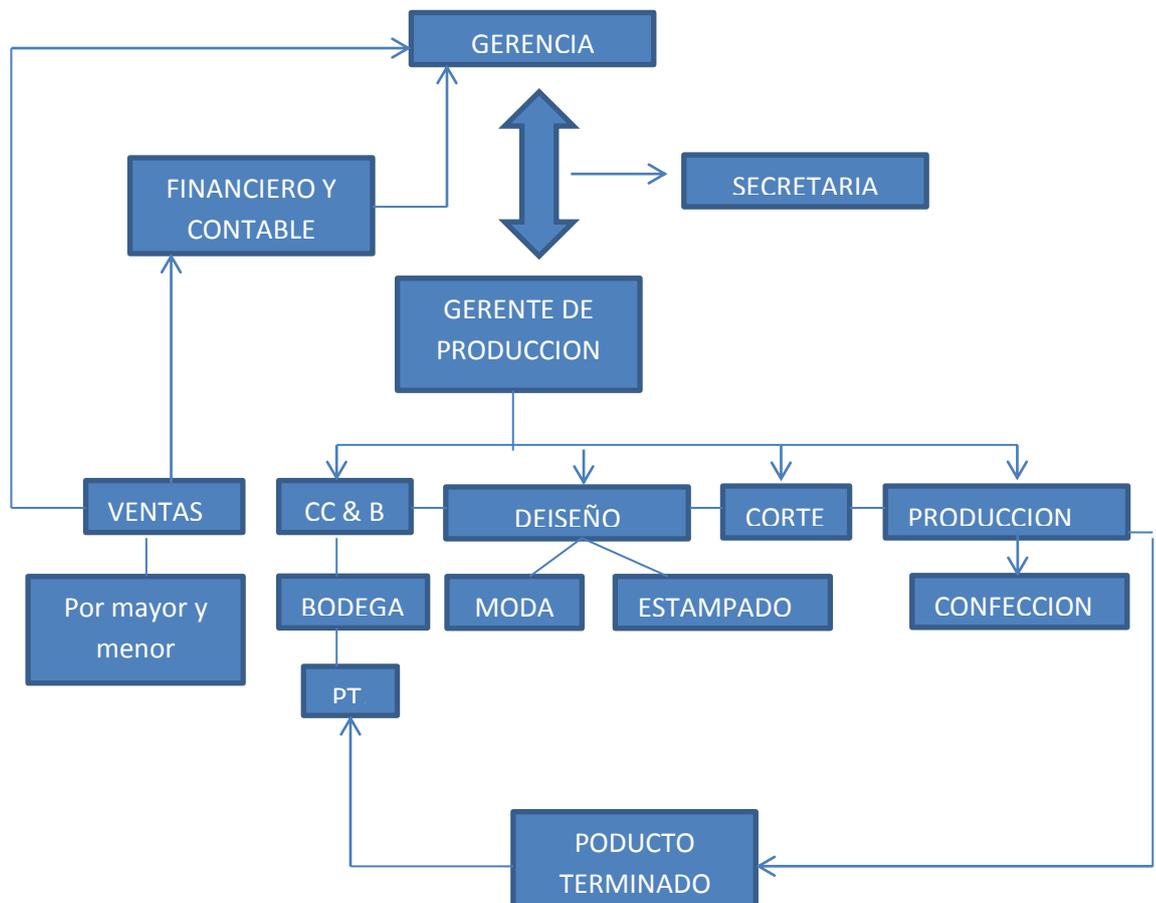
- Tres escrituras (Superintendencia de Compañías);
- Certificado de la cuenta de integración;
- Documento de aprobación de la denominación;
- Solicitud de constitución de la compañía (Oficio firmado por el abogado);
- RUC (Representante Legal);

- Permiso de los Bomberos;
- Registro Sanitario;
- Permiso Municipal;
- Requisitos de Seguridad Laboral: Obtener el número patronal;
- Inscribir a los trabajadores en el IESS; y,
- Requisitos Tributarios: Son tramitados en el SRI.

6.5 Estructura Orgánica

La Unidad Micro empresarial LA MARKA se ha desarrollado con una buena administración, puesto que todas las actividades se realizan con responsabilidad

Cuadro N° 94
ORGANIGRAMA



ELABORADO POR: La Autora

6.6 Estructura Funcional

Este manual describe las funciones estrictas del personal que labora en ella con el fin de cumplir a cabalidad con sus obligaciones, para llevar a cabo la consecución de los objetivos y metas.

6.6.1 Gerente.

El Gerente, es quien se encarga de velar el buen funcionamiento de la entidad, en la correcta administración y delegación de funciones a todos los trabajadores de la unidad micro empresarial LA MARKA.

6.6.1.1 Perfil

- Profesional en Administración de Empresas, Contabilidad o carreras afines.; y ,
- Disponibilidad de tiempo.

6.6.1.2 Funciones

- Formular y ejecutar planes, proyectos en beneficio de la unidad micro empresarial;
- Proponer la creación, actualización y aplicación de la normativa interna;
- Asignar tareas a sus subordinados, teniendo en cuenta sus capacidades, dándoles límites para su desempeño, y especificando los parámetros necesarios;
- Gestionar fuentes de financiamiento interno y externo;
- Evaluar la efectividad de cada uno de sus trabajadores;
- Realizar las acciones de soporte para seleccionar a sus colaboradores, entrenarlos, y premiarlos;
- Designar todas las acciones técnicas y administrativas;

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos;
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas;
- Coordinar acciones para asegurar que los registros de entrega se están ejecutando correctamente;
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, personal administrativo y proveedores para el buen funcionamiento de la micro empresa; y,
- Tener claro su propio trabajo, y el contexto amplio en el que debe desarrollarlo permitiendo asignar adecuadamente tareas a sus trabajadores.

6.6.2 Secretaria

Este es un puesto, el cual demanda, mucha confianza, apoyo a Gerencia y coordinación.

6.6.2.1 Perfil

- Disponibilidad Inmediata;
- Título de Secretariado Ejecutivo;
- Capacidad de trabajar en grupos;
- Seguridad y firmeza; y,
- Responsabilidad en todas sus funciones.

6.6.2.2 Funciones

- Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones;
- Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes;
- Responder por los documentos a su cargo;

- Mantener actualizado el archivo;
- Informar por medio de la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos o circulares; y,
- Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.

6.6.3 Contador

El Contador se encarga de manejar todos los estados financieros de la entidad, apoyo y dirección a Gerencia, por lo que se necesita un alto nivel de responsabilidad y tener una excelente formación académica.

6.6.3.1 Perfil

- Transparencia, responsabilidad, honradez y disciplina en sus funciones;
- Agilidad para tomar decisiones; y,
- Capacidad de liderazgo.

6.6.3.2 Funciones

- Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad;
- Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas del Gobierno Nacional (SRI), Provincial y Municipal;
- Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la microempresa de tipo legal tales como: IVA, Retención en la fuente, Impuestos;
- Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la microempresa;

- Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la microempresa.
- Mantener en aviso al Gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la microempresa;
- Elaborar los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.
- Participar activamente en la organización de reuniones relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo;
- Verificación, grabación e impresión diaria de ingresos y comprobantes de egresos;
- Archivar diariamente la documentación contable;
- Llevar el libro de bancos, retención en la fuente y registro de personal;
- Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno; y,
- Realizar la constatación de los activos fijos al finalizar cada ejercicio económico.

6.6.4 Gerente de Producción

El Gerente de Producción se encargara de supervisar tanto la producción de conjuntos como el de estampado.

6.6.4.1 Perfil

- Transparencia, responsabilidad, honradez y disciplina en sus funciones;
- Agilidad para tomar decisiones; y,
- Capacidad de liderazgo.

6.6.4.2 Funciones

- Emitir las ordenes de producción para cada departamento;
- Verificar el funcionamiento de cada departamento;
- Realizar los pedidos de materia prima y suministros; y,
- Toma de decisiones.

6.6.5 Diseñador Grafico

El diseñador será el interprete de las necesidades y exigencias de los clientes, a través del diseño de imágenes, en sus distintos modelos.

6.6.5.1 Perfil

- Excelente comunicación con los clientes;
- Innovador, creativo;
- Agudeza visual, agilidad manual y precisión en el manejo de los pulpos;
- Habilidad en el diseño y dibujo; y,
- Facilidad de palabra y crítico en la toma de decisiones.

6.6.5.2 Funciones

- Proponer ideas diferentes para la imagen de la entidad;
- Responsable en cada una de sus actividades;
- Sugerir técnicas para mejorar la calidad de los estampados;
- Investigar las nuevas tendencias de moda;
- Información de diseños similares;
- Elaboración de la muestra de diseño;
- Presentación a los propietarios;
- Prueba del diseño; y,
- Modificación del diseño.

6.6.6 Estampador

El estampador será la persona que esta directamente relacionada con la producción del estampado.

6.6.6.1 Perfil

- Ser profesional en el proceso;
- Tener conocimiento del estampado;
- Prueba del estampado; y,
- Modificación del diseño.

6.6.6.2 Funciones

- Vigilar el buen funcionamiento y manejo de la maquinaria;
- Planificar las actividades a realizarse en la semana;
- Realizar fichas de producción;
- Sugerir cambios en los diseños;.
- Culminar el proceso de acabados;
- Sugerir cambios en las matrices de estampado;
- Combinar colores y técnicas;
- Realizar la impresión con exactitud; y,
- Reposición de prendas con falla.

6.6.7 Vendedor

Dentro de la unidad de ventas, las personas encargadas deberán cumplir con la exposición del producto, promocionar al público, buscar nuevos mercados, receptar la mercadería y pedidos

6.6.7.1 Perfil

- Excelente presencia;

- Buena comunicación con los clientes, creando un ambiente de confianza;
- Conocimiento en ventas; y,
- Seguridad.

6.6.7.2 Funciones

- Ofrecer un trato ágil y personalizado a los clientes;
- Coordinar las actividades destinadas a la promoción, venta, mercadeo de la microempresa y servicio al cliente;
- Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan;
- Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales;
- Atención personal y telefónica de los clientes;
- Demostraciones a los clientes de los productos de la unidad microempresarial;
- Preparar informes de cierre de negocios captados al finalizar cada semana para ser presentados a la gerencia;
- Elaborar plan de mercadeo junto con la gerencia.;
- Presentar informes de las ventas a la gerencia mensualmente;
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto con el/la contador; y,
- Las demás funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato.

6.6.8 Operarias

En la unidad productiva de LA MARKA es decir, quienes se encargaran de la parte de las prendas de vestir como es en la confección. Son todas aquellas personas que están relacionadas directamente con la confección de las prendas de vestir

6.6.8.1 Perfil

- Responsable en las tareas asignadas;
- Disponibilidad de trabajar en equipo y bajo presión;
- Compromiso con la entidad; y,
- Cumplir con la agenda de producción.

6.6.8.2 Funciones

- Recibir las materias primas, insumos y productos terminados;
- Manejar las, máquinas y herramientas de la microempresa;
- Entregar prendas terminadas;
- Despachar las órdenes, revisión del estado de los equipos y maquinas;
- Mantener en condiciones óptimas de aseo las instalaciones de la microempresa;
- Cumplir con el horario asignado;
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato;
- Informar al Jefe inmediato o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente;
- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia;
- Responder por los implementos de trabajo asignados;
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo; y,
- Velar por el orden y aseo del lugar.

CAPITULO VII

7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para el análisis se realizó una matriz en donde se cuantifica el impacto que tendrá la ejecución de proyecto en los diferentes ámbitos, luego se mide el nivel de impacto que este tendrá

7.1 Impacto Social

Cuadro N°: 90
IMPACTO SOCIAL

IMPACTO SOCIAL								
Indicadores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Total
Calidad de Vida						X		2
Ingresos familiares						X		2
Trabajo en equipo							X	3
Bienes Comunitario					X			1
TOTAL	0	0	0	0	1	4	3	8

TOTAL: $8/4= 2$ → Nivel de Impacto Medio positivo

ANÁLISIS

El impacto social en general tendrá un nivel medio positivo, debido a que mejorará la calidad de vida de sus trabajadores y brindará seguridad familiar, de igual forma se incentivará el trabajo en equipo debido a que con la implementación de este departamento se logrará culminar el proceso productivo de la unidad empresarial.

7.2 Impacto Ambiental

Cuadro N°: 91

IMPACTO AMBIENTAL

IMPACTO SOCIAL								
Indicadores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Total
Contaminación ambiental	X							-3
Afecciones a la salud	X							-3
TOTAL	-6	0	0	0	0	0	0	-6

TOTAL: $-6/2 = -3$ → Nivel de Impacto Medio positivo

ANÁLISIS

La afectación en el proceso del estampado será mínima ya que se contará con todas las medidas de seguridad y protección necesaria para mitigar este problema en el transcurso del proceso, por lo tanto generará desechos tóxicos a los cuales se dará el debido tratamiento, a través del programa de desechos toxicos que emplea el Gobierno de Antonio Ante

7.3 Impacto Económico

Cuadro N°:92

IMPACTO ECONÓMICO

IMPACTO ECONÓMICO								
Indicadores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Total
Demanda de M.O.						X		2
Efecto multiplicador							X	3
Incremento en los Ingresos						X		2
Disminución de costos						X		2
TOTAL	0	0	0	0	0	6	3	9

TOTAL: $9/4 = 2.25$ → Nivel de Impacto Medio positivo

ANÁLISIS

Este impacto tiene un nivel Medio Positivo, ya que el proceso de estampado en directo no requerirá mayor cantidad de mano de obra ya que este proceso es simple, pero su efecto multiplicador será positivo ya que mejorará la calidad del producto y por ende aumentarán sus ventas y disminuirá sus costos al integrar todo en un solo proceso.

7.4 Impacto Empresarial

Cuadro N°: 93

IMPACTO EMPRESARIAL

IMPACTO EMPRESARIAL								
Indicadores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Total
Estilo de Gestión					X			1
Cultura					X			1
Trabajo corporativo						X		2
Manejo de Recursos						X		2
Mejor Proceso							X	3
TOTAL	0	0	0	0	2	4	3	9

TOTAL: $9/5 = 2$ \longrightarrow Nivel de Impacto Medio positivo

ANÁLISIS

Será medio positivo porque tendrá efectos beneficiosos dentro de la unidad micro empresarial, se mejorará el estilo de gestión de los procesos dentro del departamento de estampado y con ello se implantarán una cultura de trabajo en equipo, debido a que el proceso estará interrelacionados y concatenados entre si, efectivizando el manejo de recursos y con ello ejecutando correctamente los procesos productivos.

7.5 Impacto Ético

Cuadro N°:94
IMPACTO ÉTICO

IMPACTO ETICO								
Indicadores	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Total
Puntualidad							X	3
Cumplimiento en la entrega de pedidos							X	3
Responsabilidad							X	3
Eficiencia							X	3
TOTAL	0	0	0	0	0	0	12	12

TOTAL: $12/4= 3$ → Nivel de Impacto Alto positivo

ANÁLISIS

Este impacto será alto positivo, al implementar este proceso dentro de la unidad productiva lograría cumplir los pedidos justo a tiempo logrando confianza, al trabajar con responsabilidad con los clientes convirtiéndonos en una unidad micro empresarial eficiente, que permita aumentar nuestra cuota de mercado.

7.6 Impacto General

Cuadro N°:95
IMPACTO GENERAL

IMPACTO ETICO								
Indicadores	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Total
Impacto Social	X							3
Impacto Económico	X							3
Impacto Empresarial	X							3
Impacto Ético	x							3
TOTAL								15

TOTAL: $15/4= 3$ → Nivel de Impacto Alto positivo

ANÁLISIS

En forma general, se concluye que la implementación del departamento de estampado en directo genera un impacto positivo, lo que se determina que hay un crecimiento y desarrollo de los sectores productivo de la

Ciudad, además permite emprender y mejorar la estabilidad socioeconómica de la población y la unidad micro empresarial.

CONCLUSIONES

- 1) De acuerdo al diagnóstico situacional de la unidad micro empresarial LA MARKA en el Cantón de Antonio Ante, se puede identificar el problema más notorio, que es la falta de un departamento propio de estampado para mejorar la presentación de las prendas de vestir para niños, otra de las falencias con las que cuenta es la infraestructura, es por esta razón que la unidad debe corregir aun más todos sus procesos y enfrentar los retos de sus clientes, en el mercado local.
- 2) La investigación científica bibliográfica pone de manifiesto a la Unidad micro empresarial como una organización, cuyo objetivo fundamental es la confección de prendas de vestir y el estampado en directo.
- 3) El estudio de mercado demuestra la existencia de una demanda insatisfecha de conjuntos de niña –o con estampados, la unidad micro empresarial puede satisfacer una parte de esta demanda con la implementación de departamento de estampado, además este estudio apporto con valiosa información relacionada con la oferta, precios y comercialización.
- 4) El sitio adecuado para la implementación física del departamento de estampado dispone del equipamiento básico para iniciar con el proceso productivo. Este departamento se encuentra ubicado en la Ciudad de Atuntaqui un terreno ubicado a lado de la unidad micro empresarial.
- 5) La estructura organizativa de la unidad micro empresarial desde su constitución jurídica se encuentra bien establecido por lo que

se constituye en una fortaleza para el funcionamiento de la unidad micro empresarial.

- 6) La evaluación de los impactos determina que el ético y el empresarial, son los más representativos en el estudio del presente proyecto, debido a que sus niveles son altamente positivos.

RECOMENDACIONES

- 1) Coordinar organizadamente con los recursos propios de la unidad micro empresarial LA MARKA, para implementar el departamento de estampado en directo para el mejoramiento de la calidad y presentación de cada producto que la unidad ofrece al público, aumentar los esfuerzos, aprovechar de manera inmediata las oportunidades y crear con ello estrategias que logre posicionar a la empresa dentro de las mejores en su especialidad.
- 2) Los representantes legales de la unidad micro empresarial pondrán en manifiesto el servicio de estampado en directo dentro del proceso productivo, cumpliendo con toda la normativa de calidad y fijar metas que garanticen un producto de calidad.
- 3) Es recomendable la implementación del departamento de estampado en directo, ya que permitirá crecer a la unidad micro empresarial y lograr aumentar su cuota de mercado, mediante políticas que permitan fortalecer el trabajo en equipo y así lograr que el proceso productivo incluido ya el estampado funcione sin fallas y con ello satisfacer la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- 4) La unidad micro empresarial debe adquirir el terreno, debido a que es una oportunidad que se presenta y facilita que el proceso se culmine dentro de la misma unidad, la misma que debe estar dispuesta a apoyar a este departamento para su fortalecimiento.
- 5) Con la determinación de la factibilidad del presente proyecto es recomendable la inclusión de este departamento en el organigrama

ya que es un proceso que debe estar integrado, difundir sus funciones con el fin de evitar fallas dentro del proceso

- 6) Todos los actores directos e indirectos de la unidad micro empresarial, desarrollen planes y estrategias que permitan el buen manejo del proceso productivo de los estampados, así como la aplicación de la capacitación continua a sus trabajadores en cada área que se desempeñen dentro de la unidad micro empresarial.

BIBLIOGRAFIA

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (2007):

ARBOLEDA, Germán, (2001), **Proyectos: Formulación, Evaluación y Control**, Cuarta Edición, Colombia.

BACA URBINA, Gabriel; (2010), "**Evaluación de Proyectos**", Sexta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.

BRAVO VALIDIVIEZO, Mercedes; (2003), "**Contabilidad General**", Quinta Edición, Quito Ecuador.

CÓRDOVA, Marcial, (2009), **Formulación y Evaluación de Proyectos**, Cuarta Edición, Colombia.

CHILQUINGA, Manuel (2001); "**Costos por Ordenes de Producción**", Primera Edición, Ecuador.

JÁCOME Walter, (2005), **Bases Teóricas y Científicas para la Evaluación de Proyectos**, Editorial Universitaria, Ibarra.

JAMES, Riggs, (2001), **Diccionario Textil**, Primera Edición

MARTINEZ, Patricio; (2004) "**Diccionario Económico Básico**", Primera Edición, Quito-Ecuador.

MIROSLAVA Braulio, (2002), **Serigrafía Paso a Paso** Ediciones Ripalme, Ecuador

MUÑOZ, David (2008), Diseño, **estructura organizativa y distribución física de la planta**, Segunda Edición.

PHILIP KOTLER, Gary; (2001), "**Dirección de Mercadotecnia**", Primera Edición, México.

REINOSO C. Víctor, (1985), "**El Proceso Administrativo y su aplicación en las empresas**", Tercera Edición, Ecuador

ROSENBERG. J. M; (2002), "**Diccionario de administración y finanzas**", Editorial océano.

VILLAVICENCIO B. Sandra, (2008), "**Estudio de Factibilidad para la creación de Unidad de Salud Materno Infantil Pre y Post Natal en la ciudad de Ibarra**", Ecuador

ZAPATA, Pedro; (2005), "**Contabilidad General**", Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, Bogotá Colombia..

LINCONGRAFIA

www.definiciones.com.mx (2001). **Guía para el emprendedor textil.**

http://empreendedor.unicef.edu (2011). **Plan de Negocios**

www.inta.gov.arg. (2011) **Evaluación Económica y Financiera**

ASOCIACION DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR (AITE), **Industria Textil.** www.aite.com.ec

MODAVERSATIL (2008), **El ciclo de elaboración de prendas de vestir.** www.modaversatil.com

ANEXOS



ANEXO A

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ENCUETA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto al entorno laboral y el proceso productivo en la unidad micro empresarial LA MARKA que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DEL SERVICIO DEE STAMPADO EN DIRECTO EN UNIDAD PRODUCTIVA

B. INSTRUCCIONES: Señale con una X en el cuadro según la respuesta que usted crea conveniente

C. CUESTIONARIO

1. ¿Hace que tiempo trabaja en la unidad micro empresarial LA MARKA?

3 Meses, 6 Meses 1 Año

2. ¿Cuál es el área en la que labora en la unidad micro empresarial LA MARKA?

Corte Confección Acabados

3. ¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que tienen la unidad micro empresarial LA MARKA?

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo

4. ¿La maquinaria que usted maneja posee tecnología?

Alta
Media
Baja

5. ¿Conoce usted las políticas y reglamento interno de la unidad micro empresarial LA MARKA?

Si No

Son adecuadas Si No

Se aplica estos reglamentos Si No

6. ¿Conoce Usted el proceso productivo empleado por la unidad micro empresarial LA MARKA?

Si No

Cómo lo califica Excelente Bueno Malo

7. ¿Cuál cree usted la necesidad más importante en el proceso productivo?

Ampliación de Infraestructura
Adquisición de maquinaria
Implementación del departamento de estampado en directo

Reducción de los costos de producción
Contratación de personal
Adecuación de espacios físicos
Reducción de pérdida de materia prima

A. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

Nombre:.....
Género: Edad:.....
Nivel de Instrucción.....
Ciudad de residencia.....

B. OBSERVACIONES.....

.....
ENCUESTADOR.....
FECHA:.....



ANEXO B

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA

A. OBJETIVO: La presente entrevista tiene por objeto recolectar información respecto al funcionamiento y necesidades de la unidad con el fin de recolectar información que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DEL SERVICIO DE ESTAMPADO DIRECTO EN LA EMPRESA LA MARKA

B. CUESTIONARIO

1. ¿Hace qué tiempo viene laborando en el mercado la unidad micro empresarial LA MARKA?
2. ¿A qué se dedica específicamente la unidad micro empresarial LA MARKA?
3. ¿Qué tipo de características presentan las prendas de vestir que produce?
4. ¿Cuáles son los objetivos de la unidad micro empresarial LA MARKA?
5. ¿Cuál es la principal necesidad y falencia que tiene la unidad micro empresarial LA MARKA?
6. ¿Cuál cree Ud, que es su principal ventaja competitiva?
7. ¿Qué considera Ud, como amenaza para la unidad micro empresarial LA MARKA?
8. ¿Cuál es la relación que maneja con los proveedores?
9. ¿La unidad micro empresarial cuenta actualmente con un organigrama, manual de funciones?
10. ¿Cuál es la función principal de los propietarios?
11. ¿Cuál es el espacio físico cuenta para el departamento de estampado directo?
12. ¿Con qué equipo cuenta la unidad micro empresarial actualmente?
13. ¿Cuenta Ud. y sus trabajadoras con programas de capacitación?
14. ¿Mantiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?
15. ¿Cuáles son los precios de sus productos?
16. ¿Qué fuentes de financiamiento cuanta actualmente la unidad micro empresarial?
17. ¿Existe desperdicios de materia prima durante la producción de sus prendas?

C. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

Nombre:..... Género:
Edad:.....
Nivel de Instrucción.....
Ciudad de residencia.....

D. OBSERVACIONES.....
.....
ENCUESTADOR.....
FECHA:.....



ANEXO C

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ENCUETA DIRIGIDA AL JEFE DE PRODUCCION DE LA UNIDAD MICRO EMPRESARIAL LA MARKA

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a las necesidad internas y ventajas de la unidad que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIODE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DEL SERVICIO DEESTAMPADO DIRECTO EN LA EMPRESA LA MARKA

B. CUESTIONARIO

1. ¿Cómo califica Ud. El proceso empleado por la unidad micro empresarial?
2. ¿Cómo aplica las políticas y reglamentos que establece la unidad micro empresarial?
3. ¿Cuál piensa que es la principal necesidad y falencia que tiene el proceso productivo?
4. ¿Qué estrategias aplica para el desarrollo de las actividades que se realizan en su departamento?

E. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

Nombre:.....
.....
Género:
Edad:.....
Nivel de
Instrucción.....
Ciudad de residencia.....

F. OBSERVACIONES.....

.....
ENCUESTADOR.....
FECHA:.....



ANEXO D

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ENCUETA DIRIGIDA CONSUMIDORES DE ROPA PARA NIÑO-A CON SERVICIO DE ESTAMPADO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto al tipo de estampado que ofrecen los productores de ropa para niño-a con servicio de estampado en directo, misma que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIODE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DEL SERVICIO DEESTAMPADO DIRECTO EN LA EMPRESA LA MARKA

B. INSTRUCCIONES: Señale con una X en el cuadro según la respuesta que usted crea conveniente

C. CUESTIONARIO

1. Los productos que usted ofrece tiene:

CONCEPTO	RESPUESTA
Estampado	
Bordado	
Las dos cosas	
Otros	

2. ¿Con qué tipo de estampado usted trabaja?

CONCEPTO	RESPUESTA
En directo	
Transfer	

3. ¿Qué estimado de ventas anuales con estampado en directo tiene?

CONCEPTO	RESPUESTA
20.000 a 40.000	
40.000 a 80.000	
80.000 a 100.000	

4. Qué tamaño de estampado ofrece en sus prendas con mayor frecuencia

CONCEPTO	RESPUESTA
Grandes	
Medianos	
Pequeños	

5. Cuántos colores maneja en un estampado

CONCEPTO	RESPUESTA
2 Colores	

3 Colores	
4 Colores	
5 Colores	
6 Colores	

6. Qué monto invirtió en el desarrollo del proceso de estampado en directo

CONCEPTO	RESPUESTA
4500 5500	
6501 7500	
8501 9500	
Más de 9500	

7. Con qué proveedor trabaja

CONCEPTO	RESPUESTA
Santiago Escreen	
Tintas Express	
Crea Imagen	
Texcorp	

8. Cuales son sus cadenas de comercialización

CONCEPTO	RESPUESTA
Agentes	
Almacenes	
Ferías	
Cadenas comerciales	

9. Qué tipo de publicidad maneja su empresa

CONCEPTO	RESPUESTA
Radio	
Televisión	
Prensa	

D. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

Nombre:.....
 Género: Edad:.....
 Nivel de Instrucción.....
 Ciudad de residencia.....

E. OBSERVACIONES.....

ENCUESTADOR.....
 FECHA:.....



ANEXO E

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA DIRIGIDA APLICADAS A LOS CONSUMIDORES MAYORISTAS Y POTENCIALES

OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a las preferencias y gustos sobre el tipo de estampado que desean, misma que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE ESTAMPADO DIRECTO EN LA EMPRESA LA MARKA

A. INSTRUCCIONES: Señale con una X en el cuadro según la respuesta que usted crea conveniente

B. CUESTIONARIO

1. Qué tipo de prendas adquiere con frecuencia

CONCEPTO	RESPUESTA
Conjunto de niña	
Conjunto de niño	
Calentadores	

2. Le gustaría adquirir prendas con estampado en directo en la unidad micro – empresarial LA MARKA

CONCEPTO	RESPUESTA
Si	
No	

3. Cuánto estaría dispuesto a pagar por la prenda con estampado en directo

CONCEPTO	RESPUESTA
9 a 10	
11 a 12	
13 a 14	
Más de 14	

4. **Qué cantidad anual de prendas estampadas en directo estaría dispuesta a comprar**

POTENCIAL		RESPUESTA	MAYORISTA		RESPUESTA
Concepto			Concepto		
40.000	50.000	60	10.000	12.000	13
50.001	60.000	20	12.001	14.000	20
70.000	80.000	20	14.001	16.000	67

C. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

Nombre:.....
 Género: Edad:.....
 Nivel de Instrucción.....
 Ciudad de residencia.....

D. OBSERVACIONES.....

.....
 ENCUESTADOR.....
 FECHA:.....



ANEXO F

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ENCUESTA DIRIGIDA APLICADAS A LOS PRODUCTORES QUE BRINDAN EL SERVICIO DE ESTAMPADO EN DIRECTO

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a al estampado en directo, misma que servirá como base para la elaboración u desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DEL SERVICIO DE ESTAMPADO DIRECTO EN LA EMPRESA LA MARKA

C. INSTRUCCIONES: Señale con una X en el cuadro según la respuesta que usted crea conveniente

D. CUESTIONARIO

1. ¿Con qué tipo de estampado Ud. trabaja?

CONCEPTO	RESPUESTA
En directo	
Transfer	

2. Qué tamaño de estampado ofrece con mayor frecuencia

CONCEPTO	RESPUESTA
Grandes	
Medianos	
Pequeños	

3. Cuantos Colores en un estampado maneja

CONCEPTO	RESPUESTA
2	
3	
4	
5	
6	

4. Con cuántos pulpos trabaja para estampar

CONCEPTO	RESPUESTA
2	
3	
4	

5. Cuántos estampados realizan un pulpo diariamente

CONCEPTO	RESPUESTA
80	
90	
100	

6. A qué precio ofrece el estampado en directo de 6 colores mediano a sus clientes

CONCEPTO	RESPUESTA
1,50	
1,75	
2,0	

E. DATOS DEL ENCUESTADO (A):

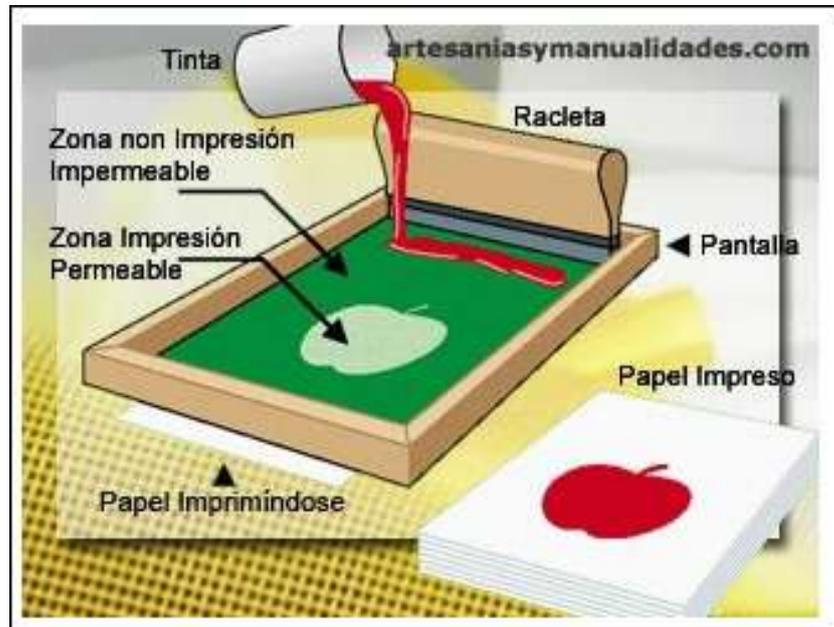
Nombre:.....
Género: Edad:.....
Nivel de Instrucción.....
Ciudad de residencia.....

F. OBSERVACIONES.....

.....
ENCUESTADOR.....
FECHA:.....

ANEXO G

Proceso del estampado



ANEXO H

MAQUINARIA PULPO 6 BRAZOS



ANEXO I
TERMOFIJADOR



ANEXO J
RACLETAS

