



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 AMPLIACIÓN DE
LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS,
EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**

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

AUTORA: VALLADARES, P. Tatiana A.

DIRECTOR: Econ. CHAMORRO, José.

Ibarra, enero 2012

AUTORÍA

Yo, **VALLADARES POZO TATIANA ALEXANDRA**, portadora de la cédula de identidad N°. 100286917-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Tatiana Valladares

CI: 100286917-8

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, **Tatiana Alexandra Valladares Pozo**, para optar por el título de **Ingeniera en Economía mención Finanzas**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS.”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 29 días del mes de julio del 2011.

Econ. José Chamorro Mayanquer

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



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

Yo, Tatiana Alexandra Valladares Pozo, con cédula de identidad Nº. 100286917-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS**”, que ha sido desarrollado previo a la obtención del 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 la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

AUTORA: Tatiana Alexandra Valladares Pozo

C.I.: 100286917-8

Ibarra, a los 16 días del mes de enero de 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 este proyecto, para lo cual pongo la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de Identidad:	100286917-8		
Apellidos y Nombres:	Valladares Pozo Tatiana Alexandra		
Dirección:	Ibarra - Sector La Florida		
Email:	t_attyalex@hotmail.com		
Teléfono Fijo:	06 2 631 098	Teléfono Móvil:	080906891

DATOS DE LA OBRA	
Título:	Estudio de Factibilidad para la Ampliación de la Microempresa Textil Logos & Bordados, en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura
Autora:	Tatiana Alexandra Valladares Pozo
Fecha:	2012 - 01 - 16
Sólo para trabajos de grado	
Programa:	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado
Título por el que Opta:	Ingeniera en Economía - Mención Finanzas
Asesor/Director:	Econ. José Chamorro Mayanquer

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Valladares Pozo Tatiana Alexandra, con cédula de identidad Nro.100286917-8, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de terceros, por tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de tercero.
Ibarra, a los 16 días del mes de enero de 2012.

La Autora:

(Firma).....

Nombre: Tatiana Valladares

C.C.: 100286917-8

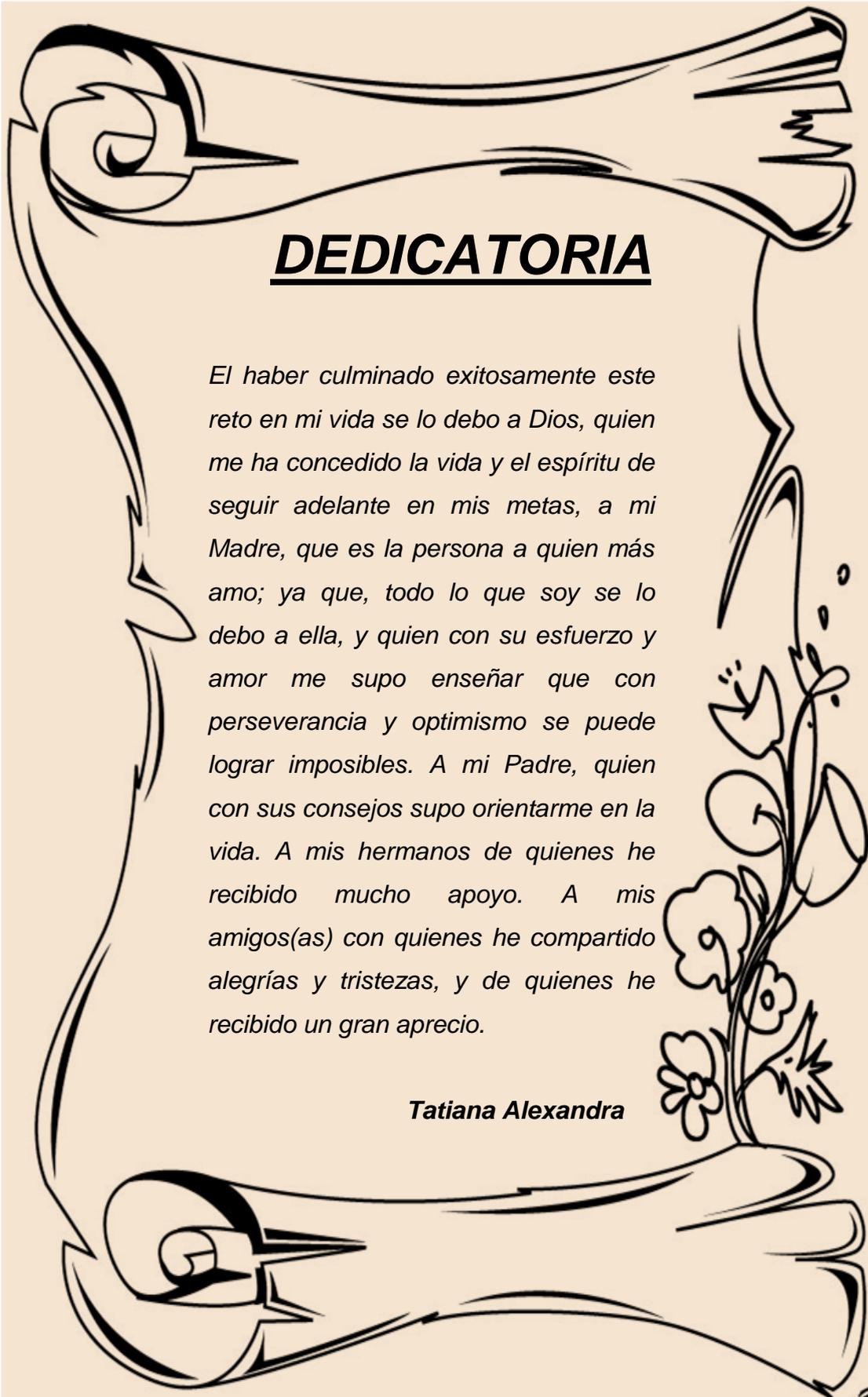
Aceptación:

(Firma).....

Nombre: Lcda. Ximena Vallejo

C.C.: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____



DEDICATORIA

El haber culminado exitosamente este reto en mi vida se lo debo a Dios, quien me ha concedido la vida y el espíritu de seguir adelante en mis metas, a mi Madre, que es la persona a quien más amo; ya que, todo lo que soy se lo debo a ella, y quien con su esfuerzo y amor me supo enseñar que con perseverancia y optimismo se puede lograr imposibles. A mi Padre, quien con sus consejos supo orientarme en la vida. A mis hermanos de quienes he recibido mucho apoyo. A mis amigos(as) con quienes he compartido alegrías y tristezas, y de quienes he recibido un gran aprecio.

Tatiana Alexandra

AGRADECIMIENTO

El ser más influyente en mi vida es Dios y a quien le agradezco por todos los logros obtenidos a lo largo de mi vida, siendo este trabajo uno de ellos. Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por haberme recibido en sus aulas, para formarme como profesional. A mis profesores, quienes supieron impartir sus conocimientos, de manera especial al Econ. José Chamorro Mayanquer, quien supo guiarme en todo el proceso de investigación.

Un profundo agradecimiento al propietario de la Microempresa Textil “Logos & Bordados”, por haberme brindado la oportunidad de aportar con mis conocimientos en el proceso de innovación de su organización.

A todos ellos un agradecimiento enorme; ya que, con su apoyo he podido llegar hasta aquí, y culminar con éxito una etapa más de mi vida.

Tatiana Alexandra

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado está diseñado con la finalidad de ampliar a la microempresa textil Logos & Bordados en el cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

El proyecto está conformado por siete capítulos: diagnóstico técnico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, evaluación económica y financiera, estructura organizacional, análisis de impactos, conclusiones y recomendaciones, además incluye la información bibliográfica y los respectivos anexos.

El primer capítulo constituye el Diagnóstico Técnico Situacional, realizado a través de una investigación de campo, donde mediante encuestas realizadas al propietario y trabajadores de la microempresa, se llegó a construir un Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, en el que se pudo determinar que la principal deficiencia radica en la falta de competitividad; resumida en limitaciones de innovación, calidad y eficiencia. Además, la microempresa enfrenta un estancamiento en su desarrollo; debido a que, su capacidad instalada es reducida; por lo que, no logra posicionarse en el mercado local.

Después de realizado el diagnóstico técnico situacional, se procedió a definir las bases teórico - científicas que sustentan la realización del proyecto; para lo cual, se empleó investigación bibliográfica de diversos autores con la temática expuesta, también el uso del internet fue el recurso de mayor importancia en el desarrollo del capítulo. El Marco Teórico que se empleó fue enfocado al sector de la confección y personalización de camisetras, además de conceptualizar las variables de los diferentes capítulos en que se apoya toda la investigación.

Luego, en el tercer capítulo se trató aspectos relacionados con el estudio de mercado; el cual, se efectuó mediante el análisis de las variables

como: oferta, demanda, demanda insatisfecha, producto, precio y comercialización, determinadas a través de la recolección de información de la muestra obtenida de la población económicamente activa de hombres de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, empleando un tipo de muestreo aleatorio estratificado proporcional. Además se hizo proyecciones a cinco años tanto de oferta como de demanda.

A través del estudio de ingeniería del proyecto se determinó el tamaño, localización y distribución de la planta; para lo cual, fue necesario la intervención de profesionales y especialistas para que determinen las nuevas tecnologías a implementar en el proceso de ampliación de la microempresa.

Después de haber realizado el estudio técnico e ingeniería del proyecto, se procedió a realizar el estudio económico - financiero para medir la rentabilidad que generará la ampliación de la microempresa; la cual, fue estimada a través de cálculos del punto de equilibrio, la tasa interna de retorno, el valor actual neto y la relación costo beneficio, los cuales arrojaron resultados positivos, que sirven para la toma de decisiones de invertir en este proyecto.

En el capítulo seis, se formuló la filosofía que presidirá la nueva microempresa como: Misión, Visión, Objetivos, Valores Corporativos y Políticas, como también la estructura orgánica y funcional que regirá el desempeño de cada uno de los integrantes de la organización.

Además, de realizar ciertas implementaciones en la estructura organizacional, se elaboró un análisis de impactos. En lo social, el proyecto solventa necesidades insatisfechas de los clientes que adquieren camisetas personalizadas, además contribuye con la generación de empleo. En el aspecto económico, aumenta el nivel de ventas y competitividad brindando un valor agregado a la producción lo

que conllevó al aumento de las fuentes de financiamiento. El impacto empresarial fue positivo porque se logró el posicionamiento de la organización a través de la generación de ventajas comparativas y siguiendo un proceso de expansión de mercados. En el campo ambiental, el impacto es positivo porque se generó planes de manejo correcto de las pérdidas en materia prima, es decir se brindó la oportunidad de generar empleo indirecto; se mitigó en cierto grado el consumo racional del recurso agua y energía eléctrica.

Finalmente, se establecieron las conclusiones con sus respectivas recomendaciones para que el propietario pueda tomarlas en cuenta en la aplicación del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	iii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y APLICACIÓN	viii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
INTRODUCCIÓN	23

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	26
Antecedentes Diagnósticos	26
Objetivos Diagnóstico	28
Variables del Diagnóstico	29
Indicadores	30
Matriz de Relación Diagnóstica	31
Tabulación y Análisis de la Información	32
Encuesta a Trabajadores de Logos & Bordados	32
Entrevista al Propietario de Logos & Bordados	37
Observación Realizada dentro de la Microempresa L & B	41
Matriz FODA	42
Estrategias FA, FO, DO, DA	43
Determinación de la Oportunidad de Inversión	44

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	45
La Microempresa	45
Microempresas Textiles	49
Confección de Prendas de Vestir	50
Servicios de Personalización de una Camiseta	51
Estudio de Mercado	55
Estudio Técnico	58
Ingeniería del Proyecto	60
Estudio Económico y Financiero	62
Estado de Situación Inicial	65
Estado de Pérdidas y Ganancias	65
Flujo de Caja	65
Valor Actual Neto (VAN)	66
Tasa Interna de Retorno (TIR)	67
Relación Costo – Beneficio	68
Período de Recuperación	69
Punto de Equilibrio	69
Estructura Organizativa	70
Impactos	72

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	74
Antecedentes	74
Población y Muestra Investigada	75
Identificación del Producto	78
Mercado Meta	84
Resultados de Encuestas y Entrevistas Aplicadas	85
Encuestas a los Productores y Comercializadores	85
Encuestas Aplicadas a los Consumidores	97
Entrevista a la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador	110
Entrevistas Directivos de Empresas Textileras de Atuntaqui	112
Análisis y Proyección de la Oferta	117
Análisis y Proyección de la Demanda	118
Determinación de la Demanda Insatisfecha	119

Análisis y Proyección de Precios	120
Análisis de la Comercialización	122

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO	125
Localización del Proyecto	125
Tamaño del Proyecto	127
Ingeniería del Proyecto	131
Diagramas de Proceso	134
Inversiones Requeridas	137
Inversiones Fijas	138
Inversiones Variables	140
Inversión Diferida	141
Resumen de Inversiones Fijas, Variables y Diferidas	142
Inversiones y su Financiamiento	142

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

Determinación de Ingresos Proyectados	143
Determinación de Egresos	144
Costo de Producción	145
Gastos Administrativos	150
Gastos de Venta	152
Amortización del Préstamo	154
Resumen de Egresos Proyectados	156
Balance General	156
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	157
Flujo de Caja Proyectado	158
Evaluación Financiera	158
Resumen de Indicadores	165

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA	166
---	------------

Razón Social	166
Bases Filosóficas	167
Base Legal	170
Requisitos para su Funcionamiento	170
Estructura Orgánica	171
Estructura Funcional	172

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS	180
Impacto Social	181
Impacto Económico	182
Impacto Empresarial	183
Impacto Ambiental	184
Impacto General	185

CONCLUSIONES	186
---------------------------	-----

RECOMENDACIONES	187
------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	188
---------------------------	-----

LINCOGRAFÍA	189
--------------------------	-----

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Nº.	Contenido	Página
ENCUESTA A TRABAJADORES DE LOGOS & BORDADOS		
1	Tiempo de Trabajo en la Microempresa	32
2	Área Laboral	33
3	Condiciones de Trabajo	34
4	Tecnología de la Maquinaria	35
5	Priorización de Necesidades	36
POBLACIÓN Y MUESTRA INVESTIGADAS		
6	PEA – Hombres de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo.....	75
7	Determinación de la Población	76
8	Estratificación de la Muestra	77
9	Producto y Dimensiones	82
10	Indicaciones para la conservación de la Prenda.....	84
ENCUESTAS A PRODUCTORES		
11	Tiempo de Funcionamiento del Negocio	85
12	Clientes Permanentes	86
13	Mercado Potencial	87
14	Segmento de Mercado	88
15	Comercialización de los Productos	89
16	Lugar de Origen de Insumos	90
17	Producto Estrella	91
18	Producción de Camisetas Personalizadas.....	92
19	Precio al por Mayor de Camisetas Personalizadas	93
20	Precio al por Menor de Camisetas Personalizadas	94
21	Margen de Utilidad	95
22	Estrategia de Ventas	96
ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES		
23	Conocimiento sobre Personalización de Camisetas	97
24	Compra de Camisetas Tipo sport	98
25	Preferencia de Compra.....	99
26	Tipo de Personalizado de una Camiseta	100
27	Frecuencia de Compra de Camisetas Personalizadas	101
28	Disponibilidad de Pago	102
29	Lugares Preferidos para Comprar Camisetas Personalizadas	103

30	Tallas de Camisetas	104
31	Color de Camisetas	105
32	Diseño Personalizado de Camisetas	106
33	Posición de Mercado de “Logos & Bordados”	107
34	Disponibilidad para usar una nueva Marca	108
35	Publicidad de un Negocio	109
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
36	Producción Estimada de Camisetas Personalizadas.....	117
37	Proyección de la Oferta	118
ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
38	Demanda Estimada de Camisetas Personalizadas	118
39	Proyección de la Demanda	119
40	Demanda Insatisfecha	119
41	Determinación Oferta Anual de “Logos & Bordados”	120
42	Precio Histórico de Camisetas Personalizadas.....	120
43	Proyección de Precios	121
TAMAÑO DEL PROYECTO		
44	Tecnología	127
45	Talento Humano	128
46	Fuente de Materia Prima.....	129
47	Distribución del Espacio Físico	129
48	Capacidad Productiva	130
49	Crecimiento Productivo.....	131
50	Simbología del Flujograma de Procesos	135
51	Presupuesto Construcción de las Instalaciones	138
52	Maquinaria y Equipos de Producción	139
53	Muebles y Equipo de Oficina	139
54	Equipo de Computación	140
55	Capital de Trabajo	140
56	Gastos de Constitución	141
57	Inversión	142
58	Inversión del Proyecto	142
DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS		
59	Ingresos al por Mayor	143
60	Ingresos al por Menor	144

61	Ingresos Proyectados	144
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS		
62	Cantidad de Materia Prima en Kg	145
63	Precio de Materia Prima	146
64	Proyección de Materia Prima Directa	147
65	Serie Histórica del Sueldo Básico Unificado	147
66	Sueldo Básico Unificado Producción	148
67	Proyección del Costo de Mano de Obra Directa	148
68	Materia Prima Indirecta	149
69	Depreciación Anual Producción	149
70	Sueldo Básico Unificado Administrativo	150
71	Gasto Personal Administrativo	150
72	Proyección del Gasto Administrativo	151
73	Depreciación Anual Administrativo	151
74	Depreciación Anual Equipo de Computación	152
75	Sueldo Básico Unificado Mensual Ventas	152
76	Gasto Personal de Ventas	152
77	Proyección del Gasto de Ventas	153
78	Depreciación Anual de Ventas	153
79	Depreciación Anual de Equipo de Computación	154
80	Tabla de Amortización del Préstamo	154
81	Resumen de Egresos Proyectados	156
82	Estado de Situación Inicial	156
83	Estado de Pérdidas y Ganancias	157
84	Flujo de Caja	158
EVALUACIÓN FINANCIERA		
85	Cálculo de la Tasa de Redescuento	158
86	Cálculo del Valor Actual Neto	159
87	Cálculo del VAN con Tasa Inferior	160
88	Cálculo del VAN con Tasa Superior	160
89	Ingresos y Egresos Actualizados	162
90	Proyección del Punto de Equilibrio	163
91	Período de Recuperación de la Inversión	164
92	Resumen de Indicadores	165
ANÁLISIS DE IMPACTOS		

93	Nivelación de Impactos	180
94	Impacto Social	181
95	Impacto Económico	182
96	Impacto Empresarial	183
97	Impacto Ambiental	184
98	Impacto General	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº.	Contenido	Página
1	Tiempo de Trabajo en L & B	32
2	Área Laboral	33
3	Condiciones Laborales.....	34
4	Tecnología de la Maquinaria	35
5	Necesidades	36
6	Productos L & B.....	79
7	Camiseta Cuello Redondo	80
8	Camiseta Cuello en “V”	81
9	Camiseta Polo.....	81
10	Gama de Colores.....	82
11	Tiempo de Funcionamiento del Negocio	85
12	Clientes Permanentes	86
13	Mercado Potencial	87
14	Segmento de Mercado	88
15	Comercialización de los Productos	89
16	Lugar de Origen de Insumos	90
17	Producto Estrella	91
18	Producción de Camisetas Personalizadas.....	92
19	Precio al por Mayor de Camisetas Personalizadas	93
20	Precio al por Menor de Camisetas Personalizadas	94
21	Margen de Utilidad	95

22	Estrategia de Ventas	96
23	Conocimiento sobre Personalización de Camisetas	97
24	Compra de Camisetas Tipo sport	98
25	Preferencia de Compra	99
26	Tipo de Personalización de una Camiseta	100
27	Frecuencia de Compra de Camisetas Personalizadas	101
28	Disponibilidad de Pago	102
29	Lugares Preferidos para Comprar Camisetas Personalizadas	103
30	Tallas de Camisetas	104
31	Color de Camisetas	105
32	Diseño Personalizado de Camisetas	106
33	Posición de Mercado de “Logos & Bordados”	107
34	Disponibilidad para usar una nueva Marca	108
35	Publicidad de un Negocio	109
36	Fundas con Marca L& B.....	123
37	Canal Indirecto.....	123
38	Diseño Publicitario	124
39	Mapa del Cantón Ibarra	125
40	Croquis de Ubicación	126
41	Planta de Producción	132
42	Almacén	132
43	Plano de Instalaciones y Diseño de la Planta	133
44	Flujograma Operativo	136
45	Diagrama para la Confección de Camisetas.....	137
46	Diagrama para el Estampado de Camisetas	137
47	Diagrama para el Bordado de Camisetas	137
48	Logotipo	167
49	Organigrama de Logos & Bordados.....	171

INTRODUCCIÓN

La Industria Imbabureña y los comerciantes al por mayor y menor de la rama de textiles y prendas de vestir tienen ahora diferentes oportunidades de mercado altamente positivas, a raíz de la reconstrucción de la Fábrica Imbabura, como también por la aplicación de nuevas leyes que tienen por objeto proteger a la producción nacional; por lo que , para la microempresa “Logos & Bordados”, significa el momento preciso para impulsar un proyecto innovador, como es el caso de la ampliación microempresarial, que comprende la construcción de una nueva planta productiva y la generación del servicio personalizado del estampado.

El principal problema encontrado a través de un diagnóstico previo, radica en que la microempresa textil “Logos & Bordados” posee una capacidad instalada muy reducida; es decir no satisface los pedidos de los clientes en cuanto a camisetitas personalizadas, además según la investigación de mercado se determinó que existe la demanda por esta clase de productos. Así mismo se determinó que los consumidores estarían dispuestos a pagar los distintos precios que se plantea.

Por tal motivo el presente proyecto se realiza con la finalidad de brindar a la microempresa la posibilidad de crecimiento; ya que, tendrá la oportunidad de seguir expandiendo su mercado por cuanto se mejorará la calidad y el diseño de sus productos.

Justificación: Este estudio es importante por tres razones fundamentales. La primera, porque con la construcción de una nueva planta productiva se puede desempeñar de manera ordenada el proceso productivo. La segunda, porque al contar con el servicio de estampado, se reducirán los tiempos para que salga al mercado el producto. Y la tercera razón es que, con la implementación de maquinaria industrial a cargo de

trabajadores correctamente capacitados, el producto saldrá en las mejores condiciones.

El proyecto tiene un interés local porque contribuye al desarrollo del sector textil y de la confección de la ciudad de Ibarra, además que dinamiza la actividad comercial en la Provincia de Imbabura, también porque aporta con la generación de empleo.

Los beneficiarios directos inmediatos del proyecto serán los clientes; jóvenes comprendidos entre 15 y 39 años de edad que tienen la necesidad de vestir diferente y de manera exclusiva. Los trabajadores, porque se crea nuevas fuentes de empleo que les permitirán mejorar su nivel de vida y el de sus familias. Y en particular, su socios, porque lograrán mejorar sus utilidades. Los beneficiarios indirectos serían las industrias proveedoras de insumos para la producción, fabricantes de maquinarias y equipos de computación.

El presente trabajo es factible, ya que se mejorará la situación económica de la microempresa porque se aumentará la cantidad y calidad de sus productos logrando que sean óptimos y con precios de aceptación en el mercado.

Los objetivos a perseguir durante el desarrollo del presente trabajo son:

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de la microempresa textil “Logos & Bordados”, en el cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos:

- Realizar un Diagnóstico Técnico Situacional que permita identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la microempresa textil “Logos & Bordados”.

- Elaborar un Marco Teórico que sirva como referencia para realizar el proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado para establecer la oferta y la demanda de camisetas personalizadas que generará el proyecto.
- Realizar un Estudio Técnico para determinar la ampliación de la microempresa Textil “Logos & Bordados” estableciendo espacios físicos, inversión y recurso humano requerido.
- Evaluar Económica y Financieramente la factibilidad del proyecto para determinar la viabilidad de la ampliación de la microempresa textil “Logos & Bordados”.
- Determinar una estructura organizacional para la microempresa textil “Logos & Bordados”.
- Establecer los posibles impactos derivados de la implantación del proyecto.

Tipo de Investigación Efectuada: La recolección de información para la presente investigación se realizó a través de la aplicación de encuestas y entrevistas tanto al propietario, trabajadores, productores, consumidores, representantes de empresas textiles de Atuntaqui y al presidente ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), así como también se necesitó de la observación directa. Además, se utilizó fuentes secundarias de información, tales como libros, tesis, revistas y un recurso fundamental fue el internet.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

La ciudad de Ibarra es la capital de la Provincia de Imbabura, está ubicada a 2.228 metros sobre el nivel del mar y localizada a 126 Km. al noreste de la ciudad de Quito; posee un clima templado seco y una temperatura que bordea los 18° C. Es un cantón multiétnico, existen comunidades indígenas, negras y mestizas, siendo este último el grupo mayoritario. Su gente se dedica principalmente al comercio y a ofrecer diferentes servicios.

Ibarra, empieza a consolidarse como un centro urbano, bajo la modalidad comercial y económica de la provincia con gran proyección nacional. La tasa anual de crecimiento poblacional es del 2,3 %, reflejada por la inmigración que llega desde el campo y por el Plan Colombia.

Después de haber abordado el panorama de la ciudad en donde se llevará a cabo el presente proyecto, se procede a realizar el diagnóstico técnico situacional, considerado como un diagnóstico interno; ya que, la unidad de análisis corresponde a la microempresa textil “Logos & Bordados”; logrando determinar la posición actual en la 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.

Desde hace cuatro años en el Barrio Pílanquí del IESS de la ciudad Ibarra bajo la dirección de un sólo propietario, ha funcionado la microempresa textil “Logos & Bordados”, un pequeño taller de confección dedicado a la producción y comercialización de camisetas tipo sport caracterizadas por el servicio personalizado del bordado computarizado, para el sexo masculino. Cuenta con un cortador de tela y dos costureras a cargo de tres máquinas de coser; las cuales pueden producir mensualmente hasta 625 camisetas, trabajando jornadas irregulares, siendo el bordado computarizado su único servicio personalizado. La mayor parte de sus ventas son al por mayor; lo que disminuye su margen de utilidad.

1.1.1. Capital

Actualmente la microempresa textil “Logos & Bordados” cuenta con un capital de \$ 5700 dólares; el cual, ha sido juntado por el propietario, invertido de la siguiente forma:

- a) Taller de confecciones de 12m²
- b) 1 máquina recta
- c) 1 máquina recubridora
- d) 1 máquina overlock
- e) 1 máquina bordadora
- f) 1 mesa de patronaje y corte
- g) 1 equipo de computación
- h) Insumos para la producción

El taller, se encuentra dentro del domicilio del propietario; por lo que, se evitan de pagar arriendo. El inconveniente se encuentra en las máquinas de coser debido a que presentan fallas en su funcionamiento; ya que, fueron adquiridas de medio uso.

1.1.2. Situación Legal de la Microempresa

Actualmente el propietario cuenta con el RUC, patente municipal y el permiso de funcionamiento emitido por los bomberos de la ciudad de Ibarra, es decir la microempresa opera como sociedad de hecho dirigida por un solo propietario, falencia que no le permite desarrollarse ampliamente en el mercado. También se identificó que no existe la determinación de una visión, misión y objetivos alcanzables al igual que carece de un organigrama estructural y funcional de la microempresa.

Al momento de realizar dicha indagación dentro de la organización no se manifestaron inconvenientes; ya que, todo el recurso humano estuvo previamente anticipado de la visita que se les iba a realizar; por lo que, hubo apertura al diálogo por parte de los miembros de la entidad.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico técnico situacional en la microempresa textil “Logos & Bordados” de la ciudad de Ibarra, para determinar el estado actual en el que se encuentra la microempresa.

1.2.2. Objetivos específicos:

1.2.2.1. Verificar la infraestructura y equipamiento con el que cuenta la microempresa.

1.2.2.2. Diagnosticar el recurso humano que posee la microempresa textil “Logos & Bordados”.

1.2.2.3. Estudiar escenarios de financiamiento que permitan la ampliación de la microempresa.

1.2.2.4. Determinar los elementos administrativos y financieros de “Logos & Bordados”

1.2.2.5. Conocer las características de los productos.

1.2.2.6. Analizar la comercialización de los productos que ofrece “logos & Bordados”.

1.3. VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

Las variables que se utilizaron para el diagnóstico son las siguientes:

1.3.1. Infraestructura y equipamiento

1.3.2. Recurso humano

1.3.3. Fuentes de financiamiento

1.3.4. Elementos administrativos y financieros

1.3.5. Productos

1.3.6. Comercialización

1.4. INDICADORES

En base a las variables del estudio, para realizar el diagnóstico de la microempresa textil “Logos & Bordados”, se analizó los siguientes indicadores:

- 1.4.1.** Ubicación
- 1.4.2.** Tiempo de funcionamiento
- 1.4.3.** Capacidad de producción
- 1.4.4.** Equipo disponible
- 1.4.5.** Número de trabajadores
- 1.4.6.** Capacitación
- 1.4.7.** Funciones
- 1.4.8.** Capital propio
- 1.4.9.** Préstamos
- 1.4.10.** Organigrama
- 1.4.11.** Manual de Funciones
- 1.4.12.** Misión
- 1.4.13.** Visión
- 1.4.14.** Objetivos
- 1.4.15.** Diseño
- 1.4.16.** Calidad
- 1.4.17.** Estrategias de ventas
- 1.4.18.** Precios
- 1.4.19.** Ingresos
- 1.4.20.** Costos
- 1.4.21.** Gastos

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Verificar la infraestructura y equipamiento con el que cuenta la microempresa.	Infraestructura Equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Tiempo de funcionamiento • Capacidad de producción • Equipo disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista, Observación • Entrevista • Entrevista • Entrevista, Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario, Instalaciones • Propietario • Propietario • Propietario, Máquinas
Diagnosticar el recurso humano que posee la microempresa textil “Logos & Bordados”.	Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Número de trabajadores • Capacitación • Funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista, Encuesta • Encuesta • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario, Trabajadores • Trabajadores • Propietario
Estudiar escenarios de financiamiento que permitan la ampliación de la microempresa.	Fuentes de Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Capital Propio • Préstamos • Otro Socio 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación, Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros de la Microempresa, Propietario • Propietario
Determinar los elementos administrativos y financieros de “Logos & Bordados”	Elementos Administrativos Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Organigrama • Manual de funciones • Misión • Visión • Objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Propietario • Propietario • Propietario • Propietario
Conocer las características de los productos y servicios.	Productos Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño • Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista, Observación • Entrevista, Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario, Prenda • Propietario, Prenda
Analizar la comercialización de los productos y servicios que ofrece “logos & Bordados”.	Comercialización Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Precios • Estrategias de ventas • Ingresos • Costos • Gastos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Propietario • Propietario • Propietario • Propietario

1.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Las poblaciones consideradas para este diagnóstico y que se encuentran dentro de la unidad de análisis son, el propietario a quien se le aplicó una entrevista y a 4 trabajadores de la microempresa “Logos & Bordados”, a los cuales se les aplicó una encuesta.

1.6.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS TRABAJADORES DE LA MICROEMPRESA TEXTIL “LOGOS & BORDADOS”

¿Hace qué tiempo trabaja en la microempresa textil “Logos & Bordados”?

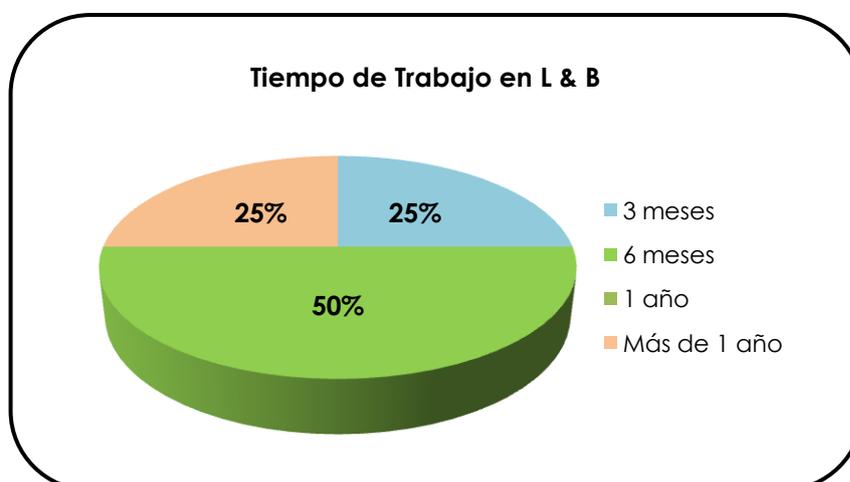
CUADRO Nº 1
TIEMPO DE TRABAJO EN LA MICROEMPRESA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
3 meses	1	25%
6 meses	2	50%
1 año	0	0%
Más de 1 año	1	25%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Encuesta a los trabajadores de “Logos & Bordados”

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 1



Análisis e Interpretación: Al ser una microempresa que está en sus primeros años de existencia, el problema que tiene es que, dos de sus cuatro trabajadores laboran menos de un año; lo que quiere decir que, el 50% de la fuerza laboral no tiene garantías en cuanto a su estabilidad laboral, repercutiendo en la eficiencia de la producción. La presencia de familiares del propietario, es inevitable en las actividades de la microempresa, pero no poseen un perfil adecuado para desempeñar un proceso muy complejo como es el de la confección de camisetas; con lo que se pretende economizar el pago de sueldos a los obreros. Siguiendo un correcto proceso de selección del personal, la microempresa tendrá la posibilidad de contar con mano de obra calificada, resultados que se reflejarán en la calidad del producto. Además, se beneficiarán los confeccionistas desempleados de la localidad, que tendrán en esta entidad una oportunidad de trabajo.

¿Cuál es el área en la que Ud. labora dentro de la microempresa?

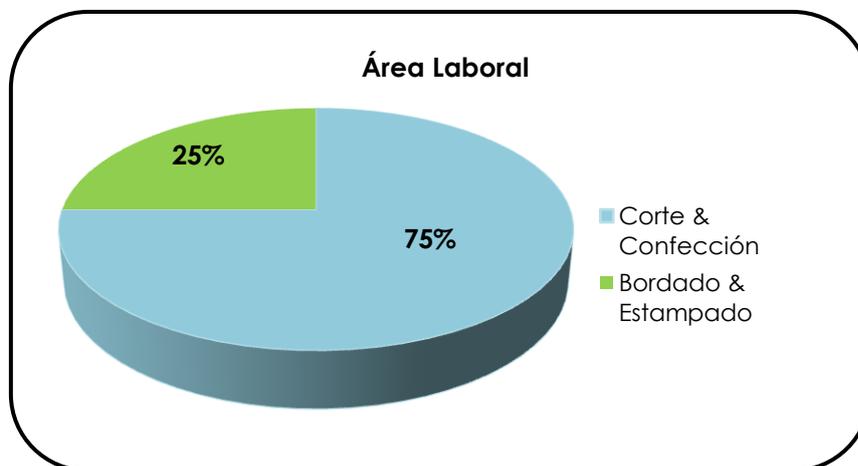
**CUADRO Nº 2
ÁREA LABORAL**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Corte & Confección	3	75%
Acabados	0	0%
Bordado Computarizado	1	25%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Encuesta a los trabajadores de "Logos & Bordados"

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 2



Análisis e Interpretación: Existe un leve debilitamiento en el recurso humano para la producción; ya que, cuando tiene que cubrir una gran cantidad de pedidos, enfrenta deficiencias en dicha área. Un escenario posible de encontrar, sería un área productiva en colapso; ya que, últimamente, la microempresa ha experimentado falencias tanto en el producto como la entrega de pedidos al cliente. Una forma de solucionarlo sería, obteniendo una base de datos del personal capacitado en la confección de camisetas tipo sport, del cantón y la provincia, que se encuentren dispuestos a trabajar. Otra estrategia, sería basada en el volumen de producción, porque de acuerdo a la capacidad de producción se fijará el rendimiento de cada uno de los operarios.

¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que tiene la microempresa textil “Logos & Bordados”?

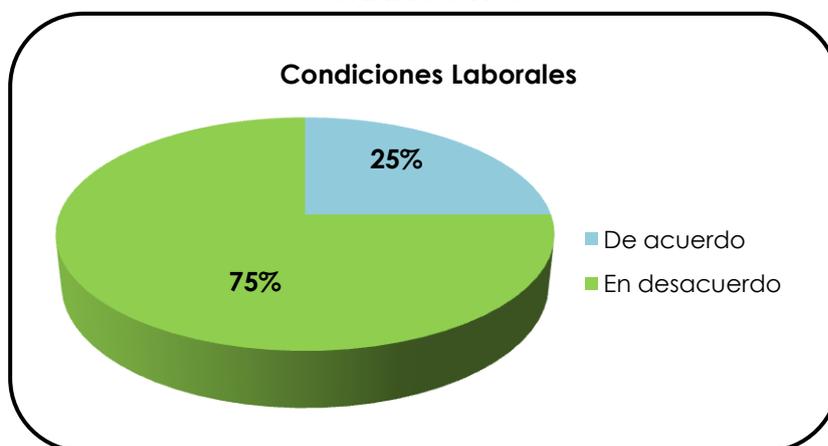
**CUADRO Nº 3
CONDICIÓN LABORAL**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	1	25%
En desacuerdo	3	75%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Encuesta a los trabajadores de “Logos & Bordados”

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3



Análisis e Interpretación: Los trabajadores de “Logos & Bordados” en su mayoría no están de acuerdo con las condiciones laborales, debido principalmente a que la entidad no ofrece beneficios de ley y no poseen una seguridad en las actividades propias del trabajo. El posible efecto es, que la empresa enfrente una excesiva rotación de trabajadores, al no proporcionar diferentes requerimientos que hacen que un obrero sea permanente. La solución para que los nuevos trabajadores tengan un buen ambiente laboral, es adoptar un correcto proceso de inserción y motivación, a través de la creación de políticas de mantenimiento y capacitación del personal.

La maquinaria que Ud. maneja posee una tecnología:

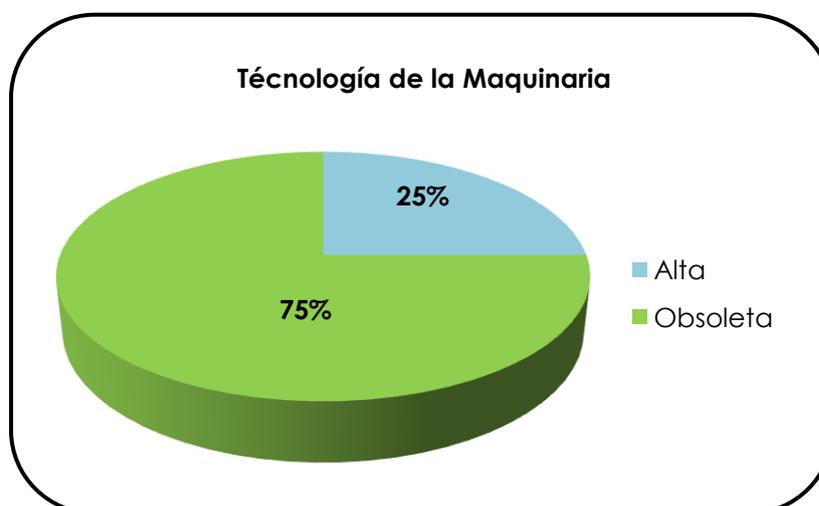
**CUADRO Nº 4
TECNOLOGÍA DE LA MAQUINARIA**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alta	1	25%
Baja	0	0%
Obsoleta	3	75%
TOTAL	4	100%

FUENTE: Encuesta a los trabajadores de “Logos & Bordados”

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 4



Análisis e Interpretación: Las máquinas que utilizan los trabajadores de “Logos & Bordados” no se encuentran en perfecto estado, presentando inconvenientes en la producción, por lo que se deberán adquirir nuevas máquinas industriales con tecnología de punta; ya que así no se perderá tiempo y esfuerzo además que se brindará un producto de excelente calidad. Sin embargo, se recomienda conservar la máquina bordadora; porque tiene tan sólo tres años de funcionamiento, está en perfecto estado y con un correcto mantenimiento puede durar cinco años más.

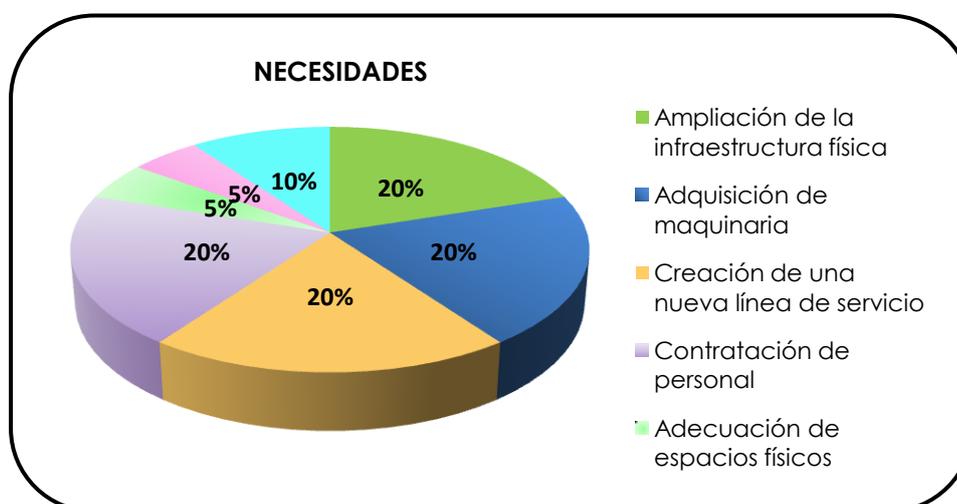
Aquí hay una lista de necesidades. Por favor, indique las cinco que considere más importantes de atender en la microempresa textil “Logos & Bordados”

**CUADRO Nº 5
PRIORIZACIÓN DE NECESIDADES**

Necesidades	Frecuencia	Porcentaje
Ampliación de la infraestructura física	4	20%
Adquisición de maquinaria	4	20%
Creación de una nueva línea de servicio	4	20%
Contratación de personal	4	20%
Adecuación de espacios físicos	1	5%
Reducción de costos de producción	1	5%
Reducción de pérdidas de materias primas	2	10%
TOTAL	20	100%

FUENTE: Encuesta a los trabajadores de “Logos & Bordados”
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 5



Análisis e Interpretación: Los trabajadores piensan que las necesidades urgentes de la microempresa son aquellas que tiene que ver con la ampliación de la infraestructura física, seguida de la adquisición de maquinaria, la creación de una nueva línea de servicio de personalización de camisetas, y la contratación de personal. Estas necesidades surgen porque al momento de colocarse dentro del mercado, no se estimó que la infraestructura que actualmente se utiliza se quedaría reducida. Al seguir con estos inconvenientes, se perderá el poco orden que actualmente existe, desencadenando en el aumento del tiempo de producción, que al final se refleja en aumento del costo de producción; otro efecto sería el estancamiento de la fabricación de los productos, siendo el cierre de sus actividades su peor consecuencia. A pedido de los trabajadores de la entidad, como sugerencia al propietario manifiestan, que la ampliación de la infraestructura de la fábrica sería la solución para que la microempresa siga trabajando al igual que la implementación de una nueva línea de servicio.

1.6.2. ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA “LOGOS & BORDADOS”.

¿Hace qué tiempo viene laborando en el mercado, la microempresa textil “Logos & Bordados”?

La microempresa comenzó a funcionar en la ciudad de Ibarra hace 4 años, exactamente en el mes de junio del 2007. Actualmente la microempresa cuenta con la patente municipal y el permiso de funcionamiento emitido por los bomberos de la ciudad de Ibarra y el RUC.

¿A qué se dedica específicamente la microempresa textil “Logos & Bordados”?

Se dedica principalmente a la confección y personalización de camisetas tipo sport para jóvenes. Se fabrica diferentes modelos de camisetas; es así que, las camisetas cuello redondo es la más producida en relación a dos modelos restantes (polo y cuello en V). Según la preferencia del

consumidor se ha considerado crear la línea de servicio de estampado. La mayor parte de nuestras ventas son al por mayor.

¿Qué tipo de características presentan sus productos?

Para presentar un producto nos basamos principalmente en el tipo de tela e insumos, las camisetas son fabricadas en variado tipo de tela según los gustos y preferencias del consumidor; entre las más cotizadas tenemos, 100% algodón y piquet, el acabado de la prenda y lo más importante es la atención al cliente.

¿Cuáles son los objetivos de la microempresa?

El objetivo a corto plazo que estamos persiguiendo, es de ampliar nuestra infraestructura para tener mayor capacidad productiva y por ende satisfacer nuestra demanda. También implementar el servicio de estampado.

¿Cuál es la misión y visión de la microempresa?

No tiene establecido una misión y visión para la microempresa.

¿La microempresa dispone de un organigrama y manual de funciones?

No, pose ninguno de estos aspectos; debido a que en su mayoría es un negocio de tipo familiar.

¿Cuál es su función como propietario dentro de la microempresa?

Me encargo de manejar el recurso económico y humano de la empresa, además de velar por el buen funcionamiento del producto dentro del mercado; es decir, busco nuevos clientes en la localidad.

¿Cuenta usted y sus trabajadores con programas de capacitación?

No, porque la mayoría del personal se estima que ha tenido experiencia en su diferentes funciones.

¿Cree que la microempresa textil “Logos & Bordados” es competitiva? ¿Por qué?

No, porque siendo todavía una pequeña organización nos enfrentamos a competidores con mucha experiencia en este mercado. También, tenemos una gran desventaja con respecto a la presencia de negocios chinos que ofrecen precios cómodos más no calidad; y el contrabando de ropa que llega desde países vecinos. Un limitante para ser competitivos es el no poseer maquinaria con alta tecnología, viéndose afectada la calidad de nuestros productos.

¿Cuáles son las necesidades de la microempresa?

Contar con una infraestructura adecuada, ya que la demanda tiende a crecer y cada vez nos vemos en la necesidad de contrarrestar este problema, lo que ocasiona, que potenciales clientes se dirijan a la competencia. La capacidad productiva es limitada, porque al mes se produce máximo 625 camisetas, trabajando 25 días al mes.

¿Dispone de terreno propio para la construcción?

Sí, dispongo de un área aproximada de 124 m²; que se encuentra en la parte posterior a mi casa, en el cual se podrá construir un taller, oficinas y en el almacén.

¿Con qué equipo cuenta actualmente la microempresa?

Contamos con un taller de confecciones de un área aproximada de 12 m², en el que cabe máquinas industriales de segunda mano como: recta, recubridora, overlock y una bordadora computarizada que está en perfectas condiciones; ya que tiene tres años de adquirida con una buena tecnología, mesa de patronaje y corte, equipo de computación e insumos para la producción. Todo esto tiene un valor de \$ 5700.

¿Cuáles son los proveedores de materiales e insumos?

Los insumos y materias primas son adquiridos en su mayoría en la ciudad de Atuntaqui, aunque si el pedido de prendas es representativo se

prefiere comprar la tela en Quito. Entre ellos tenemos a NORTEXTIL, JERSEY e INTELA.

¿Tiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?

No. Compramos la materia prima de acuerdo al pedido siempre al contado.

¿Qué rubros toma en cuenta para el cálculo del costo de producción?

Consideramos tres rubros importantes: la materia prima e insumos, la mano de obra y los otros costos adicionales.

Para el cálculo de la materia prima, el presupuesto se realiza de acuerdo al tipo de tela y el número de insumos que se necesite. En cuanto al pago de la mano de obra tenemos establecido un precio que está alrededor de \$ 0,70 centavos de dólar.

¿Existe desperdicios de materia prima durante el proceso productivo?

Lo que tratamos de generar son los menores gastos de tal manera que los desperdicios de tela llegan a un 2% del total de materia prima; ya que, al momento de cortar la tela se hace de la forma correcta.

¿Cuáles son los precios de los diferentes productos?

Las camisetas oscilan entre \$ 8 y \$ 15 dependiendo del tipo de camiseta; además del servicio de personalización.

¿Qué fuentes de financiamiento tiene disponibles al momento?

Se mantiene una salud financiera confiable debido principalmente a que existe liquidez en las cuentas bancarias que se maneja a título personal; debido a que nuestra política y por experiencia propia los pedidos que nos hacen son cancelados la mitad al momento que se receipta el pedido

y la otra al momento de la entrega, es una medida para evitarnos algunos inconvenientes con nuestros clientes. Se cuenta con la disponibilidad de entrar en sociedad con un familiar, además que se mantiene una gestión en la Corporación Financiera Nacional, para la microempresa.

1.6.3. OBSERVACIÓN REALIZADA AL DESEMPEÑO DE LAS LABORES DENTRO DE LA MICROEMPRESA TEXTIL “LOGOS & BORDADOS”

Mediante la técnica de la observación se pudo levantar cierto tipo de información como presenciar la ubicación de la microempresa en la zona urbana y cerca al centro de la ciudad de Ibarra, está estratégicamente situada en una zona con mayor proyección comercial, además la mayoría del personal que trabaja en la institución son familiares del propietario, también se constató que tanto la estructura física de la planta productora como el espacio destinado a la comercialización de los artículos terminados son muy reducidos; por lo que, se determina a simple vista que la microempresa necesita adecuar sus instalaciones y espacios físicos para que pueda producir y atender mejor a su clientela. No poseen un orden en cuanto al proceso productivo.

Tanto el propietario como sus trabajadores desempeñan su trabajo de acuerdo a los pedidos que ingresen al día, con agilidad y responsabilidad; su ambiente laboral es muy acogedor; ya que, es un grupo de trabajadores reducido que comparten experiencias entre sí con la característica de que la mayoría del personal son familiares.

1.7. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA

La siguiente matriz analiza tanto los factores internos de la organización 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

oportunidades y a la mitigación de amenazas. A través de este análisis se puede llegar al diseño de estrategias y a la toma de decisiones por parte de los encargados de la organización.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Apertura al cambio. • Terreno propio. • Especialización en la fabricación de sus productos. • Capacidad para asociarse. • Construcción de una nueva planta productiva. • Expansión de mercado. • Creación de una nueva línea de servicio personalizado. • Generación de fuentes de empleo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Multifuncionalidad por parte del propietario. • Sociedad de hecho. • No tiene establecida su misión y visión. • No poseen un organigrama y manual de funciones. • Falta de programas de capacitación. • Maquinaria obsoleta. • Proceso productivo no tecnificado. • No poseen publicidad para el negocio. • Capacidad instalada insuficiente. • Eventualidad de trabajadores. • Los niveles de producción no satisfacen la demanda requerida. • Fallas en los procesos operativos. • La dirección no prevee riesgos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores permanentes de materias primas e insumos. • Planes de financiamiento. • Aprovechar una demanda insatisfecha. • Microempresa legalmente constituida. • Acceso a nuevas tecnologías. • Políticas de incentivo a la microempresa por parte del Gobierno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal debido al contrabando. • Competencia de prendas importadas de países asiáticos. • Temporalidad de ventas. • Inestabilidad política y económica. • Variabilidad en los costos de los materiales e insumos.

A través de la creación de la matriz FODA, se puede apreciar que en los aspectos internos, las debilidades son mayores, siendo las oportunidades estrategias necesarias para contrarrestar ciertas debilidades.

1.8. ESTRATEGIAS FA, FO, DO, DA

<p style="text-align: center;">INTERNAS</p> <p style="text-align: center;">EXTERNAS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terreno propio. • Expansión de mercado. • Construcción de una nueva planta productiva. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad instalada insuficiente. • Estructura organizacional sin definir. • Maquinaria Obsoleta.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal debido al contrabando. • Temporalidad de ventas. • Inestabilidad política y económica. 	<p style="text-align: center;">FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar materiales e insumos de calidad a costos inferiores. 2. Cobertura a clientes minoristas para hacer incrementar las utilidades del negocio. 3. Actualización a los cambios de ley y aplicación de la creatividad en los diseños de los productos. 	<p style="text-align: center;">DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimizar los tiempos de producción. 2. Promocionarse y darse a conocer en la localidad a través de su logotipo y slogan. 3. Adquirir nueva maquinaria con última tecnología.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a nuevas tecnologías. • Planes de financiamiento. • Políticas de incentivo a la microempresa por parte del Gobierno. 	<p style="text-align: center;">FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar áreas de influencia para la ampliación 2. Aumento de la capacidad productiva 3. Creación del módulo de personalización de camisetas 	<p style="text-align: center;">DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incursionar en nuevos nichos de mercado 2. Constituirse legalmente como compañía 3. Generar ingresos permanentes para solventar apalancamientos

1.9. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Según el análisis FODA se puede observar una participación intensa de factores internos, que son el resultado de limitaciones en la capacidad de dirección y liderazgo por parte del propietario; ya que, se identificó fallas operativas en los diferentes procesos, siendo consecuencia de un conocimiento empírico de la rama textil.

Sin embargo, la capacidad instalada que actualmente posee, no satisface la demanda requerida; ya que, al no poseer una tecnología adecuada, se pierde eficiencia y calidad; por tal motivo, la solución a este problema es la “AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS”, EN EL CANTÓN IBARRA, siendo la construcción de la nueva infraestructura un recurso de apoyo.

Iniciar un proceso de reestructuración organizacional, es importante para la microempresa textil “Logos & Bordados”, porque podrá enfrentar los retos que sus propios clientes, el mercado local, la competencia, la globalización y lo que la apertura comercial demanden. Ante esto se debe potencializar esfuerzos para aprovechar de la mejor manera las oportunidades y crear ventajas competitivas que logren posicionar a la microempresa dentro de las mejores en su especialidad.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las transcripciones textuales de conceptos y opiniones de diferentes autores, que serán tratadas en cada tema a lo largo de toda la investigación realizada. Las bases teóricas y científicas constituyen un conjunto de conocimientos donde se sitúa el tema que se está estudiando, permitiendo orientar la búsqueda de nueva información y ofrecer una conceptualización adecuada de los términos que se desarrollarán en el trabajo. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

2.1. LA MICROEMPRESA

La actividad microempresarial es un fenómeno que ha causado revuelo en las tres últimas décadas.

2.1.1. Definición de Microempresa

La definición varía de un país a otro en función de las características del entorno económico, social e incluso cultural y de las especificidades que adopta el propio sector de la microempresa.

La CEPAL (2009) define: *“Se consideran microempresas a aquellas unidades productivas cuyo número de empleados es reducido. Las microempresas producen gran variedad de artículos (principalmente de consumo final), y atienden necesidades específicas de pequeños sectores de la población.”*

www.cdhg.wordpress.com (2011) expresa: “Es aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o prestación de servicios.”

En consecuencia una microempresa es una forma de organización socio-económica dedicada a la producción de bienes o servicios para un mercado mínimo local, tiene un tamaño pequeño, cuenta con pocos empleados, su producción es artesanal y su volumen es reducido, su fin es satisfacer necesidades de la comunidad y obtener un beneficio económico.

2.1.2. Ventajas de la Microempresa

La importancia de las microempresa radica en la capacidad de contribuir al desarrollo de una localidad, a través de la generación de empleo mejorando los niveles de vida de la población, ya que se incrementa el ingreso familiar y representan una alternativa para salir de la extrema pobreza. Además, constituyen el motor de la economía en las diferentes ramas de la producción, así como también poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado con emprendimiento e innovación.

2.1.3. Desventajas de las Microempresas

Generalmente las desventajas de las microempresas son:

2.1.3.1. Incidencia no significativa en el mercado: El área de operaciones es relativamente pequeña y no tienen acceso al sector financiero regulado ni a los servicios de apoyo empresarial.

2.1.3.2. Escasa especialización en el trabajo: Tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; el microempresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras y personal.

2.1.3.3. Reducido Recurso Humano: Una microempresa posee diez o menos trabajadores y depende en gran medida de la mano de obra familiar.

2.1.3.4. Limitados recursos financieros: El capital de la microempresa es suministrado por el propio dueño; por lo que, tiende a mezclar las finanzas familiares con las comerciales. Sus activos fijos no superan los US\$ 20.000 dólares.

2.1.3.5. Baja Tecnología: Se considera que la microempresa utiliza tecnología en relación al mercado que abastece, es decir el proceso productivo todavía no es tecnificado porque realiza actividades de pequeña escala, en ocasiones todavía es artesanal.

Es evidente que para una microempresa desarrollarse en su medio es difícil por ciertas limitaciones, pero con una correcta administración de sus recursos puede crecer paulatinamente como lo han hecho grandes empresas, empleando su innovación para asegurar su permanencia en el mercado.

2.1.4. Clasificación de las Microempresas

2.1.4.1. Producción

Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados. Las empresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

2.1.4.2. Comercio

Son las que tienen como actividad la compraventa de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

2.1.4.3. Servicios

La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

Podemos mencionar que el tipo de microempresa objeto de estudio pertenece a la producción; ya que, se dedica a confeccionar prendas de vestir en la línea deportiva, producción que se complementa con los servicios de estampado y bordado.

2.1.5. Base Legal

La microempresa en nuestro país está sujeta a la regulación del marco legal vigente en la Ley de Compañías, Código de la Producción, Código de Comercio, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y demás leyes conexas que reglamentan la operatividad funcional de las mismas.

2.2. MICROEMPRESAS TEXTILES

La microempresa textil en nuestro medio se dedica a la actividad productiva y comercial, generando crecimiento y desarrollo económico a la localidad.

2.2.1. Definición de Microempresa Textil

Es necesario definir a la microempresa textil acogiendo conceptualizaciones de los siguientes autores.

www.webs.uvigo.es (2010) señala: *“Es una organización económica dedicada a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados, los mismos que posteriormente son comercializados generando un margen de utilidad.”*

www.definiciones.com.mx (2011) define: *“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.”*

La cadena textil incorpora en su fase inicial del proceso productivo la realizada por los productores de insumos (fibras, telas e hilos) que son adquiridos por las microempresa encargadas de transformar la materia prima en bienes de consumo final como son los diferentes artículos de uso personal y para el hogar.

La microempresa textil es administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, éticos y sociales, aplican la autogestión y tienen gran capacidad para adaptarse al medio, además sus productos son considerados de consumo masivo que se venden en grandes cantidades.

2.2.2. Confección de Prendas de Vestir

El confeccionar prendas de vestir, conlleva un cierto proceso; que más que una tarea es un arte. La confección es el proceso de unir a mano o a máquina piezas de tela u otro material que conforman una prenda, a través de la costura.

Por lo que 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.

2.2.2.1. Proceso de la confección de una prenda

El proceso de confección de prendas de vestir se compone de varias etapas:

- a) **Selección de material:** 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.
- b) **Diseño y Patronaje:** Se elaboran los moldes de cartón teniendo en cuenta las tallas y medidas; luego se tiende la tela en una mesa para realizar el trazo según lo requerido.
- c) **Corte de tela:** Se procede a cortar la tela según el trazo realizado usando una tijera. Cuando se necesita una suficiente cantidad de piezas del mismo tamaño, se utiliza una cortadora eléctrica manual para cortar todo el bloque, lo que permite ahorrar tiempo.

- d) **Costura:** Con la utilización de una máquina se procede a unir las piezas, pero en ocasiones es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.

- e) **Acabado:** En esta sección se realiza el control de calidad de la prenda, porque se revisa su terminado que consiste en cortar hilos, pegar botones, cierres, bolsillos y más aditivos de las prendas obteniendo como resultado una superficie impecable y lista para ser empacada y disponible para la venta.

2.2.3. Servicios de Personalización de una Camiseta

Consiste en aplicar dibujos elaborados mediante la combinación de pigmentos que imprimen color a la tela en el caso del estampado o de bordar con hilos la superficie del tejido. Generalmente se aplican sobre la delantera de la prenda.

2.2.3.1. Estampado

Es una técnica de impresión de imágenes sobre cualquier material, la cual consiste en transferir tinta a través de una malla tensada. El sistema de impresión es repetitivo, lo que quiere decir que una vez que el primer modelo se ha estampado, la impresión puede ser repetida cientos y hasta miles de veces sin perder definición.

El servicio de estampado, dentro de una microempresa que se dedica a la confección de camisetas, cumple un papel relevante; ya que, las exigencias del consumidor hace que se personalice un producto.

a) Estampado en Directo

El proceso de poner diseños juntos para ser estampados, es conocido como estampado en directo o también conocido como el método de barniz. El proceso real empieza con el diseño del estampado. Una vez que el diseño es aceptado, se separan los colores individuales, luego se transfiere una tinta positiva negra o película de plástico transparente para reproducir color por color. La máquina de estampado tiene de cinco a ocho brazos popularmente conocido como pulpo, en los cuales reposan los marcos con las 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.

MÁQUINA DE ESTAMPADO EN DIRECTO

FUENTE: www.polos.com.pe

b) Estampado por Transferencia de Calor

El estampado por transferencia de calor es una técnica donde el papel se imprime, seguido de la transferencia del diseño del papel a un tejido. El diseño en el papel es puesto sobre el tejido y con una plancha

se calienta y suaviza los pigmentos liberando del papel la imagen deseada. 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 planchan. Es una de las técnicas de estampado más popular debido a que se necesita de una máquina que no ocupa mucho espacio y que imprime diseños ya establecidos.

MÁQUINA DE ESTAMPADO TRANSFER



FUENTE: www.tranfers.com.es

2.2.3.2. Proceso de Estampado

La producción de camisetas personalizadas para estampado requiere un proceso.

- a) **Compra materia prima:** Para comenzar el proceso de la camiseta estampada se debe tener listo las pinturas en buen estado y las camisetas en perfecta calidad, para brindarle al cliente un producto bueno.

- 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 encargara de modificar algún desperfecto que tenga la imagen, para una mejor vista y un perfecto acabado.
- d) Preparar la plantilla con el diseño:** Es el patrón de la impresión; puede ser de papel, o de cualquier material resistente a la tinta. Se coloca la película para plantillas sobre el diseño y se recorta la capa superior con un bisturí.
- e) Preparación de materiales:** Los materiales que se utilizan son los siguientes:
- **Marco o bastidor:** Elemento mobiliario destinado a asegurar la protección de obras de arte de las dimensiones.
 - **Malla:** Tejido sintético homogéneo muy fino resistente utilizado para confeccionar pantallas. Sirven para la aplicación de adhesivos.
 - **Racleta:** Se utilizan para arrastrar la tinta sobre la superficie del tamiz. Al comprimir la tinta, obliga a que esta pase a través de las mallas de seda y se deposite en el papel de tiraje.
 - **Espátulas:** Las espátulas son herramientas complementarias que ayudan en la limpieza de los diferentes residuos.

- f) **Mezcla de pintura y verificación de colores:** Preparación de los colores que se van a utilizar en la elaboración del estampado.
- g) **Colocar cinta adhesiva a la pantalla terminada:** Se coloca cinta adhesiva para que no se desprenda de la malla y no se tenga inconvenientes al momento de realizar el proceso.
- h) **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.
- i) **Colocar la pintura en la pantalla y paso de racleta:** Se coloca la pintura que se ha mezclado y que requieren los diferentes diseños. Después de que la película esté seca, se despega el respaldo de acetato.
- j) **Levantamiento de pantalla y secar la camiseta:** Se procede levanta la pantalla y se saca la impresión para posteriormente dejarla secar.
- k) **Control de calidad:** Se verifica que no exista ningún grumo de pintura en la camiseta, que tenga la contextura y calidad deseada.

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

GALINDO, Carlos (2008) señala: *“Este tipo de estudio se realiza con el fin de conocer las necesidades de los consumidores y establecer el grado de aceptación que puede tener nuestro producto o servicio en el mercado, el precio que estaría dispuesto a pagar el consumidor, cuantificando el tiempo y la frecuencia con que se realiza el consumo, adicionalmente podemos establecer qué tan posicionados están nuestros competidores.”*

<http://emprendedor.unitec.edu> (2011) manifiesta: “Un estudio de mercado sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores.”

Es la aplicación de un conjunto de técnicas útiles para obtener información sobre la evolución de la demanda, la oferta y la comercialización de un bien o servicio. Esta información se analiza para determinar si existe o no una demanda insatisfecha del producto o servicio a ofrecer. Es muy riesgoso para el pequeño empresario aplicar planes sin tomar en cuenta la realidad del mercado.

2.3.1. El Producto

El producto es el resultado natural del proceso productivo. Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que satisface un deseo o una necesidad a quien lo adquiere, incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca junto con el servicio del vendedor.

2.3.2. La Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad a un precio determinado. Depende de la demanda la cantidad de bien o servicio a producir.

El propósito fundamental que se persigue al realizar el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación a un bien o servicio, así como

precisar la posibilidad de que un producto participe en la satisfacción de dicha demanda.

2.3.3. La Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Mediante el análisis de la oferta se determina la cantidad y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda está en función de una serie de factores, como son los precios y el apoyo gubernamental a la producción, por lo que se debe tomar en cuenta en la investigación de campo que realice junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

2.3.4. El Precio

Las empresas buscan un conjunto de precios que maximicen sus utilidades. El precio es la cantidad de dinero con la utilidad necesaria para requerir un producto o servicio. El precio variará de acuerdo al análisis de oferta y demanda, o ya sea por un organismo regulador. El microempresario debe fijar un precio para su producto que sea atractivo y conveniente tanto para su clientela como para él.

La determinación del precio genera segmentación, el precio determina en muchas ocasiones el segmento de mercado al que se quiere llegar (bienes de lujo, estratos altos, medios o bienes de consumo masivo de bajo costo). También se debe tomar en cuenta elementos como la capacidad de compra, nivel socioeconómico, costos de producción, costos de distribución, costos financieros, costos de publicidad y

promoción. Pero sin duda siempre se debe tomar como referencia los precios que mantiene la competencia.

2.3.5. La Comercialización

Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. Involucra actividades como compraventa al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenamiento y financiamiento.

Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final. Los principales intermediarios objeto de estudio son los siguientes:

- a) **Mayorista:** Son empresas comerciales que se dedican a comprar en grandes cantidades a los fabricantes de un producto para revender a detallistas .

- b) **Minorista:** Representado por un comerciante que se dedica a vender al consumidor final. Los detallistas difieren en cuanto a la cantidad y variedad de la gama de productos que ofrecen.

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

MUÑOZ, David (2008) afirma: *“Sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.”*

www.editorial.unca.edu.a (2010) describe: *“El estudio técnico analiza la posibilidad de fabricar un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.”*

Este estudio entrega información relacionada con la puesta en marcha del proyecto, debido a que proporciona la información que permite definir las bases técnicas con las que operará el proyecto, además es el estudio preliminar para realizar la evaluación económica del proyecto.

2.4.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Este indicador es aquel que asegura la rentabilidad del proyecto.

2.4.2. Localización del Proyecto

La localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

2.4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización consiste en la ubicación de la nueva unidad productiva en el país y en el espacio rural o urbano de alguna región; ya que, se establece con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto.

2.4.2.2. Microlocalización

Es la determinación del punto preciso donde se ubicará la unidad productiva dentro de la región; además de especificar el terreno elegido donde se hará la distribución de las instalaciones. La microlocalización permite analizar en forma específica el área de influencia de la empresa.

2.4.3. Ingeniería del Proyecto

El estudio de ingeniería del proyecto está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.; es decir, define técnicamente los factores fijos (edificios, equipos) y las variables (mano de obra, materias primas) que componen el proyecto.

2.4.3.1. Proceso Productivo

El proceso productivo describe sistemáticamente la secuencia de las operaciones a las que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final. Es la forma en la que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir, la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación.

2.4.3.2. Tecnología

Conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio. Desde esta perspectiva la empresa necesita de este factor de la producción para poder fabricar, diseñar y construir bienes y servicios.

2.4.3.3. Inversión Fija

Son aquellas inversiones en activos fijos, que no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil. Sirven de apoyo para la operación normal del proyecto.

2.4.3.4. Inversión Diferida

Este tipo de inversión se realiza sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

2.4.3.5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. Es también llamado activo circulante.

2.4.3.6. Inversión

La inversión es la adquisición de bienes de capital cuando se espera que con esta acción se consiga ingresos mayores y de esta forma aumentar la producción en un futuro.

2.4.3.7. Talento Humano

No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades

a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses, vocaciones, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud.

El desempeño del recurso humano dentro de la organización es muy importante para el correcto funcionamiento del proceso productivo, administrativo y ventas.

2.5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Una vez realizado el estudio de mercado y analizado el aspecto técnico, corresponde a los presupuestos la cuantificación de todos los elementos para demostrar si es factible o no llevar a cabo el proyecto.

Apuntes 2010, Cátedra Evaluación Financiera, Econ. Estuardo Ayala señala: *“El estudio financiero constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados, que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales.”*

<http://emprendedor.unitec.edu> (2011) define: *“El estudio financiero tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan la etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.”*

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la cantidad de dinero requerido para poner en marcha un negocio, estimando los recursos que se necesitarán tanto para la instalación (inversión fija y diferida), así como para el funcionamiento de la empresa (capital de trabajo). La suma de la inversión fija y del capital de trabajo e inversión diferida constituye la inversión total que se requieren para poner en marcha un proyecto. Este

estudio es de vital importancia para tomar una correcta decisión de inversión

2.5.1. Ingresos

Consiste en establecer la cantidad de dinero que la empresa recibe por concepto de ventas del bien o la prestación del servicio y por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa. Los ingresos se clasifican en: Ingresos operacionales, aquellos obtenidos por la venta de un producto o servicio; y los no operacionales, son aquellos que no se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio.

2.5.2. Egresos

Erogación o salida de recursos financieros, tanto costos como gastos necesarios para la ejecución del proceso productivo. Es todo aquel dinero o capital que se extrae de la ganancia (o de la inversión inicial) para pagar servicios y diferentes costes.

2.5.2.1. Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos rubros que intervienen en la transformación de materiales en un producto o servicio listo para la venta.

a) Materia Prima

Son aquellos insumos o materiales que se pueden transformar, llegando a obtener un producto o servicio terminado. Los materiales pueden ser: directos, que son todos aquellos que se pueden identificar fácilmente en la fabricación de un producto y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un bien; indirectos, son los que

están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen poca relevancia frente a los directos.

b) Mano de Obra

Es el esfuerzo físico o mental empleado en la fabricación de un producto o servicio, la empresa debe decidir en relación con su fuerza laboral que parte de esta corresponde a la producción, que parte a administración y que parte a ventas para luego, catalogarlos como mano de obra directa o indirecta.

Dado su efecto en la estructura de costos de la microempresa, la facilidad y disponibilidad en la operación del proceso de producción, es necesario considerar el perfil adecuado para el desempeño de sus funciones.

c) Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos costos de materiales y mano de obra que no intervienen directamente en la producción, difíciles de identificar su cuantía en cada producto o servicio.

2.5.2.2. Gastos de Administración

Los gastos administrativos incluye los valores de sueldos y salarios administrativos (gerente), servicios básicos de oficinas (agua, luz, teléfono e internet) y suministros de oficina.

2.5.2.3. Gastos de Venta

Se emplean para controlar y optimizar los procesos de venta y comercialización, encontramos sueldos y salarios de vendedores, conductores, transportes y despachos, facturación y suministros.

2.5.3. Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es el balance o un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado. Contiene la información financiera que dispone la empresa al iniciar el ejercicio económico, refleja tanto los bienes (activos), obligaciones (pasivos) y el capital (patrimonio) que posee.

La información del estado de situación inicial constituye la información para el primer asiento contable del libro diario

2.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Muestra el resultado de las operaciones de una entidad durante un período determinado. Involucra los ingresos operacionales (ventas) y los ingresos no operacionales (intereses recibidos, deudas de terceros, ventas de activos). El estado de pérdidas y ganancias también llamado de resultados es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de ingresos y egresos, su finalidad es determinar la pérdida o ganancia del ejercicio económico.

2.5.5. Flujo de Caja

El flujo de caja es una herramienta que muestra las entradas y salidas de dinero que tendrá el proyecto en un período determinado, al igual que servirá para determinar la rentabilidad del mismo. Esta información es útil para proveer al usuario de los estados financieros bases para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa para utilizar esos flujos de efectivo disponibles, en actividades de operación, inversión y financiamiento.

2.5.6. Valor Actual Neto (VAN)

<http://emprendedor.unitec.edu> (2011) determina: “El valor actual neto consiste en traer todos los flujos de caja netos al valor presente, este dato nos puede dar como resultado un valor positivo o negativo. Si el valor es igual a cero o menor el proyecto no es rentable, se vuelve rentable si este es mayor que cero. Entre mas alto es el valor más rentable será el negocio.”

www.inta.gov.ar (2011) expresa: “El VAN es el (Valor Actual Neto), se obtiene actualizando a la fecha de inicio del proyecto los flujos de fondos futuros esperados, utilizando para ello una tasa de interés que puede ser según el caso, la tasa de rentabilidad mínima esperada por la empresa o bien la tasa de interés del préstamo con el que será financiado el proyecto.”

El VAN es la suma de los flujos de caja actualizados, incluyendo la inversión inicial. El proyecto de inversión, de acuerdo a este criterio se acepta cuando el valor actual neto es positivo. Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FC}{(1 + i)^n}$$

Donde:

FC = Flujo de Caja Netos

i = Tasa de Redescuento o TR

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto

Criterios:

VAN>0: El proyecto es viable o factible

VAN=0: La decisión de invertir es indiferente

VAN<0: El proyecto no es viable ni factible

2.5.7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

<http://emprendedor.unitec.edu> (2011) señala: “Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto / valor futuro o valor anual en una serie de egresos e ingresos. El valor que resultara será un porcentaje que se puede comparar con las tasas de interés existentes. Si este valor es igual o menor a las tasas de interés bancarias, obviamente el proyecto no es rentable ya que en este caso es mejor depositar el dinero en el banco y esperar por los intereses. En el caso que sea mayor que las tasas de interés bancario, entre mas alto sea este valor más rentable será el negocio.”

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto (VAN) es igual a cero; por lo que, la TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido. Su fórmula se expresa de la siguiente forma:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \times \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

Donde:

T_i = Tasa inferior

T_s = Tasa superior

VAN_{T_i} = Valor Actual Neto con Tasa inferior

VAN_{T_s} = Valor Actual Neto con Tasa superior

Criterios:

$TIR > TR$: El proyecto es viable o factible

$TIR = TR$: La decisión de invertir es indiferente

$TIR < TR$: El proyecto no es viable ni factible

2.5.8. Relación Costo – Beneficio

www.monografias.com (2011) *define*: “La relación costo-beneficio, se obtiene con los datos del VAN; cuando se divide la sumatoria de todos los beneficios entre la sumatoria de los costos.”

Es un indicador con el que se llega a determinar si las ventas podrán o no cubrir los gastos y costos, además de generar beneficios económicos. Los costos corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son el valor de los bienes o servicios producidos por el proyecto.

$$C/B = \frac{\sum FNE \text{ Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

Criterios:

BC > 1: El proyecto es aceptable

BC = 1: El proyecto es postergado

BC < 1: El proyecto no es aceptable

2.5.9. Período de Recuperación

www.monografias.com (2011) dice: “Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.”

A través de este indicador se puede considerar en cuanto tiempo se puede recuperar la inversión; es decir, el número de años que durarán los flujos de efectivo sin necesidad de reemplazar el equipo.

2.5.10. Punto de Equilibrio (PE)

<http://emprendedor.unitec.edu> (2011) indica: “El punto de equilibrio consiste en el volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida. Por debajo del punto de equilibrio habrá una pérdida y por encima, una utilidad.”

Mediante la determinación del punto de equilibrio, una empresa puede identificar cuanto puede llegar a producir y vender para poder financiar sus costos y gastos. La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio en dólares es:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio en unidades es:

$$PEu = \frac{PE\$}{\text{Precio de Venta}}$$

2.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

VÁSQUEZ, Víctor (2002), señala: *“Constituye una herramienta que facilita el desarrollo de los procedimientos administrativos, optimizando la utilización de los recursos disponibles.”*

<http://www.gestiopolis.com> (2011) manifiesta: *“La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.”*

Mediante una estructura organizativa se define el comportamiento de una unidad productiva en un mundo cambiante, dinámico y competitivo. La estructura organizacional es una cadena de mando, es decir existe una línea de autoridad que interrelaciona las posiciones de la organización y define quién se subordina a quién. Cada organización tiene una estructura organizacional en función de sus objetivos, de su tamaño, de la coyuntura que atraviesa y de la naturaleza de los productos que fabrica o de los servicios que presta.

2.6.1. Misión

Identificar la misión de una empresa es de vital importancia para definir el rumbo económico y social, para saber hacia dónde se dirige y cuál es el concepto que tiene sobre sus actividades, la calidad del servicio y el compromiso con la región, con sus empleados y sus dueños. En otras palabras 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.

2.6.2. Visión

La visión es el proceso de formular el futuro. Visualizar el futuro implica un permanente examen de la organización frente a sus clientes, su competencia, su propia cultura; es decir, frente a sus capacidades y oportunidades. La visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la organización, debe ser amplia e inspiradora y conocida por todos los miembros que la conforman.

Un conjunto de acciones sin una visión que defina el futuro horizonte de la empresa, no despeja el camino, ni conduce a una meta, porque los esfuerzos se debilitan en las múltiples direcciones que pueden tomar sus directivos.

2.6.3. Organigrama Estructural

Indica la forma en que se enlazan los departamentos a lo largo de las principales líneas de autoridad. Es un esquema que representa la estructura orgánica empresarial, cumple con una función informativa para

las distintas áreas, brinda una apreciación general de la distribución de los puestos, departamentos, niveles jerárquicos, línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión; facilitando el conocimiento de las interrelaciones y campo de acción de cada cargo.

2.6.4. Organigrama Funcional

El organigrama funcional o manual de funciones es realizado con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía. El objetivo primordial es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización de esta manera, se evitan la duplicidad de funciones y responsabilidades. Los puestos creados deberán contar con los perfiles necesarios para evitar confusiones en la asignación de tareas y hacer más eficiente dicha tarea del individuo en el puesto.

2.7. IMPACTOS

JÁCOME, Walter (2005), define: *“Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.”*

<http://es.wikipedia.org> (2011) señala: *“Evaluación de Impactos, es el proceso formal, empleado para predecir las medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de una determinada actividad, con la implementación de propuestas o decisiones de carácter social, económico y ambiental.”*

Un impacto que se genera al realizar un proyecto es muy diverso, depende de la evaluación de los aspectos que beneficiarán o perjudicarán la implementación del proyecto. Los impactos que generalmente se estudia en los proyectos de factibilidad son de carácter social, económico, empresarial y ambiental, dependen del grado de incidencia en cada rama para que el impacto sea positivo o negativo.

Los aspectos más relevantes que se consideran son:

- 2.7.1. Impactos Directos:** Ocasionados por las actividades planificadas en el proyecto.
- 2.7.2. Impactos Indirectos:** son los relacionados con el análisis causa-efecto.
- 2.7.3. Impactos Acumulativos:** Es el análisis de la interacción de las actividades del proyecto con otras.
- 2.7.4. Impactos Residuales:** Son los rezagos que quedan a pesar de haber realizado acciones de mitigación.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye una fase clave del proceso de investigación y elaboración de proyectos. Del análisis adecuado de las principales variables del mercado se obtendrán los primeros argumentos de factibilidad del proyecto.

3.1. ANTECEDENTES

3.1.1. Finalidad del Estudio de Mercado

La investigación de mercado realizada en las principales ciudades de la Provincia de Imbabura como Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, determinó que dentro de la producción de prendas de vestir, el producto estrella son las camisetas asociados al servicio personalizado de la estampación, dirigidos al intermediario. Además, se evidenció que el 87% de los consumidores no conocen de los productos y servicios que ofrece la microempresa “Logos y Bordados”. También se demostró que el margen de utilidad de este tipo de negocios oscila alrededor del 40%; es decir una buena rentabilidad para la generación del proyecto.

El mercado de prendas de vestir tiene una tendencia creciente en los últimos años, debido a que es un sector estratégico de la producción a nivel nacional; porque genera fuentes de empleo y utilidades a sus propietarios. Los negocios existentes en nuestra localidad dedicados a

fabricar prendas camisetas no pierden su sentido artesanal aunque no descartan realizar inversiones para lograr la competitividad necesaria.

3.1.2. POBLACIÓN Y MUESTRA INVESTIGADAS

3.1.2.1. Población

Para efectos de la presente investigación se tomó a dos universos:

- a) Población de productores y comercializadores de camisetas tipo sport personalizadas de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo siendo 72. **(Ver anexo G)**
- b) Población Económicamente Activa de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui, Otavalo. Hombres entre 15 y 39 años de edad. **(Ver anexo H)**

Según datos proporcionados por el INEC del censo 2001, la población económicamente activa de hombres de las tres ciudades en investigación, fue de 23.023 personas. La proyección se realizó de acuerdo a la tasa de crecimiento de cada ciudad; por lo que, para el respectivo cálculo se estimó la población de la siguiente manera:

**CUADRO Nº 6
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA-HOMBRES**

Ciudad	Hombres	TCA	Proyección 2011
Ibarra	15886	2,3	19942
Atuntaqui	2606	2,5	3336
Otavalo	4531	4,3	6903
POBLACION TOTAL	23023		30181

FUENTE: INEC, Censo 2001

ELABORACION: La Autora

Fórmula:

$$PF = PA(1 + i)^n$$

Donde:

Población Futura Estimada (*PF*): x

Población Actual (*PA*): 15886 (Ibarra)

Tasa de crecimiento (*i*): 2,3%

Número de años (*n*): 2011 - 2001 = 10

$$PF = 15886(1 + 0.023)^{10}$$

$$PF = 15886 \times 1.25533$$

$$PF = 19942$$

**CUADRO Nº 7
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Población Económicamente Activa-Hombres Proyectada 2011	30181
(-) 6,11% Tasa de Desempleo	1844
TOTAL POBLACIÓN A INVESTIGAR	28337

FUENTE: INEC, BCE

ELABORACION: La Autora

3.1.2.2. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra del segundo universo se realizó el respectivo cálculo.

a) Fórmula de Cálculo

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

Donde:

Nivel de confianza: 95%

Valor Crítico (Z):1,96

Tamaño de la población (N): 28337

Error (E): 5%

Desviación Estándar (σ^2): 0,5/2= 0,25

$$n = \frac{0,25 \times 1,96^2 \times 28337}{0,05^2(28337 - 1) + 0,25 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{27214,8548}{71,8004}$$

$$n = 379,0349 \approx 379$$

De acuerdo a este cálculo se aplicó 379 encuestas distribuidas en las tres ciudades de la provincia de la siguiente manera.

CUADRO Nº 8
ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Ciudad	PEA-Desempleo	f=n/N	Nº Encuestas
Ibarra	18724	0,013375	250
Atuntaqui	3132	0,013375	42
Otavalo	6481	0,013375	87
POBLACION TOTAL	N=28337		n=379

FUENTE: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

ELABORACION: La Autora

3.1.3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La recopilación de información se realizó a través de fuentes primarias como las encuestas y la observación con el fin de establecer y determinar primordialmente las tendencias de los potenciales clientes. Para poder generar esta información fue necesario establecer diferentes técnicas de recolección de datos. Se realizó una investigación por el

método de observación directa, en las diferentes empresa textiles de la ciudad de Atuntaqui; con lo que se pudo apreciar el desempeño del proceso productivo tanto en la confección de las camisetas como en el servicio del estampado en directo, la conducta del comprador, las líneas de productos disponibles en la región, su nivel de aceptación, la calidad y el precio. También, se realizó una encuesta a los productores de camisetas personalizadas de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo; y una encuesta a los consumidores de este tipo de producto de las tres ciudades, valoradas bajo un método de muestreo probabilístico aleatorio estratificado con afijación proporcional.

Además, se investigó series históricas de oferta y demanda nacional de prendas de vestir; ya que la información proporcionada por el Banco Central del Ecuador (BCE) y la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), no tienen un desagregado por producto. Con la aplicación de diferentes cálculos matemáticos y estadísticos se ofrece un análisis de las variables de mercado. **(Ver anexos I, L)**

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Los principales productos a utilizarse en la producción y comercialización de la microempresa, son camisetas tipo sport personalizadas en tres modelos. Estas prendas de vestir serán presentadas a los consumidores con su respectivo diseño y marca, proporcionando originalidad al producto.

GRÁFICO N° 6
PRODUCTOS L & G



Camiseta Llana



Camiseta Estampada



Camiseta Bordada

FUENTE: Microempresa “Logos & Bordados”

3.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

3.2.1.1. Tipo de Tela

Las camisetas serán elaboradas en tela con fibra vegetal y sintética, además se utilizará el tejido de punto, proporcionándole a la prenda la capacidad de amoldarse al cuerpo debido a la elasticidad que otorga su estructura.

3.2.1.2. Modelos

Los modelos de camisetas tipo sport que se confeccionarán y comercializarán en la microempresa son:

a) Camiseta Cuello Redondo

Esta prenda de vestir es muy común en el guardarropa de los jóvenes y adultos, ya que es una prenda imprescindible al momento de vestir, es cómoda de usar y es recomendable para cualquier época del año además tiene un estilo variado. Su presentación es en varios colores, entre los más apetecidos por público masculino está el blanco, negro y gris, y es el modelo de camiseta más estampado y bordado.

GRÁFICO Nº 7

CAMISETA CUELLO REDONDO



FUENTE: www.ftiche.com

b) Camiseta Cuello en “V”

La camiseta cuello en “V” es adquirida básicamente por personas que les gusta vestir diferente, en cualquier ocasión. Está elaborada en un tipo de tela liviana y mantiene un estilo básico con detalles simples pero sofisticados. Este tipo de camiseta está en función de las actuales tendencias del consumidor aunque la prefieren llana, en colores oscuros.

GRÁFICO Nº 8
CAMISETA CUELLO EN “V”



FUENTE: www.ftiche.com

c) Camiseta Polo

Este diseño es un tanto casual pero mantiene su tipo sport; por lo que según el combinado de la indumentaria, se la puede usar para cualquier situación; además por estar fabricada en un tipo de tela microporoza brindar frescura en temperaturas altas. Es considerada una prenda de uso frecuente y la que el consumidor la prefiere usar con un estampado o bordado.

GRÁFICO Nº 9
CAMISETA POLO



ELABORACIÓN: La Autora

3.2.1.3. Dimensiones

Las tallas de las camisetas, tendrán las siguientes medidas:

CUADRO Nº 9
PRODUCTO Y DIMENSIONES

Producto	Tallas	Medidas	
		Alto	Ancho
	S	64 cm	51 cm
	M	68 cm	53 cm
	L	74 cm	55 cm

FUENTE: Costureras, Microempresa Logos & Bordados
ELABORACIÓN: La Autora

3.2.1.4. Colores

La microempresa presentará una variada gama de colores de tela, para la producción de las camisetas.

GRÁFICO Nº 10
GAMA DE COLORES



ELABORACIÓN: La Autora

3.2.1.5. Contextura

Las características técnicas para la confección de una camiseta se basan principalmente en la materia prima (tela), de origen vegetal (algodón) y fibra sintética (poliéster) que son agradables al tacto, aportan gran resistencia, comodidad y durabilidad, aspectos determinantes para la calidad del producto. Además, con estas especificaciones las camisetas pueden ser fácilmente personalizadas, proporcionándole originalidad. Entre los diseños de un estampado o bordado están textos, imágenes, fotografías y logotipos.

3.2.1.6. Empaque

Las camisetas serán empacadas en fundas de plástico, cuando sea al por mayor, y en una funda de papel para el consumidor final, que contendrá el logotipo de la microempresa, permitiendo una adecuada presentación y transportación del producto, la misma que podrá ser reutilizada por el cliente.

3.2.1.7. Indicaciones de Uso

Para que las camisetas personalizadas conserven sus características originales (color y textura) y de durabilidad, es necesario seguir las siguientes indicaciones:

CUADRO N° 10

INDICACIONES PARA LA CONSERVACIÓN DE LA PRENDA

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
	Separar las prendas blancas de las de color
	Lavar a mano o en máquina, más no en seco
	Lavar al revés con agua hasta 30° C y sin dejar en remojo
	No usar blanqueadores y detergentes fuertes
	No retorcer la prenda, solo exprima con suavidad
	No exponer la prenda directamente al sol ni viento fuerte, especialmente si es calor
	Planchar al revés de la prenda

ELABORACIÓN: La Autora

3.3. MERCADO META

En el mercado ecuatoriano especialmente de la Provincia de Imbabura, existe una gran demanda de camisetas personalizadas; por lo que, para la implementación de este proyecto es aconsejable direccionar la producción a las ciudades de: Ibarra, Atuntaqui y Otavalo considerados como polos de desarrollo, siendo sus consumidores potenciales los hombres económicamente activos comprendidos entre 15 y 39 años de edad. El principal mercado que se quiere conquistar es el ibarreseño; debido a que la microempresa está radicada en esta ciudad y para que los consumidores conozcan y confíen en la calidad de sus productos; y de apoco, introducirse en las zonas de influencia como Atuntaqui y Otavalo.

Aunque en la ciudad de Ibarra no existe mucha competencia de este tipo de negocios, será difícil competir con los productores de la ciudad de Atuntaqui.

3.4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS APLICADAS

Las encuestas fueron aplicadas tanto a los productores y comercializadores de camisetas personalizadas, y a los consumidores de las ciudades mencionadas.

3.4.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS PRODUCTORES DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su negocio en la ciudad?

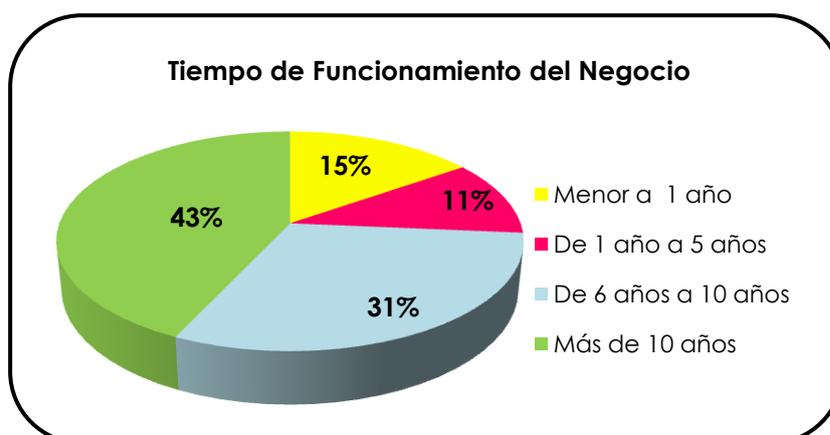
CUADRO Nº 11
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 1 año	11	15%
De 1 año a 5 años	8	11%
De 6 años a 10 años	22	31%
Más de 10 años	31	43%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº11



Análisis e Interpretación: Los productores de camisetas, en su gran mayoría tienen una larga trayectoria, motivo por el cual son puntos de

venta tradicionales y gozan de una buena posición de mercado; por lo que para enfrentar a esta competencia, la nueva microempresa implementará publicidad y propaganda en los diferentes medios de comunicación para darse a conocer en la localidad y la región.

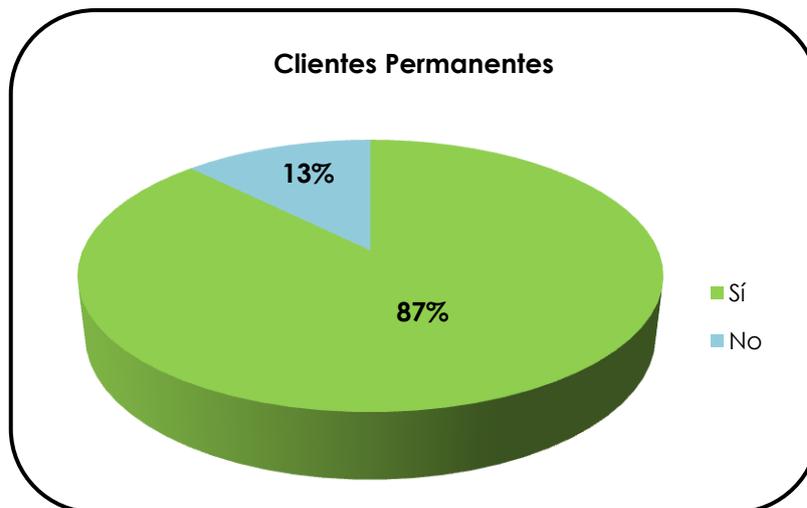
¿Cuenta usted con clientes permanentes?

**CUADRO Nº 12
CLIENTES PERMANENTES**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	63	87%
No	9	13%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada
ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 12



Análisis e Interpretación: La mayor parte de productores mantienen una cartera de clientes permanentes, de los cuales obtienen exitosos niveles de ventas. En este caso es recomendable fidelizar a este grupo de clientes y a través de una correcta aplicación de estrategias de ventas, buscar nuevos mercados.

¿De qué ciudad son sus potenciales clientes?

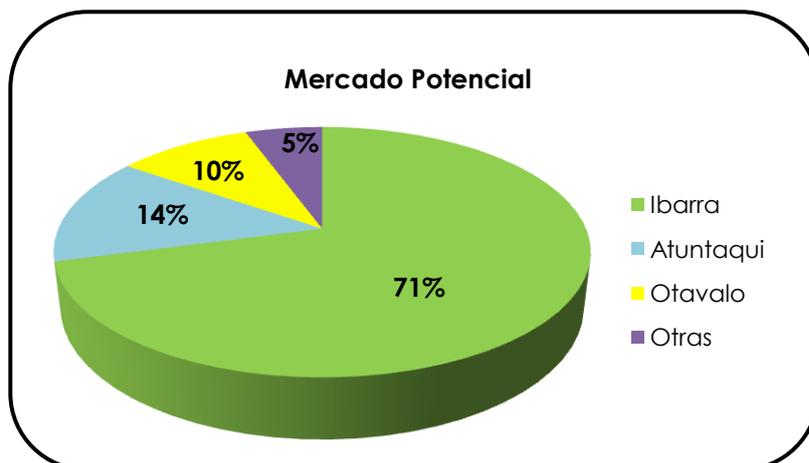
CUADRO N° 13
MERCADO POTENCIAL

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ibarra	51	71%
Atuntaqui	10	14%
Otavalo	7	10%
Otras	4	5%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 13



Análisis e Interpretación: El mercado potencial de camisetas personalizadas se encuentra en la ciudad de Ibarra; debido a que esta ciudad se encuentra en constante desarrollo comercial y económico; y es también donde existe la mayor cantidad de personas que desean vestir diferente y a la moda, con diseños propios y de acuerdo a su personalidad. Sin embargo, la ciudad de Atuntaqui, también es considerada como un excelente mercado para este tipo de producto; pero existe mucha competencia.

¿A qué segmento de mercado está dirigida su producción?

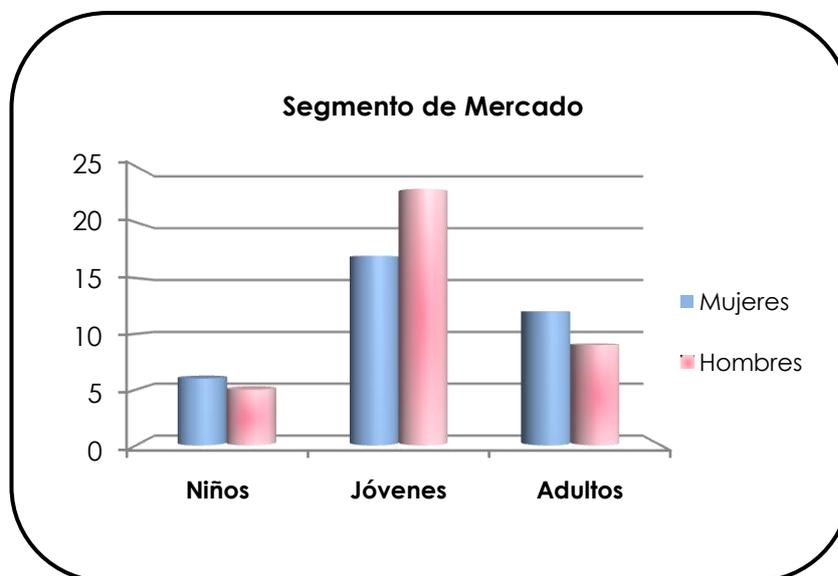
CUADRO N° 14
SEGMENTO DE MERCADO

Categoría	Niños	Jóvenes	Adultos	Total	Porcentaje
Mujeres	6	17	12	35	49%
Hombres	5	23	9	37	51%
Total	11	40	21	72	100%
Porcentaje	15%	56%	29%	100%	

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 14



Análisis e Interpretación: La mayor parte del mercado que captan los productores de este tipo de camisetas son los jóvenes de sexo masculino; ya que son considerados como sus clientes potenciales, debido a que este grupo de personas les gusta vestir diferente. Por este motivo es necesaria la ejecución del proyecto, porque solventaría las necesidades de este tipo de consumidores, ya que podrán diseñar sus propios modelos a su gusto y preferencia, estableciendo estilo y personalidad en cada una de las prendas.

¿La mayoría de sus clientes son?

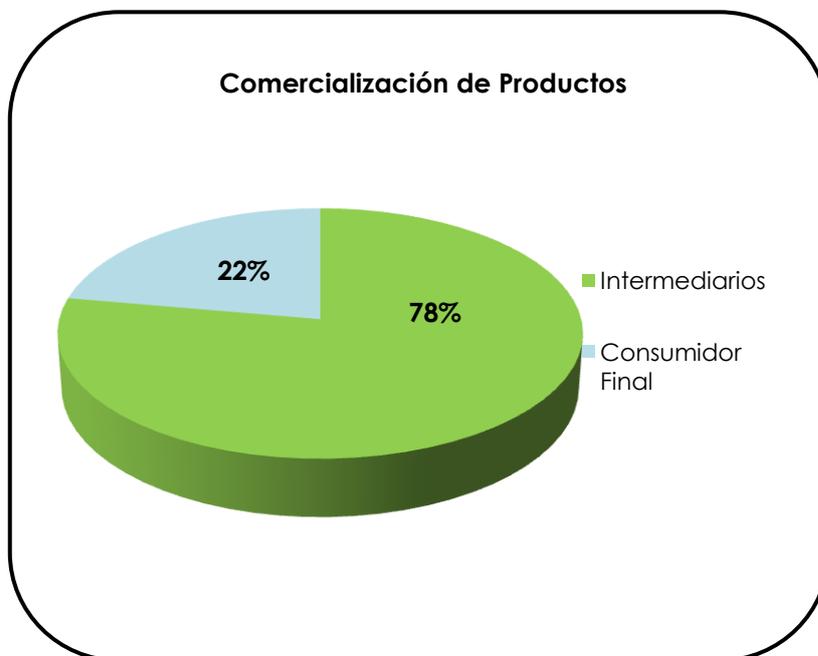
CUADRO Nº 15
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Intermediarios	56	78%
Consumidor Final	16	22%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 15



Análisis e Interpretación: La mayoría de productores manifiestan que sus clientes son intermediarios; es decir se realiza con mayor frecuencia ventas al por mayor, sin embargo el restante 22% de los locales destinan su mercadería para el consumidor final; siendo una situación que perjudica a la rentabilidad del productor. Una forma de contrarrestar este efecto es que se estimule la participación del consumidor final a través de la calidad y el servicio que se le pueda ofrecer.

¿De qué ciudad provienen los insumos para la producción?

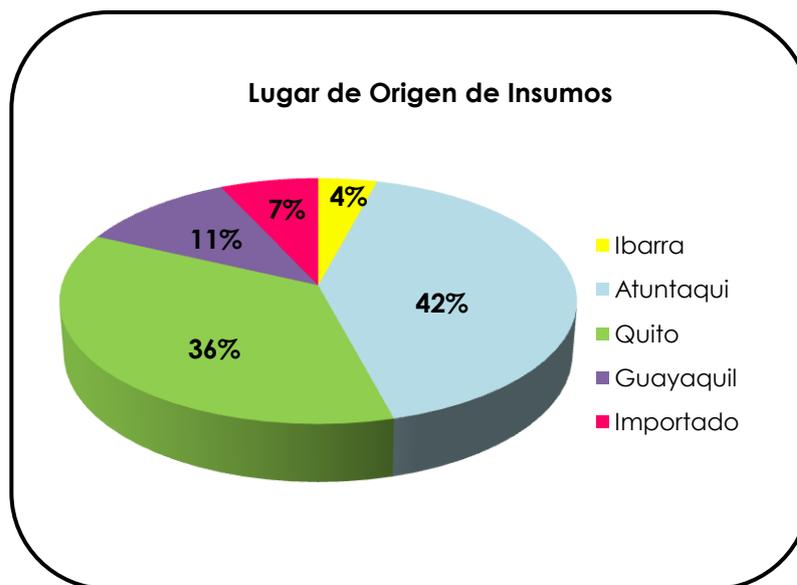
CUADRO N° 16
LUGAR DE ORIGEN DE INSUMOS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ibarra	3	4%
Atuntaqui	30	42%
Quito	26	36%
Guayaquil	8	11%
Importado	5	7%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 16



Análisis e Interpretación: Los insumos para la producción de camisetas personalizadas, provienen en su mayoría de la ciudad de Atuntaqui, por la cercanía que existe entre las ciudades y también porque allí existen materias primas de excelente calidad. La microempresa deberá buscar proveedores dentro de esta ciudad, que ofrezcan seriedad y confiabilidad.

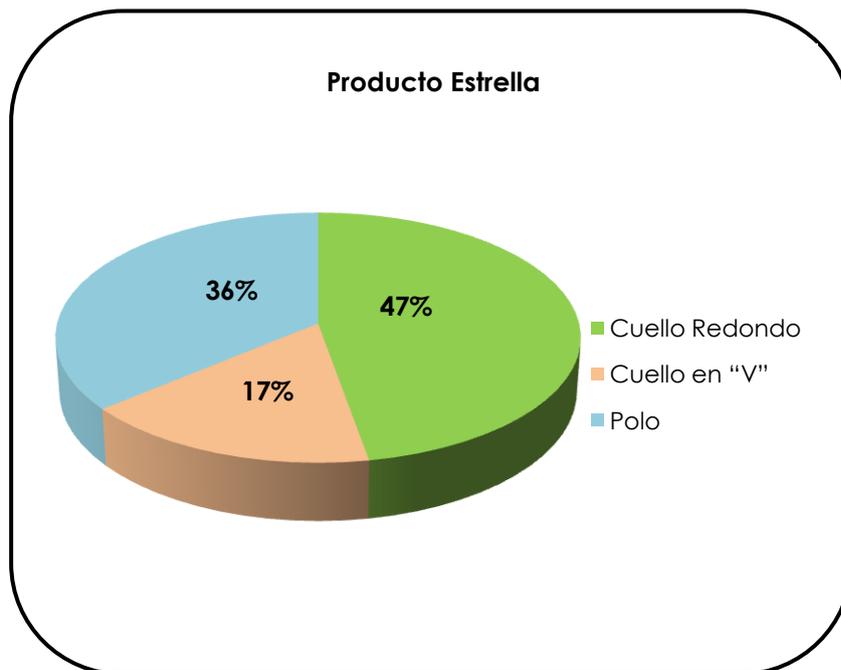
¿Qué modelo de camiseta tipo sport se personaliza con mayor frecuencia?

CUADRO Nº 17
PRODUCTO ESTRELLA

Modelo de Camiseta	Frecuencia	Porcentaje
Cuello Redondo	34	47%
Cuello en "V"	12	17%
Polo	26	36%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada
ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 17



Análisis e Interpretación: El modelo de camisetas que con mayor frecuencia se personalizan son las camisetas cuello redondo, seguidas de las camiseta polo y cuello en "V"; por lo que, se considera un indicador de la preferencia del consumidor por cualquier modelo de camiseta tipo sport para ser personalizadas.

¿Cuántas camisetas tipo sport se estampan y bordan al año?

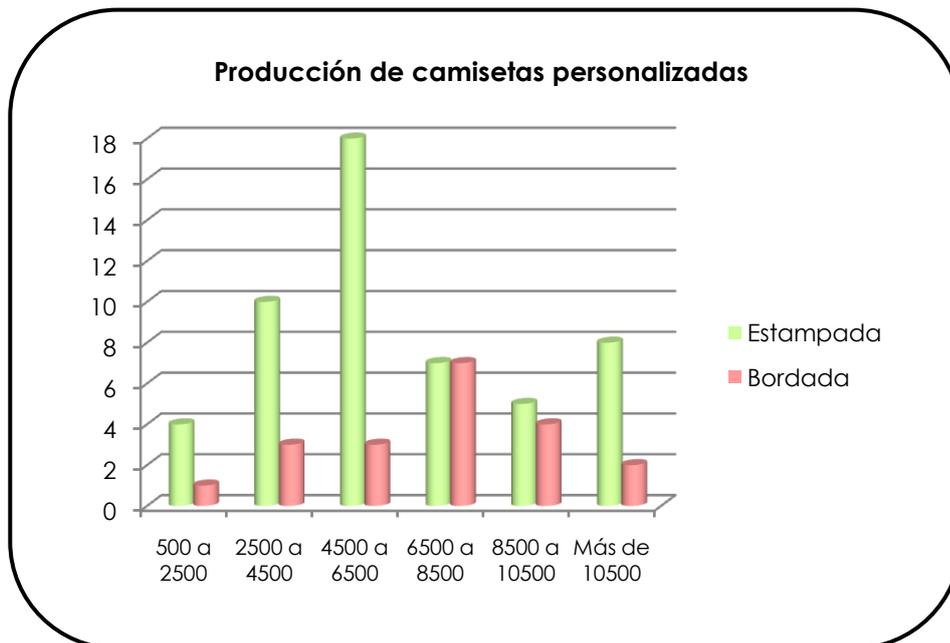
CUADRO N° 18
PRODUCCIÓN DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Categoría	Estampada	Bordada	Total	%
Entre 500 a 2500	4	1	5	7%
De 2500 a 4500	10	3	13	18%
De 4500 a 6500	18	3	21	29%
De 6500 a 8500	7	7	14	19%
De 8500 a 10500	5	4	9	13%
Más de 10500	8	2	10	14%
Total	52	20	72	100%
%	72%	28%	100%	

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 18



Análisis e Interpretación: Entre los servicios de personalización de camisetas, la gran mayoría prefieren el estampado; siendo su producción promedio anual de 464.000 camisetas personalizadas.

¿Cuál es el precio de venta al por mayor de las siguientes camisetas personalizadas?

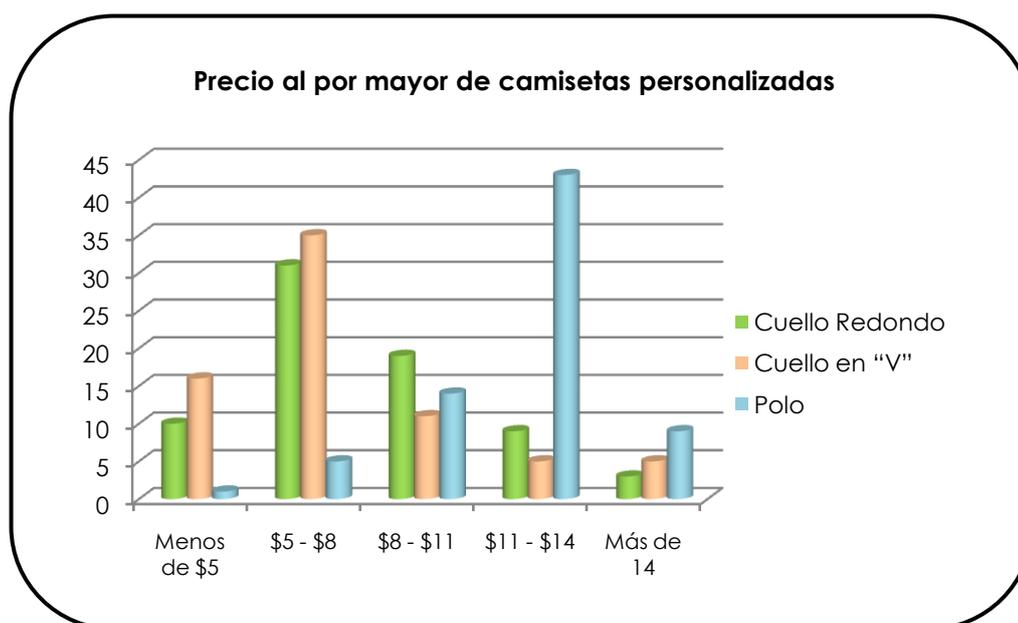
CUADRO Nº 19
PRECIO AL POR MAYOR DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Categoría	Cuello Redondo	%	Cuello en "V"	%	Polo	%
Menos de \$5	10	14%	16	22%	1	1%
De \$5 - \$8	31	43%	35	49%	5	7%
De \$8 - \$11	19	26%	11	15%	14	19%
De \$11 - \$14	9	13%	5	7%	43	60%
Más de 14	3	4%	5	7%	9	13%
Total	72	100%	72	100%	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 19



Análisis e Interpretación: La mayor parte de productores señalan que el precio de venta al por mayor de las camisetas personalizadas cuello redondo y cuello en "V" por estar fabricadas en el mismo tipo de tela, cuestan en promedio \$ 6,50 dólares; sin embargo el precio de venta de las camisetas tipo polo está entre \$ 11 y \$ 14 dólares. Tomando en cuenta que el precio al por mayor es inferior al precio de venta al por menor.

¿Cuál es el precio de venta al por menor de las siguientes camisetas personalizadas?

CUADRO Nº 20

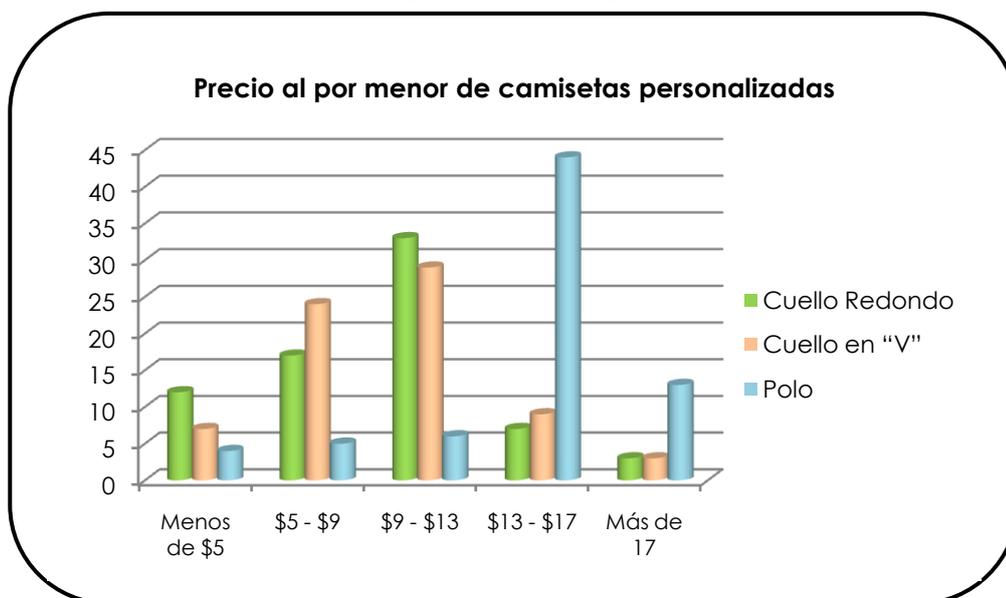
PRECIO AL POR MENOR DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Categoría	Cuello Redondo	%	Cuello en "V"	%	Polo	%
Menos de \$5	12	17%	7	10%	4	6%
De \$5 - \$9	17	24%	24	33%	5	7%
De \$9 - \$13	33	46%	29	40%	6	8%
De \$13 - \$17	7	10%	9	13%	44	61%
Más de 17	3	4%	3	4%	13	18%
Total	72	100%	72	100%	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 20



Análisis e Interpretación: La mayor parte de productores coinciden en que una camiseta cuello redondo y cuello en "V" personalizada, cuesta al por menor alrededor de \$11 dólares; difiriendo del precio de venta de las camisetas tipo polo que cuesta entre \$ 13 y \$ 17 dólares.

En definitiva, se puede decir que los productores de camisetas cuando venden al por mayor, su margen de utilidad se reduce pero su frecuencia de compra es mayor; aunque cuando se vende al por menor su rentabilidad sube, pero su frecuencia de consumo se contrae.

¿Cuál es el porcentaje de utilidad que espera ganar en la venta de sus productos?

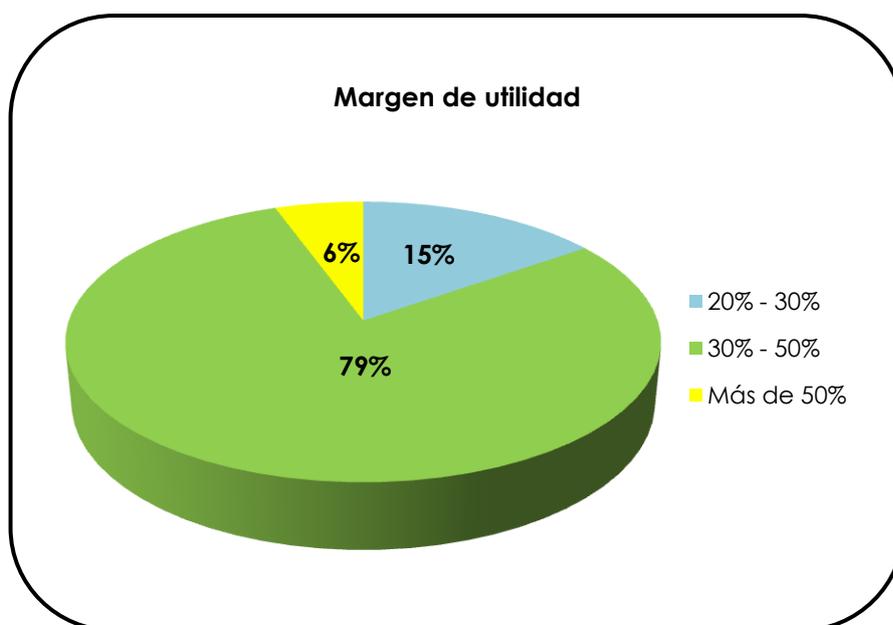
CUADRO Nº 21
MARGEN DE UTILIDAD

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Del 10% al 30%	11	15%
Del 30% al 50%	57	79%
Más del 50%	4	6%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 21



Análisis e Interpretación: La mayor parte de productores estiman una utilidad promedio del 40% en la venta de camisetas personalizadas, obteniendo una rentabilidad aproximada de \$3,00 dólares por camiseta al por mayor; y al por menor una rentabilidad aproximada de \$4,00 dólares por camiseta; lo que, significa que este tipo de negocio es rentable.

¿De qué forma promociona sus productos?

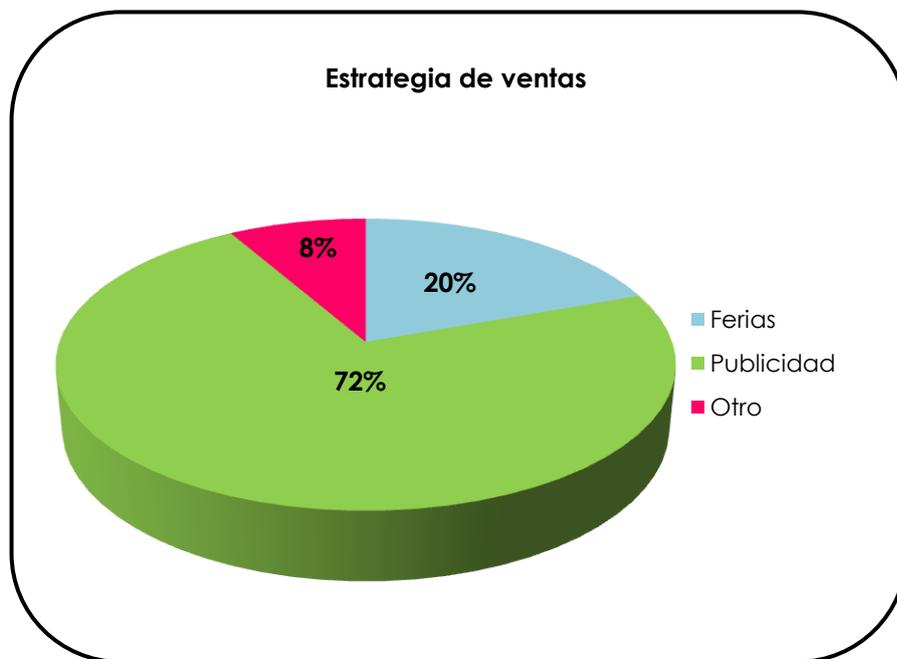
CUADRO N° 22
ESTRATEGIA DE VENTAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ferias	14	20%
Publicidad	52	72%
Otro	6	8%
Total	72	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 22



Análisis e Interpretación: La mayor parte de encuestados, señala que la mejor forma de promocionar sus productos es mediante la publicidad; también, cabe mencionar la buena organización por parte de los productores y de los gobiernos seccionales de las ciudades de Atuntaqui y Otavalo, para impulsar la producción de sus diferentes empresas textiles, a través de diferente eventos que se realizan en ciertas épocas del año.

3.4.2. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES

¿Conoce de qué forma puede personalizar una camiseta?

CUADRO Nº 23
CONOCIMIENTO SOBRE PERSONALIZACIÓN DE CAMISETAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	333	88%
No	46	12%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 23



Análisis e Interpretación: Muchos de los encuestados señalan que conocen el proceso de personalización de camisetas; por lo que existe la preferencia de consumir una camiseta personalizada.

¿Acostumbra comprar camisetas tipo sport?

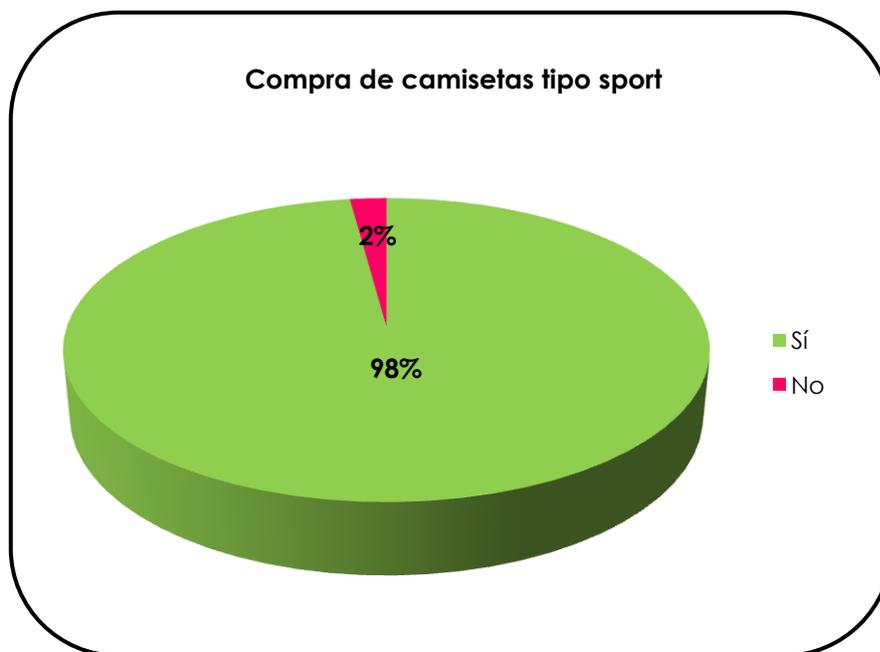
CUADRO N° 24
COMPRA DE CAMISETAS TIPO SPORT

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	371	98%
No	8	2%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 24



Análisis e Interpretación: La mayor parte de encuestados menciona que adquiere camisetas tipo sport; por lo que se puede evidenciar que existe demanda por este tipo de camisetas ya sea por su estilo o comodidad.

¿Qué modelo de camiseta prefiere compra?

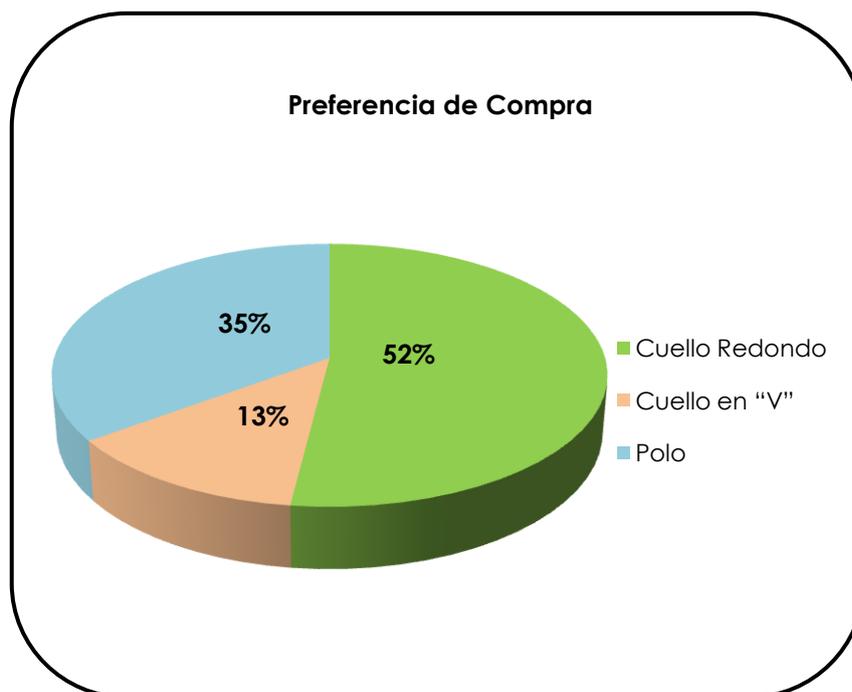
CUADRO N° 25
PREFERENCIA DE COMPRA

Modelo de Camiseta	Frecuencia	Porcentaje
Cuello Redondo	197	52%
Cuello en "V"	49	13%
Polo	133	35%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 25



Análisis e Interpretación: El modelo de camiseta que con mayor frecuencia se personaliza es la camiseta cuello redondo, seguidas de las camiseta polo y cuello en "V"; por lo que, se considera un indicador de la preferencia del consumidor por un modelo exclusivo de camiseta para ser personalizadas.

¿Qué tipo de personalizado le gustaría llevar en su camiseta?

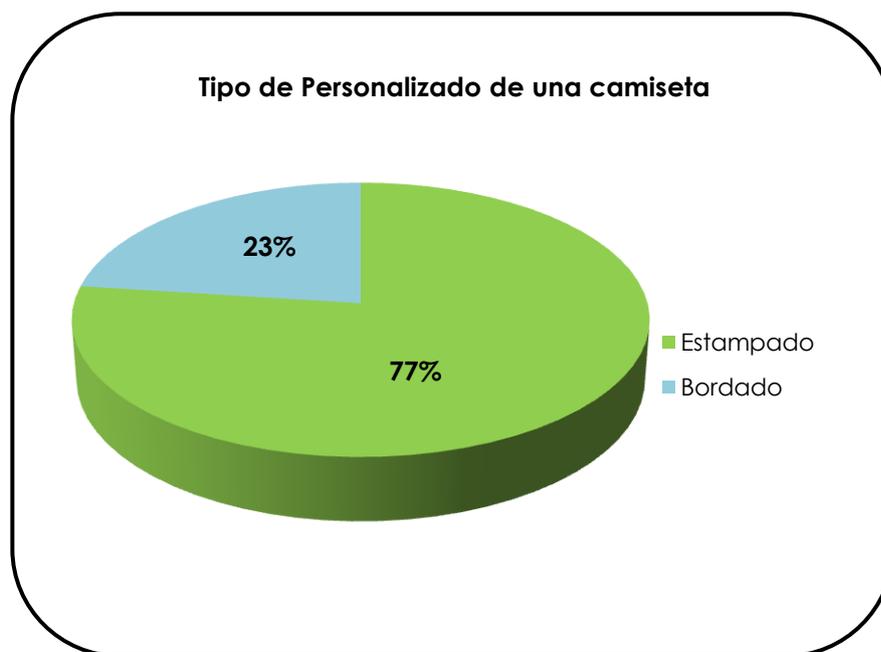
CUADRO N° 26
TIPO DE PERSONALIZADO DE UNA CAMISETA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Estampado	292	77%
Bordado computarizado	87	23%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 26



Análisis e Interpretación: A la gran parte de encuestados les gustaría usar un estampado en sus camisetas; sin embargo el bordado computarizado es también es apetecido por un minoritario grupo de demandantes; siendo estos tipos de personalizaos en la actualidad un medio para plasmar sus gustos y exclusividad.

¿Cuántas camisetas personalizadas adquiere al año?

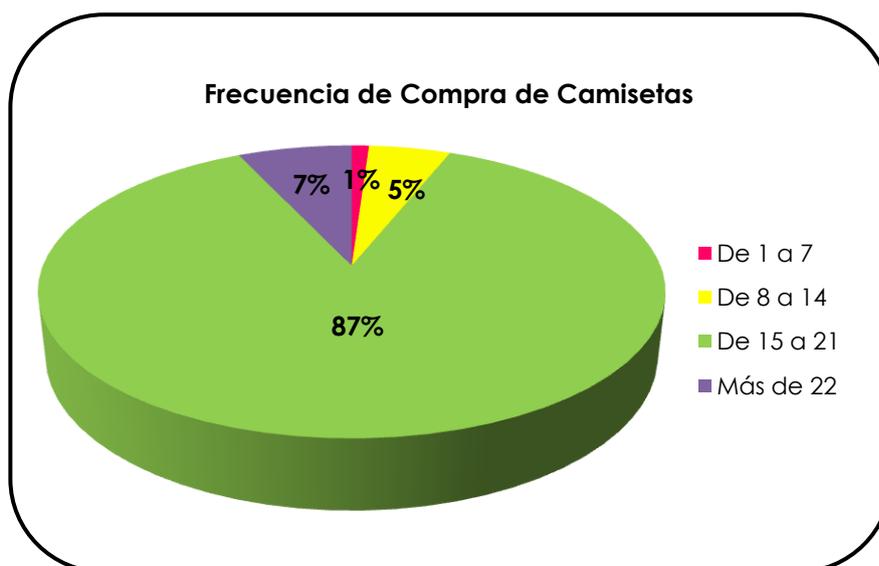
CUADRO Nº 27
FRECUENCIA DE COMPRA DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Categoría	Estampada	%	Bordada	%	Total	%
De 1 a 7	5	1%	3	1%	8	1%
De 8 a 14	23	6%	15	4%	38	5%
De 15 a 21	348	92%	311	82%	659	87%
Más de 22	3	1%	50	13%	53	7%
Total	379	100%	379	100%	758	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 27



Análisis e Interpretación: La mayoría de los consumidores de camisetas personalizadas compran al año en promedio 18 camisetas, siendo alrededor de 2 camisetas por mes. Considerando estos resultados, la demanda promedio de camisetas personalizadas es de 504.122 unidades.

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una camiseta personalizada?

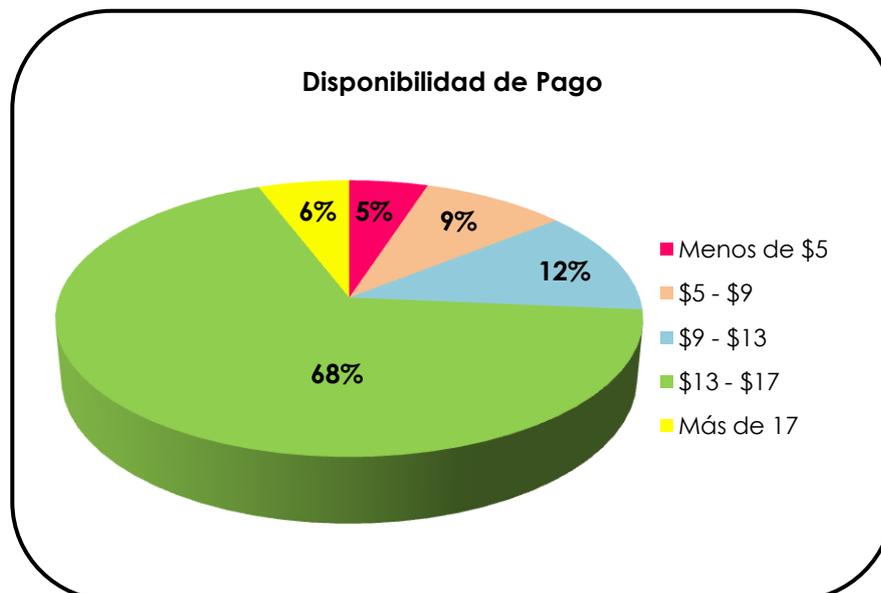
CUADRO N° 28
DISPONIBILIDAD DE PAGO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$5	19	5%
De \$5 - \$9	35	9%
De \$9 - \$13	46	12%
De \$13 - \$17	257	68%
Más de 17	22	6%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 28



Análisis e Interpretación: En cuanto a precios la mayoría de consumidores están dispuestos a cancelar por una camiseta personalizada hasta \$ 17 dólares.

¿En qué lugares prefiere comprar camisetas personalizadas?

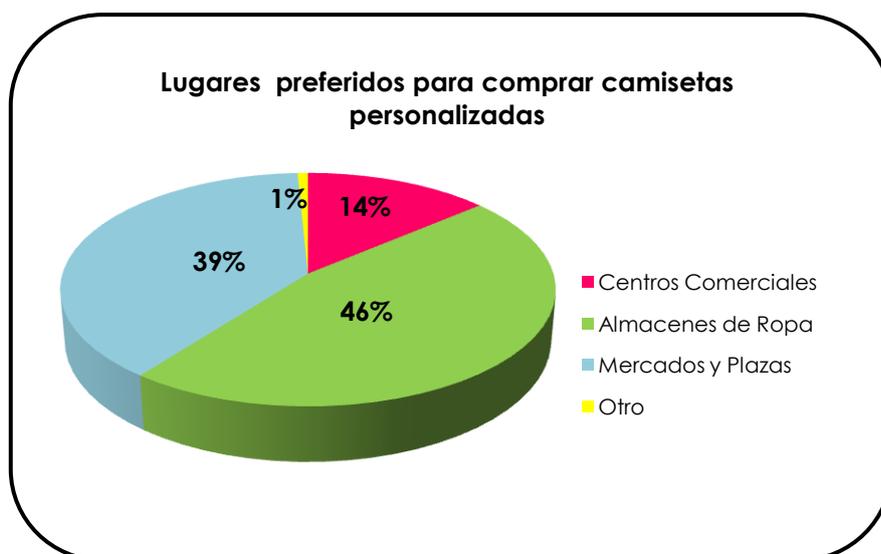
CUADRO N° 29
LUGARES PREFERIDOS PARA COMPRAR
CAMISETAS PERSONALIZADAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Centros Comerciales	72	13%
Almacenes de Ropa	244	47%
Mercados y Plazas	203	39%
Otro	4	1%
Total	523	100%

FUENTE: Encuesta aplicadas

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 29



Análisis e Interpretación: Los clientes prefieren comprar camisetas personalizadas en almacenes de ropa, porque argumentan que la calidad y modelos son exclusivos. Esto significa, que la mayoría de consumidores de este tipo de producto pertenecen a una clase social media y media - alta, quienes perciben un salario que satisface todas sus necesidades básicas y de vestimenta; recurriendo a lugares donde les ofrecen variedad, precios accesibles y un buen servicio. Por lo que, la microempresa “Logos & Bordados” debe considerar un almacén para comercializar sus productos.

¿Qué talla elije Ud. al momento de comprar una camiseta?

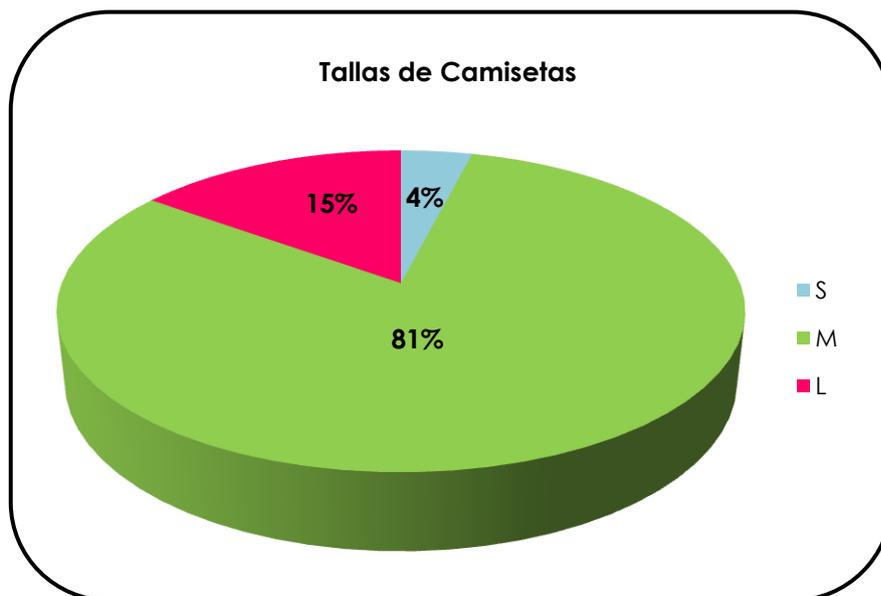
CUADRO N° 30
TALLAS DE CAMISETAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Small (S)	15	4%
Medium (M)	307	81%
Large (L)	57	15%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicadas

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 30



Análisis e Interpretación: En su mayoría los consumidores utilizan la talla médium, seguido por un pequeño grupo que utiliza la talla large, es decir; la microempresa deberá realizar patrones para estas tallas con sus respectivas dimensiones ya que son las que más se adquiere en el mercado.

¿Qué color de camisetas prefiere usar?

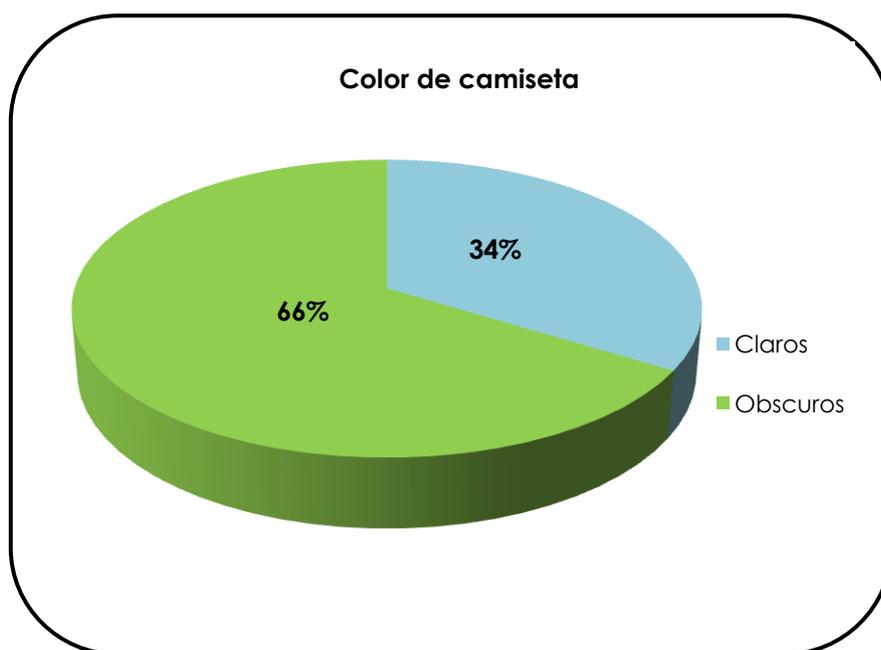
CUADRO Nº 31
COLOR DE CAMISETAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Claros	128	34%
Obscuros	251	66%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicadas

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 31



Análisis e Interpretación: La gama de colores preferidos por el público masculino son los oscuros; siendo sin duda los mejor seleccionados; ya que, tienden a identificarse por su personalidad y carácter.

¿Qué tipo de diseños le gustaría tener en la personalización de las camisetas?

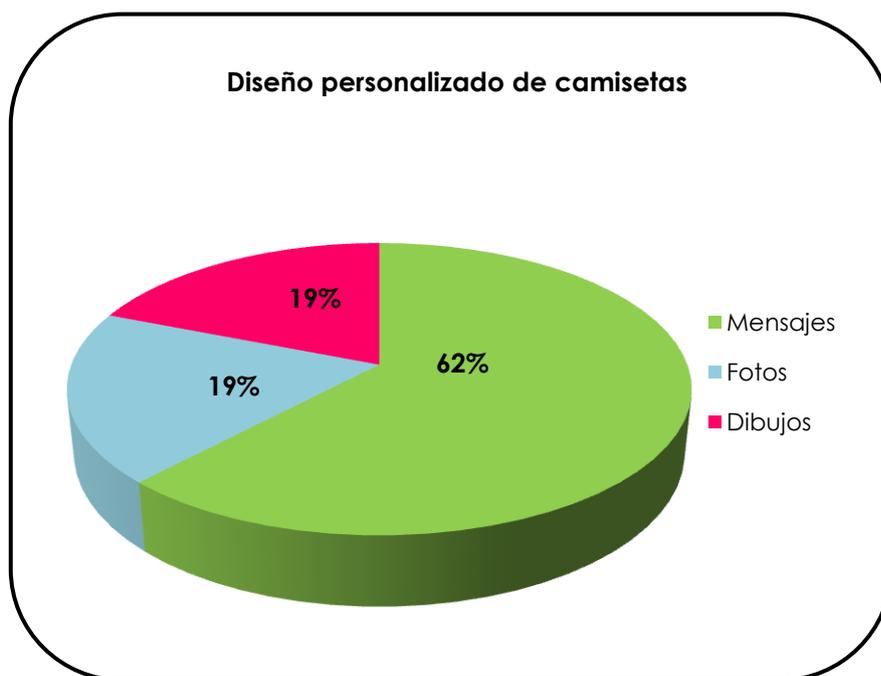
CUADRO Nº 32
DISEÑO PERSONALIZADO DE CAMISETAS

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mensajes	235	62%
Fotos	72	19%
Dibujos	72	19%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicadas

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 32



Análisis e Interpretación: La mayor parte de consumidores señalan que prefieren imprimir un mensaje sobre las camisetas; aunque las fotos y los dibujos también tienen su aceptación en el mercado. Este resultado deberá ser considerado primordial porque depende del gusto y la preferencia del consumidor para realizar los nuevos diseños a personalizar.

¿Ha escuchado de los productos y servicios que ofrece la microempresa “Logos & Bordados”

CUADRO N° 33
POSICIÓN DE MERCADO DE “LOGOS & BORDADOS”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	13%
No	331	87%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada
ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 33



Análisis: La mayoría de los encuestados no conoce de los productos que ofrece Logos & Bordados; lo que significa, que la microempresa debe buscar estrategias de venta inmediatas, siendo la publicidad un recurso fundamental para imponer su marca en el mercado.

¿Estaría dispuesto a adquirir camisetas personalizadas de una marca diferente?

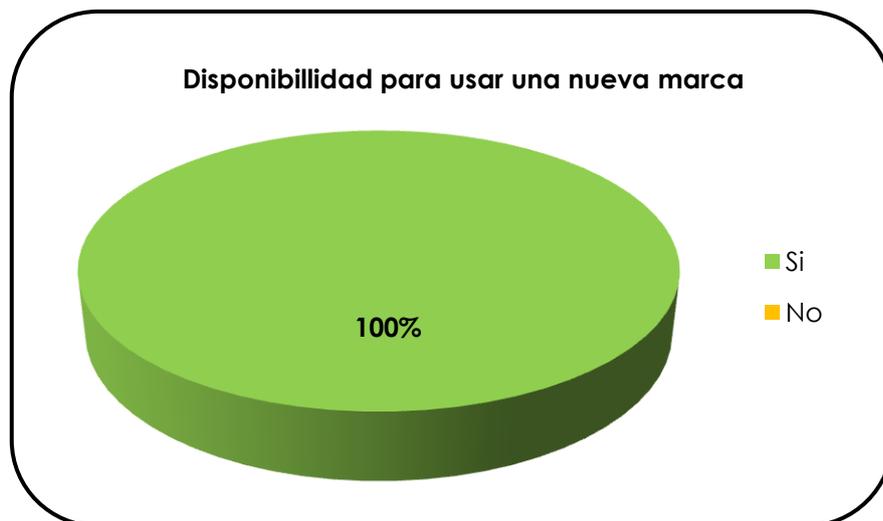
CUADRO N° 34
DISPONIBILIDAD PARA USAR UNA NUEVA MARCA

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	379	100%
No	0	0%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada

ELABORACION: La Autora

GRÁFICO N° 34



Análisis e interpretación: La totalidad de encuestados están dispuestas a usar una marca diferente a que habitualmente están acostumbrados, siempre que sean de buena calidad. Esta respuesta de la ciudadanía es muy importante porque indica que siempre está dispuesta a enfrentar cambios, y más cuando se trata de un producto de consumo masivo, su tendencia a probar algo nuevo siempre está latente, la aceptación de la ciudadanía es muy satisfactoria porque se puede retomar el camino trazado por la microempresa, dejarse conocer y mantener su clientela es el mayor reto que tiene por hoy la microempresa.

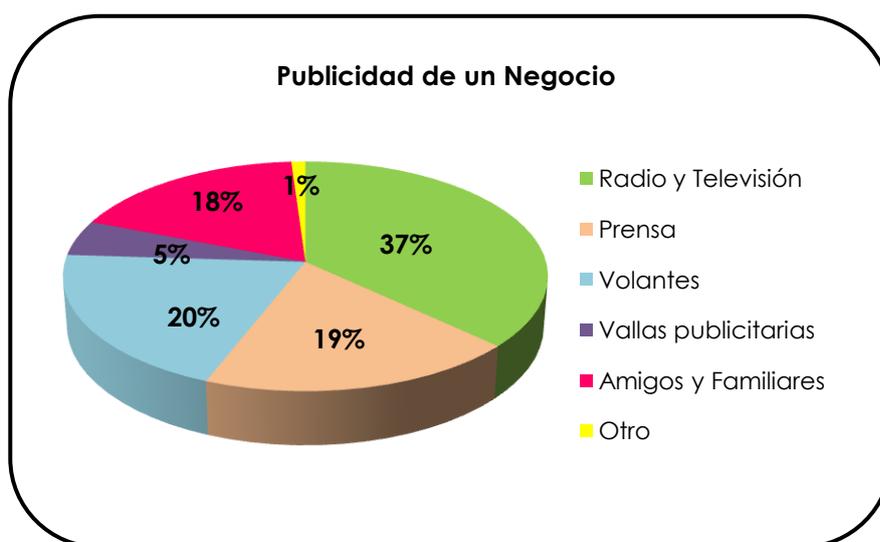
¿De qué forma conoce la apertura de un nuevo negocio dentro de la ciudad?

CUADRO Nº 35
PUBLICIDAD DE UN NEGOCIO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Radio y Televisión	140	37%
Prensa	72	19%
Volantes	76	20%
Vallas publicitarias	19	5%
Amigos y Familiares	68	18%
Otro	4	1%
Total	379	100%

FUENTE: Encuesta aplicada
ELABORACION: La Autora

GRÁFICO Nº 35



Análisis: La mejor forma de realizar publicidad es a través de la radio y televisión; ya que, por medio de estos medios de comunicación se llega a gran parte de la población, otra forma de dar a conocer la existencia de un negocio en nuestra localidad, es por las hojas volantes que se reparten en sitios estratégicos de las diferentes ciudades; estas formas de llegar al público imbabureño debería tomarse en cuenta por parte de los directivos de la microempresa “Logos & Bordados” ; ya que, el mensaje que se desea transmitir llegará de una forma clara y concisa al cliente.

3.4.3. RESULTADO DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR (AITE)

Entrevista realizada al Ing. Javier Díaz Crespo, Presidente Ejecutivo de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, en la ciudad de Quito.

¿Qué es la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador?

La AITE es un gremio Privado, fundado en 1943, ante la necesidad del sector textil y de la confección, de tener una instancia quien los represente, no tiene fines de lucro y abarca un ámbito nacional.

¿Cuántos miembros están afiliados a esta Asociación?

Están afiliados 260 empresa entre pequeñas, medianas y grandes, de las cuales 220 se encuentran en Atuntaqui, pero como aportantes son 38.

¿Qué beneficios brinda al asociado?

El beneficio más importante es el de defender a nuestros asociados ante las autoridades de gobierno, trabajadores y ciudadanía en general. Además, se brinda asesoría en temas relacionados en cuanto a capacitación (talleres y congresos) y apertura de espacios de negocios que facilitan las relaciones comerciales entre miembros.

¿Cómo ha evolucionado la Industria Textil de nuestro país?

El Sector Textil es el sector más importante del Ecuador, su participación en el PIB es del 12%. Se remonta a la época de la colonia cuando ya se trabajaba en lo que es algodón y lana de oveja, en los años 50 se empieza a trabajar en lo que es acrílico y fibras sintéticas. Pero a partir de los años 90, el sector se convierte de artesanal a ser más tecnificado tanto en sus procesos como en su maquinaria aunque seguimos siendo muy básicos y copiadores; al final de la década enfrenta graves

problemas como fue la crisis bancaria que perjudicó al sector otorgándole una calificación de riesgo muy alta; lo que, desencadenó en el cierre de muchas empresas. En el año 2002 crecen las importaciones de productos chinos, se acelera la competencia desleal a través del contrabando, la subfacturación y el incumplimiento de normas técnicas; el resultado de esto una producción estancada. En el año 2007-2008 las exportaciones crecieron en un 7% y 8%, pero decrecieron en el 2009 un 2%.

El sector textil aporta con el 2% al PIB manufacturero, genera 160 mil empleos directos tanto rurales como urbanos, es decir más de 600 mil empleos indirectos; por lo que es considerado un sector altamente importante y estratégico no solo en el Ecuador sino en los demás países, aunque se ha logrado inversión, falta más posicionamiento de mercados en el exterior.

¿Cuál es el factor fundamental para que las empresas del país se conviertan en competitivas?

El recurso humano es el motor fundamental para que una empresa sea tanto productiva como competitiva, con una adecuada capacitación. También, hay que diversificar la oferta, especializarse en ciertos productos y diferenciarse en calidad y diseño. Y la inversión en maquinaria de tecnología de punta para tener más volumen y ganar espacios en mercados locales y de afuera, porque no se compite al interior sino con los demás países.

¿Cuál es la tasa de crecimiento de la producción de prendas de vestir?

Hasta el momento no se tiene una base de datos sobre el sector, se ha sugerido al régimen que se plantee en el censo económico preguntas respecto al sector, y que a su vez se publique, pero eso no fue posible; por lo que, estamos tratando como asociación levantar esa información a través de una muestra del registro de asociados en las diferentes

provincias. Entre los años 2006 - 2009 las estimaciones del Banco Central del Ecuador en cuanto a tasas de crecimiento del sector fueron del 3%; en el 2010 hubo un decrecimiento al 1%, y con cifras estimadas se espera para el 2011 tener una tasa positiva entre el 1,5% (*).

3.4.4. RESULTADOS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS TEXTILERAS Y DE LA CONFECCIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

CONFECCIONES PANDA

Entrevista realizada al Ing. Remigio Martínez, Supervisor de Producción de la Empresa de Confecciones Panda de la ciudad de Atuntaqui.

¿Qué tipo de prendas de vestir produce su empresa?

El tipo de prendas que se confecciona es variado, porque va desde pijamería hasta ropa deportiva y casual.

¿Durante su evolución a través del tiempo, la empresa ha tenido procesos de ampliación?

Sí, debido a que hace 16 años, como toda empresa que inicia en el mercado fue pequeña, contaba con 3 máquinas, 5 obreros y sus propietarios; pero con el pasar del tiempo se dejó conocer primero dentro de la ciudad de Atuntaqui y luego en la provincia, aumentado así sus demandantes; lo que, dio lugar a que por tres ocasiones se experimente una ampliación, tanto de su infraestructura como de producción. Ahora cuenta con 86 obreros, 10 empleados entre personal administrativo y de ventas, 120 máquinas, además posee diferentes departamentos.

¿Cuál es el proceso productivo que utiliza la empresa, para elaborar sus productos?

Ante todo una correcta planificación es el eje de transversal en la que trabajan todos los departamentos, dependiendo de los rubros que les

corresponde a cada uno de los departamentos. Se busca mercados tanto nacionales como extranjeros. Todo es una cadena, se maneja tiempos y costos.

¿Cuál es el proceso de contratación y capacitación de sus empleados?

Manejamos dos perfiles: **1) Personas Capacitadas**, quienes son las que saben tanto del arte de la confección como quienes son profesionales en el área administrativa. **2) Personas que no saben**, y que se les induce a ser formados en el transcurso de su trabajo, y cabe mencionar que son las que más se necesitan. Es mejor tener un personal sin experiencia ya que no traen las mañas aprendidas en otras empresas. El obrero tiene un contrato a destajo.

Argumenta: Que en la región no existe personal capacitado en esta rama debido a que los Centros de Educación en la Confección instruyen un nivel básico, edad en la cual un estudiante o graduado de estos centros no es la apropiada para trabajar, y que está prohibido contratar menores de edad en las empresas.

¿Manejan algún segmento de mercado?

Manejamos dos tipos de segmento de mercado: 1) Medio Alto, que en nuestro caso vienen a ser las cadenas de De Prati, Etafashion; 2) Medio Bajo: Tía y los clientes minoristas que compran en los puntos de venta de la ciudad.

¿Cómo consiguen la materia prima para fabricar los productos?

Con planificación, seguimiento al cliente, tipo de negociación, gustos y preferencias del mercado y un 90% depende de los plazos para el pago de los insumos es decir se estudia rotación de inventarios. El 80% de materia prima es nacional y el 20% es del exterior. Nuestros potenciales

proveedores son Indutexma (Otavalo), Single Yersey(Quito) Padprimo (Colombia).

¿Cuál es el factor fundamental para que la empresa sea competitiva?

El factor humano a más del dinero.

¿Cómo asignan los precios a los diferentes productos?

Siempre comparando precios con la competencia, aunque prevalece el tipo de materiales que se utilizan materia prima (tipo de tela) e insumos (cierres, botones), mano de obra, costos financieros y demás costos utilizados en la fabricación de la prenda.

¿De qué forma llega la empresa al mercado de consumidores?

Con el producto mismo, de forma verbal, audición, comentarios, novedad, ferias, pasarelas, publicidad.

¿Con qué planes cuenta la empresa para contrarrestar a la competencia?

Calidad en el producto y exclusividad para los clientes, infraestructura, Valor humano, Valor Económico. Aunque todo implica un riesgo.

CONFECCIONES TAVY SPORT

Entrevista realizada a la Ing. Eliana Castro, Jefe de Producción de la Empresa de Confecciones TAVY SPORT de la ciudad de Atuntaqui.

¿Qué tipo de prendas de vestir produce su empresa?

Calentadores en tela flecce lycra para mujer.

¿Durante su evolución a través del tiempo, la empresa ha tenido procesos de ampliación?

Sí, porque la infraestructura era muy pequeña y no alcanzaba la maquinaria.

¿Cuál es el proceso productivo que utiliza la empresa, para elaborar sus productos?

El proceso productivo se divide en dos fases:

- 1. PREPARACIÓN:** Antes de confeccionar la prenda se realizan diferentes procesos de preparación de la tela.
 - 2. LÍNEA RÁPIDA:** Se establece tiempos de producción para fabricar una prenda, se optimiza el tiempo.
- Luego de estas dos fases la prenda pasa a ser empacada, a bodega y por último a ventas.

¿Cuál es la capacidad productiva que tiene la empresa?

La capacidad productiva de la fábrica es de más de 35 000 prendas, pero debido a la rotación de personal, este índice puede variar ya que de acuerdo con los tiempos, por ejemplo una operaria produce 150 prendas diarias. Actualmente se fabrican alrededor de 20 000 prendas; cantidad que no logra abastecer al mercado.

¿Cuál es el proceso de contratación y capacitación de sus empleados?

La contratación se realiza a través del compromiso que se tiene con el trabajador y para legalizarlo se elabora un contrato renovable cada seis meses. La capacitación es a través de cursos de relaciones de humanas que se imparten al personal administrativo, y en los obreros es por la experiencia.

¿Manejan algún segmento de mercado?

El único segmento de mercado que se maneja es el de las damas y niños. La temporada en la que más se vende es en marzo, mayo, junio, noviembre y diciembre, y la temporada en la que no se vende mucho es en enero.

¿Cómo consiguen la materia prima para fabricar los productos?

Se utiliza dos tipos de tela lycra flece, interlog y 100% algodón, adquiridas por los proveedores de las casas Jersey, Pad Primo y ProTela; estos dos último son proveedores colombianos. En lo que respecta a cierres, etiquetas y botones el proveedor es peruano de la casa El Rey.

¿Cuál es el factor fundamental para que la empresa sea competitiva?

El factor fundamental es la calidad, variedad de colores y diseño. Conquistaron el mercado con la experiencia del exterior, porque cada año sus directivos viajan a Medellín para apreciar tendencias de la moda; ya que, la moda colombiana es considerada la mejor.

¿Cómo asignan los precios a los diferentes productos?

De acuerdo a los insumo, maquinaria, costos de oportunidad, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

¿De qué forma llega la empresa al mercado de consumidores?

La publicidad es la mejor herramienta que hemos tenido para que el consumidor recuerde de los productos que ofrece TAVY SPORT, y el canal que se escogió fue la radio. Además de este medio también la trayectoria y el prestigio que se ha ido ganando la propietaria en los diferentes puntos del país realizando ferias en Ambato, Quito y Tulcán.

¿Con qué planes cuenta la empresa para contrarrestar a la competencia?

Contamos con excelentes diseños, tipos de tela, 8 colores exclusivos y la sobre todo la calidad de la prenda.

3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Según la investigación realizada se ha determinado que la oferta dentro en las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo se encuentra distribuida de la siguiente manera:

CUADRO Nº 36

PRODUCCIÓN ESTIMADA DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Tipo de Personalización	Nº Productores	Cantidad Promedio Anual	Producción Promedio Anual
Estampado	4	1500	6000
	10	3500	35000
	18	5500	99000
	7	7500	52500
	5	9500	47500
	18	10500	84000
Subtotal	52		324000
Bordado	1	1500	1500
	3	3500	10500
	3	5500	16500
	7	7500	52500
	4	9500	38000
	2	10500	21000
Subtotal	20		140000
Total	72		464000

FUENTE: Encuesta a Productores

ELABORACION: La Autora

Para realizar la proyección de la oferta se investigó una serie histórica de la producción nacional de confecciones de prendas de vestir, proporcionados por el Banco Central del Ecuador (BCE) y la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), debido a que no existen registros de estas cifras en las diferentes dependencias de la provincia.

La determinación de las tasas de crecimiento de la oferta y demanda, se realizó mediante el método de regresión lineal mediante los mínimos cuadrados; debido a que los resultados tienen una tendencia lineal que puede ser comprobado con la normalización de los datos. Entonces, se

estableció que la tasa de crecimiento de la oferta es del 1,23 %. (Ver anexo J).

**CUADRO N° 37
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Años	Camisetas Personalizadas
0 (2011)	464000
1(2012)	469707
2(2013)	475485
3(2014)	481333
4(2015)	487255
5(2016)	493247

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACION: La Autora

3.6. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Los resultados obtenidos de la investigación determinaron que la demanda de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo se encuentra distribuida de la siguiente forma:

**CUADRO N° 38
DEMANDA ESTIMADA DE CAMISETAS PERSONALIZADAS**

Tipo de Personalización	N° Consumidores	Cantidad Promedio Anual	Demanda Promedio Anual
Estampado	283	4	1133
	850	11	9350
	19836	18	357048
	1134	22	24948
Subtotal	22103		392479
Bordado	0	4	0
	567	11	6237
	4817	18	86706
	850	22	18700
Subtotal	6234		111643
Total	28337		504122

FUENTE: Encuesta a Consumidores

ELABORACION: La Autora

Para realizar la proyección de la demanda se investigó datos del consumo nacional de prendas de vestir, datos que fueron proporcionados por el BCE y la AITE.

Los métodos de cálculo para proyectar la demanda nacional de prendas de vestir más adecuado, es el método de regresión lineal mediante mínimos cuadrados; siendo la tasa de crecimiento de la demanda del 4,36%. **(Ver anexo K).**

**CUADRO Nº 39
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

Años	Camisetas Personalizadas
0 (2011)	504122
1(2012)	526102
2(2013)	549040
3(2014)	572978
4(2015)	597960
5(2016)	624031

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACION: La Autora

3.7. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

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

**CUADRO Nº 40
DEMANDA INSATISFECHA**

Años	Demanda	Oferta	Demanda a Satisfacer
0(2011)	504122	464000	40122
1(2012)	526102	469707	56395
2(2013)	549040	475485	73555
3(2014)	572978	481333	91645
4(2015)	597960	487255	110705
5(2016)	624031	493247	130784

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACION: La Autora

Este cuadro presenta la demanda insatisfecha de camisetas personalizadas existente en las tres ciudades investigadas; por lo que, técnicamente la microempresa puede dividir la producción en dos módulos tanto para la confección de camisetas como para los servicios de personalización. Se llegará a cubrir el 33% de la demanda insatisfecha para el 2012, con una producción de 18720 camisetas personalizadas con un incremento del 10,67% anual:

CUADRO Nº 41
OFERTA ANUAL DE “LOGOS & BORDADOS”

Años	Camisetas Personalizadas
1(2012)	18720
2(2013)	21060
3(2014)	23400
4(2015)	25740
5(2016)	28080

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACION: La Autora

3.8. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para determinar la tasa de crecimiento de los precios al por mayor y menor de las camisetas personalizadas se obtuvo una base de datos histórica proporcionada por los productores; el siguiente cuadro muestra:

CUADRO Nº 42
PRECIO HISTÓRICO DE CAMISETAS PERSONALIZADAS

Año	Precio unitario camiseta cuello redondo		Precio unitario camiseta cuello en “V”		Precio unitario camiseta polo	
	Al por mayor	Al por menor	Al por mayor	Al por menor	Al por mayor	Al por menor
2008	5,50	6,00	5,00	6,50	8,50	8,80
2009	5,50	7,00	5,00	7,00	9,00	10,00
2010	6,00	8,00	6,00	7,00	10,00	10,00
2011	7,00	8,00	6,00	8,00	11,50	12,00
<i>i</i>	0,0837	0,100	0,0627	0,0717	0,1060	0,1089

FUENTE: Productores de camisetas personalizadas

ELABORACION: La Autora

Para el cálculo de la tasa de crecimiento de los precios, aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Fórmula: } i = \left(\sqrt[n-1]{\frac{M}{C}} - 1 \right) \times 100$$

Donde:

i = Tasa de crecimiento

n = Número de datos

M = Último valor de la serie histórica

C = Primer valor de la serie histórica

Camiseta cuello redondo

Al por mayor:

$$i = \left(\sqrt[3]{\frac{7}{5,5}} - 1 \right) \times 100$$

$$i = 8,37\%$$

Al por menor:

$$i = \left(\sqrt[3]{\frac{8}{6}} - 1 \right) \times 100$$

$$i = 10,00\%$$

Con las respectivas tasas de crecimiento se puede realizar la proyección de precios para los próximos cinco años.

**CUADRO N° 43
PROYECCIÓN DE PRECIOS DE LAS CAMISETAS PERSONALIZADAS**

Año	Precio unitario camiseta cuello redondo		Precio unitario camiseta cuello en "V"		Precio unitario camiseta polo	
	Al por mayor	Al por menor	Al por mayor	Al por menor	Al por mayor	Al por menor
1(2012)	7,59	8,80	6,38	8,57	12,72	13,31
2(2013)	8,22	9,68	6,78	9,19	14,07	14,76
3(2014)	8,91	10,65	7,20	9,85	15,56	16,36
4(2015)	9,66	11,71	7,65	10,55	17,21	18,15
5(2016)	10,46	12,88	8,13	11,31	19,03	20,12

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACION: La Autora

3.9. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Según los datos arrojados por el estudio de mercado, se determinó que el producto se ofertará a los consumidores pertenecientes a la clase media y media alta, por medio de:

3.9.1. Comerciantes de camisetas personalizadas

3.9.2. Directamente al consumidor final

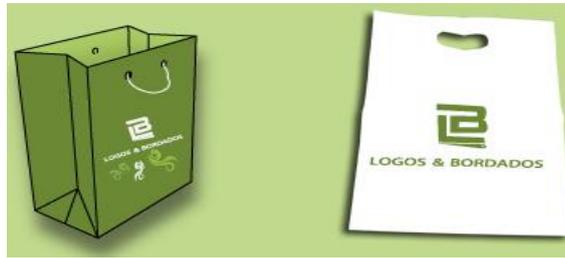
La microempresa “Logos & Bordados”, distribuirá el producto a través de dos tipos de canales.

3.9.3. Canales de Distribución del Producto

3.9.3.1. Productor – Consumidor Final (Canal Directo)

Este canal consiste en que la distribución directa; es decir desde el fabricante hasta el consumidor final; se realice a través del contacto directo con el cliente; siendo un mecanismo para que la microempresa pueda posicionarse en el mercado; ya que, en estos cuatro años de funcionamiento sólo se ha logrado llegar al 13% de sus consumidores. Entonces se plantea la construcción de un almacén propio para la distribución del producto, en donde los clientes podrán adquirir las camisetas con diseños y modelos a su elección, además se conseguirá brindar un mejor servicio al cliente, satisfaciendo sus necesidades de vestimenta y personalización de sus camisetas; también se conocerá directamente las tendencias, gustos y preferencias de los consumidores para estar a la vanguardia de la moda en camisetas tipo sport. Para su empaque se utilizarán fundas, que llevarán el logotipo de la microempresa.

GRÁFICO N° 36
FUNDAS CON MARCA L & B

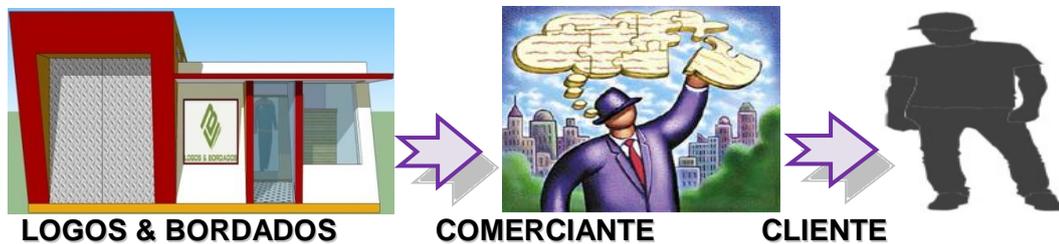


ELABORACION: La Autora

3.9.3.2. Productor – Intermediario – Consumidor Final (Canal Indirecto)

Este tipo de canal relaciona al intermediario que compra al por mayor, que es el caso de los comerciantes de camisetas personalizadas.

GRÁFICO N° 37
CANAL INDIRECTO



3.9.4. Estrategia Publicitaria

La propuesta publicitaria como estrategia para retomar el mercado será a través de la publicidad ; porque, se informa, persuade y recuerda al mercado de la existencia de los productos que ofrece las empresa; por lo que, es muy importante que exista dentro de la microempresa un conjunto de estrategias publicitarias, para incentivar a los consumidores e influir en su toma de decisiones a la hora de comprar camisetas personalizadas y de esta forma crear preferencia por comprar en Logos & Bordados.

3.9.4.1. Publicidad

La publicidad a través de los medios de comunicación como televisión, radio, periódicos, internet y hojas volantes, es la más efectiva; ya que, las encuestas ratifican este argumento, porque la ciudadanía en algún momento de su vida está pendiente de los spots publicitarios que mantienen diferentes empresas, y es el medio que tiene mayor cobertura local, regional y nacional.

GRÁFICO Nº 38
DISEÑO PUBLICITARIO

The advertisement design is presented on a light green background. At the top left is a stylized logo consisting of a green 'B' with a white square inside. Below the logo, the text reads 'LOGOS & BORDADOS' in a bold, green, sans-serif font, followed by the tagline 'Expresa tu espíritu' in a smaller, lighter green font. Underneath, it states 'Fabricamos camisetas tipo sport personalizadas'. A table lists 'Modelos' (Cuello Redondo, Cuello en 'V', Polo) and 'Personalización' (Estampado en directo, Bordado Computerizado). To the right, there are two images: a black V-neck t-shirt and a photograph of a man in a yellow t-shirt holding a white ball. At the bottom, a green bar contains contact details: 'Dir: Remigio Germán 1-76 y Elías Almeida (Sector Pílanqui) Ibarra - Ecuador', 'E-mail: logos_bordados@gmail.com', and 'Telf: (06)2 608 718'. The text 'Ventas al por mayor y menor' is positioned above the contact bar.

Modelos	Cuello Redondo Cuello en "V" Polo
Personalización	Estampado en directo Bordado Computerizado

Dir: Remigio Germán 1-76 y Elías Almeida (Sector Pílanqui) Ibarra - Ecuador
E-mail: logos_bordados@gmail.com
Telf: (06)2 608 718

ELABORACION: La Autora

3.9.4.2. Promoción

Incluye actividades como ferias comerciales, exhibiciones, descuentos, sorteos, premios y la buena imagen de los productos a través de su presentación, en la fase de introducción al mercado del producto, que durará aproximadamente 15 días.

Las camisetas serán identificadas por su etiqueta. El éxito de la venta depende fundamentalmente de la clase de relación interpersonal entre el vendedor y el comprador, así un buen trato hacia el cliente mejora el posicionamiento y el prestigio del negocio.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, ingeniería y las inversiones fijas, variables y diferidas requeridas para el arranque del Proyecto.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

A continuación se describe tanto la macro localización, como la micro localización, en donde se desarrollará el proyecto de factibilidad, recalcando que no se realizó un análisis de alternativas de localización, debido a que la microempresa en estudio está domiciliada y labora en la ciudad de Ibarra. Recordando que la investigación efectuada se dirige a estudiar la factibilidad de una ampliación motivada por una pequeña capacidad productiva.

4.1.1. Macro Localización

La microempresa se encuentra macro-localizada en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia El Sagrario, sector urbano.

**GRÁFICO N° 39
MAPA DEL CANTÓN IBARRA**

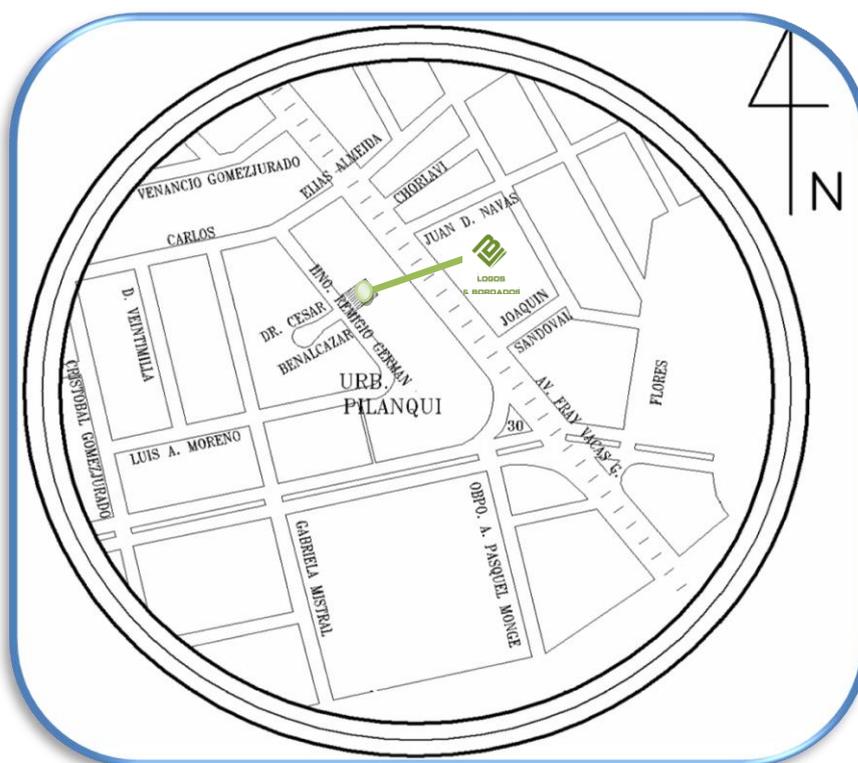


FUENTE: Ilustre Municipio de Ibarra (IMI)

4.1.2. Micro Localización

El propietario dispone de un terreno de 124,44 m², favorables para la construcción de la nueva planta productiva, administrativa y de comercialización. Este bien inmueble está ubicado en la calle Remigio Germán 1-76 y Elías Almeida, Sector Pilanquí del IESS, en el centro de Ibarra, cerca a donde se concentra la mayor parte de actividades comerciales de la ciudad. Al estar en un área urbana, cuenta con todos los servicios básicos; además le permite escoger entre un variado servicio de transporte, y al considerar que en un futuro el sitio donde está localizada la microempresa tendrá un gran impacto comercial; debido a que existen proyectos de construcción de nuevos centros comerciales, le facilitará el contacto con el mercado.

GRÁFICO Nº 40
CROQUIS DE UBICACIÓN



ELABORACION: Arq. David Pasquel

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño óptimo que requiere la ampliación de la microempresa, se tomó en consideración importantes factores como:

4.2.1. Demanda Insatisfecha

Según los datos arrojados por el estudio de mercado, se determinó que existe una gran demanda por las camisetas personalizadas, por lo que se estima que se llegará a cubrir el 33% de la demanda insatisfecha para el año 2012, con un incremento del 10,67% anual.

4.2.2. Tecnología

La maquinaria que se utilizará para equipar la nueva fábrica de camisetas personalizadas, estará en función de una tecnología estándar; es decir, la que se puede conseguir en el mercado nacional; de una buena marca y que pueda producir la cantidad que se estima ofrecer al mercado, porque tanto en el caso de mantenimiento se puede realizar de una manera fácil y manual, en comparación con maquinaria importada. Se utilizará la misma máquina bordadora; debido a que se encuentra en un buen estado. Cada máquina de costura ocupa aproximadamente 1,5 metros; aunque el pulpo para estampar es seis veces más grande.

CUADRO Nº 44
TECNOLOGÍA

Detalle	Cantidad
Cortadora eléctrica de tela	1
Tendedora de tela	1
Máquinas Industriales para la Confección	6
Pulpo para estampar	1
Máquina de bordado computarizado	1
Total	10

ELABORACIÓN: La Autora

4.2.3. Talento Humano

En cuanto a la disponibilidad del talento humano, en nuestra región existe el personal especializado para desempeñar cargos en las diferentes áreas de la microempresa (producción, administración y ventas). Para la implementación del proyecto se contará con el personal idóneo y su remuneración estará sujeta a lo que estipula la ley de nuestro país. También, se ha considerado el espacio adecuado para una correcta posición de los operarios frente a la manipulación de la maquinaria.

CUADRO N° 45
TALENTO HUMANO

Personal	Cantidad
Gerente	1
Contador	1
Secretaria	1
Diseñador Gráfico	1
Cortador de tela	1
Operario Control de Calidad	1
Bodeguero	1
Módulo Confección	4
Módulo Personalización	2
Vendedor	1
Total	15

ELABORACIÓN: La Autora

4.2.4. Fuente de Materia Prima

Existe la disponibilidad para la adquisición de insumos y materias primas para la producción de camisetas personalizadas; debido a la cercanía de la ciudad de Ibarra, con respecto a las ciudades de Atuntaqui, Otavalo y Quito. Los proveedores que mantienen las mejores opciones de compra son:

CUADRO N° 46
FUENTE DE MATERIA PRIMA

Proveedor	Ciudad
Nortextil	Atuntaqui
Jersey	Atuntaqui
Comercial Vallejos	Atuntaqui
Comercial Viviana Garzón	Atuntaqui
Indutexma	Otavalo
Intela	Quito
Melitex	Quito
Hnos Huerta	Quito

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

Además, se ahorrará tiempo y costos en el transporte de los insumos, porque la microempresa se ubicará en un sector central y de fácil acceso a la ciudad. Para almacenar la materia prima e insumos es necesario construir una bodega.

4.2.5. Espacio Físico

A través de la investigación de campo que se realizó a las instalaciones de la microempresa, se pudo determinar que el propietario dispone de un terreno de 124,44 m², espacio físico suficiente para construir una nueva planta productiva, un área administrativa y de ventas, con características adecuadas para su desempeño; en el siguiente cuadro se detalla la distribución del espacio físico:

CUADRO N° 47
DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

Detalle	Cantidad
Área Productiva	82,08 m ²
Área Administrativa	26,12 m ²
Área de Ventas	16,24 m ²
Total	124,44 m²

ELABORACIÓN: La Autora

4.2.6. Determinación de la Capacidad de Producción

En la actualidad la microempresa tiene una debilitada posición de mercado; debido principalmente a que no puede satisfacer las necesidades de la mayoría de sus demandantes porque su capacidad productiva es muy reducida, con la implementación de este proyecto se llegará a operar al 100%. Según el respectivo análisis de los factores determinantes de la capacidad productiva, y debido a que la microempresa contará con una organizada producción, se procede a dividir en dos módulos tanto para la confección como para la personalización de las camisetas.

Según criterios de expertos en la confección y personalización de camisetas, se estima que en un día se pueden fabricar 60 camisetas al día; trabajando 4 costureras, 2 operarios de personalización, 8 horas diarias y 26 días al mes.

CUADRO N° 48
CAPACIDAD PRODUCTIVA

Producción Diaria	Producción Mensual	Producción Anual
60	1560	18720

ELABORACIÓN: La Autora

4.2.7. Objetivos de Crecimiento

Se plantea un crecimiento de la producción del 10,67% para los próximos cinco, debido a que se pretende optimizar todos los recursos que se implementarán en la microempresa.

CUADRO N° 49
CRECIMIENTO PRODUCTIVO

Años	Demanda Insatisfecha	Producción Anual	% Participación
1(2012)	56395	18720	
2(2013)	73555	21060	0,125
3(201)	91645	23400	0,111
4(2015)	110705	25740	0,100
5(2016)	130784	28080	0,090
<i>i</i>			0,1067

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La distribución física adecuada de las instalaciones, divide al terreno en diferentes espacios, que tendrán una secuencia lógica con el objeto de brindar tanto al cliente como al trabajador, coordinación en las múltiples actividades. Cabe señalar que la infraestructura será nueva y contará con todos los servicios básicos tales como agua potable, energía eléctrica, servicio telefónico e internet.

4.3.1. Área Administrativa

El área administrativa se situará en la parte frontal del establecimiento y posterior al local comercial, estará dividida en dos cubículos, destinados para el gerente, el contador, la secretaria.

4.3.2. Planta de Producción

La planta estará ubicada en la parte posterior del terreno y su distribución será la siguiente:

- Área de Corte
- Área de Confección

- Área de Control de Calidad y Acabados
- Área de Estampado
- Área de Bordado
- Bodega

GRÁFICO N° 41
PLANTA DE PRODUCCIÓN



ELABORACIÓN: Arq. David Pasquel

4.3.3. Área de Comercialización y Ventas

El almacén para vender la mercadería estará ubicado en la parte frontal de la infraestructura; es el área que se encuentra a la vista de los clientes.

GRÁFICO N° 42
ALMACÉN



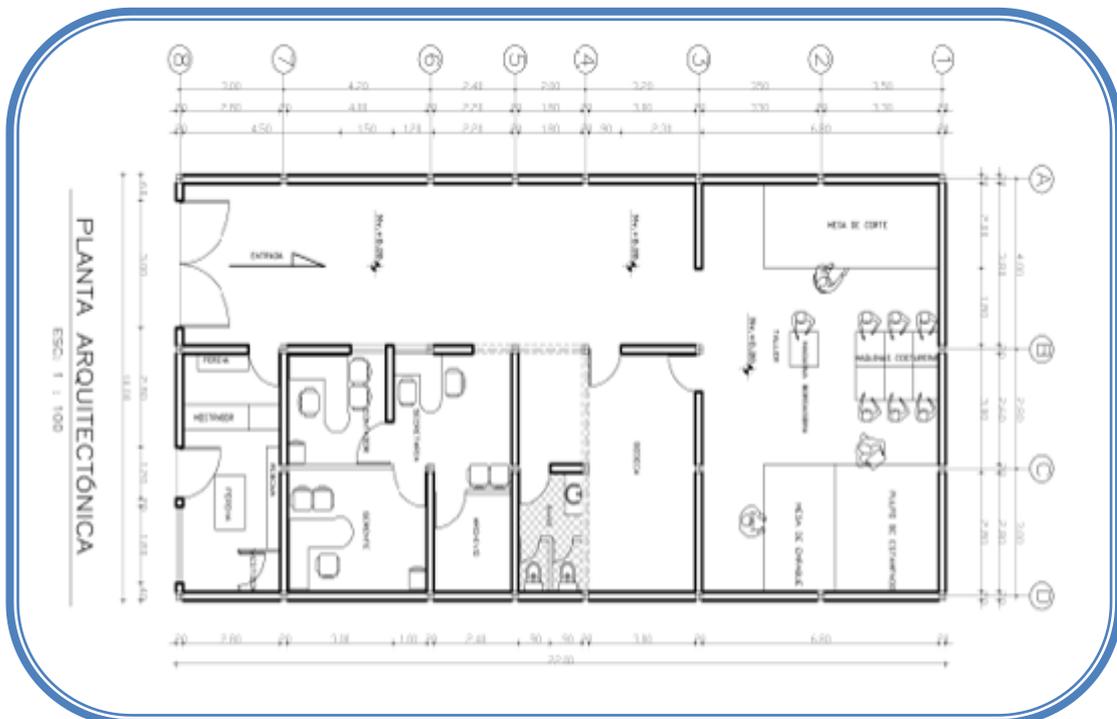
ELABORACIÓN: Arq. David Pasquel

4.3.4. Diseño y Construcción de las Instalaciones de la Planta

El proyecto estructural de la planta se basa en normas y técnicas de construcción; por lo que, recomienda el técnico en este tipo de construcciones, que esta obra sea ejecutada en hormigón armado, mampostería de bloque con los diferentes componentes para cada uno de los servicios básicos. El diseño del taller estará en función de los procesos productivos y de comercialización de los productos; tomando en cuenta adecuaciones propias para el desarrollo normal de 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 que va estar formada la microempresa con sus ampliaciones; para lo cual, a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

GRÁFICO N° 43
PLANO DE INSTALACIONES Y DISEÑO DE LA PLANTA



ELABORACIÓN: Arq. David Pasquel

4.4. DIAGRAMAS DE PROCESO

El proceso para elaborar una prenda de vestir comprende una serie de actividades, con el fin de agilizar el proceso y evitar demoras en el proceso, se presenta a continuación el orden del proceso productivo, según las siguientes etapas:

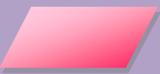
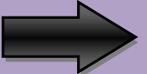
- Selección y compra de materia prima e insumos (tela y pinturas).
- Almacenamiento de insumos y materia prima.
- Diseño de moldes de camisetas tipo sport.
- Corte (previa distribución de telas y diseños al cortador).
- Confección de prendas.
- Control de calidad de la prenda confeccionada.
- Realizar el servicio de personalización de a prenda (bordado o estampado, según lo solicite el cliente).
- Control de calidad del servicio.
- Doblado y empackado de los productos terminados.
- Almacenamiento del producto terminado para su venta (al por menor, colocar el producto final en las estanterías y mostradores del almacén; y al por mayor, almacenar en la bodega los pedidos).
- Comercialización del producto terminado.

4.4.1. SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Es necesario estructurar un flujograma para visualizar, analizar y comprender el proceso de productivo. La siguiente simbología se utilizará para su elaboración:

CUADRO N° 50

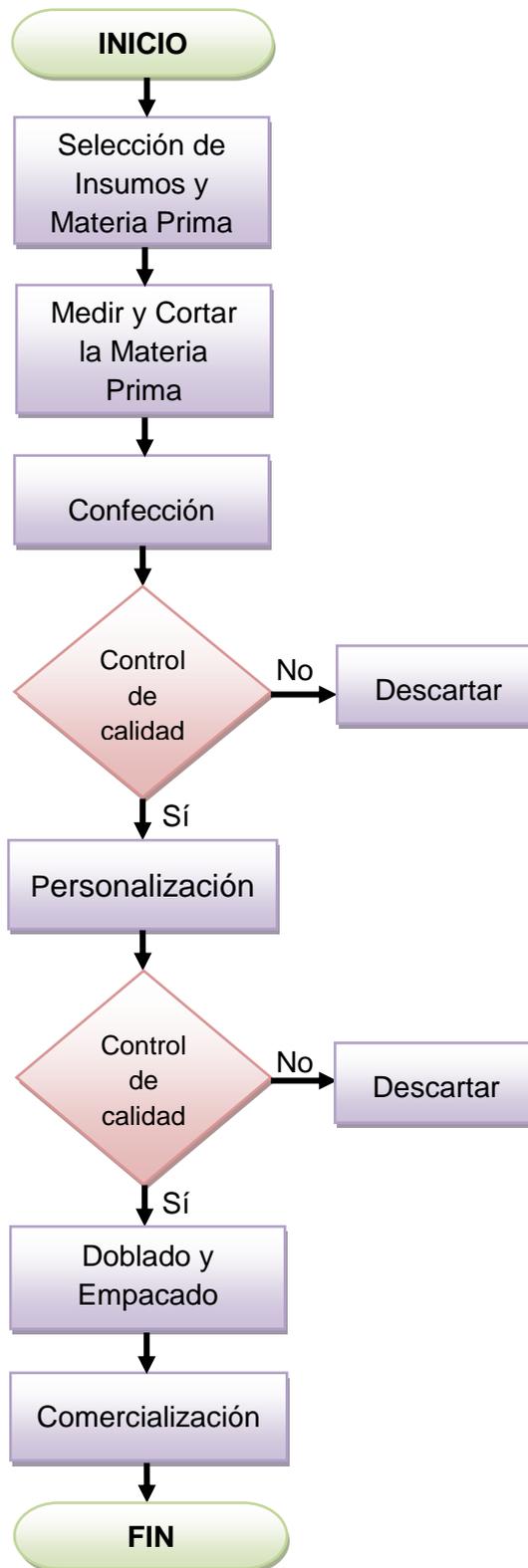
SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Simbología	Significado
	Inicio o fin del proceso
	Decisor
	Proceso
	Verificación
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Conector

ELABORACIÓN: La Autora

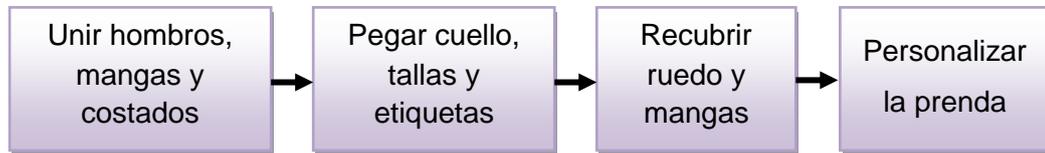
A continuación se diagrama el flujoograma de operaciones del cual dispondrá la microempresa para llevar a cabo sus actividades productivas.

GRÁFICO N° 44
FLUJOGRAMA OPERATIVO



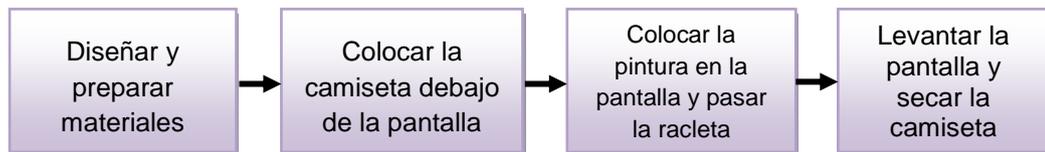
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 45
DIAGRAMA PARA LA CONFECCIÓN DE CAMISETAS



ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 46
DIAGRAMA PARA EL ESTAMPADO DE CAMISETAS



ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 47
DIAGRAMA PARA EL BORDADO DE CAMISETAS



ELABORACIÓN: La Autora

4.5. INVERSIONES REQUERIDAS

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

4.5.1. Inversiones y su Financiamiento

4.5.1.1. Inversiones Fijas

a) Terreno

Para la ejecución del presente proyecto se cuenta con un terreno de propiedad del dueño de la microempresa, cuya área total es de 124,44 m², avaluado en 35.000 dólares.

b) Infraestructura Física

El presupuesto de la construcción fue estimado por el Arq. David Pasquel, quien señala que la obra según los requerimientos anteriormente detallados, costará aproximadamente \$ 22.648,08 dólares; ya que, el costo del metro cuadrado de construcción está valorado en \$182 dólares; considerando 124,44 m² de construcción.

CUADRO Nº 51

PRESUPUESTO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES

Detalle	Cantidad m ²	Valor Total
Taller de confección y personalización	65,28	11880,96
Bodega	16,80	3057,60
Baño	3,48	633,36
Oficinas	22,64	4120,48
Local comercial	16,24	2955,68
Total	124,44	22648,08

ELABORACIÓN: Arq. David Pasquel

c) Vehículo

Para transportar tanto la materia prima, insumos y productos terminados, es necesario adquirir una furgoneta de segunda mano por un valor de \$12.000 dólares.

d) Maquinaria y Equipo

Para el normal desenvolvimiento de las diversas actividades de la microempresa se necesitará de maquinaria y equipos de producción detallados a continuación:

**CUADRO N° 52
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina Recta	2	480,00	960,00
Máquina Overlock	2	1100,00	2200,00
Máquina Recubridora	2	880,00	1760,00
Cortadora eléctrica de tela	1	250,00	250,00
Tendedora de tela	1	370,00	370,00
Pulpo	1	2000,00	2000,00
Equipo de costura	1	156,00	156,00
Equipo de estampado	1	1832,00	1832,00
Equipo de bordado	1	151,00	151,00
(*) Máquina Bordadora	1	2500,00	(*) 2500,00
Total			9679,00

(*) Máquina en buen estado; valor no sumado

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

e) Muebles y Enseres

Para el normal funcionamiento de la nueva unidad productiva, se requiere adecuar con el mobiliario y equipo de oficina necesario, el cual constará de:

**CUADRO N° 53
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios de Oficina	5	150,00	750,00
Mesa de patronaje y corte	1	160,00	160,00
Mesa de control de calidad y acabados	1	150,00	150,00
Sillas de escritorio	5	45,00	225,00
Sillas de espera	4	25,00	100,00
Sillas para costureras	4	17,50	70,00
Archivadores	5	80,00	400,00
Armadores	1000	0,30	300,00
Mostradores	2	200,00	400,00
Estanterías	2	120,00	240,00
Total			2795,00

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

f) **Equipo de Computación**

Se adquirirá un equipo de computación básico, el mismo que debido a su depreciación será renovado al término de tres años.

CUADRO N° 54
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores	5	600,00	3000,00
Impresora Multifunción	2	180,00	360,00
Impresora B/N	1	70,00	70,00
Total			3430,00

FUENTE: Varios Proveedores

ELABORACIÓN: La Autora

4.5.1.2. Inversión Variable

El siguiente cuadro representa el capital de trabajo o inversión Variable del Proyecto en el primer mes de funcionamiento ascendiendo a un valor total de \$12.893,84 dólares. Para que la microempresa pueda operar en forma apropiada, se necesita de un mes para realizar las primeras ventas.

CUADRO N° 55
CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Mes 1
<i>Materia Prima Directa</i>	
Tela	4558,20
Pintura Textil	342,20
Hilo para Bordar	31,68
<i>Mano de Obra Directa</i>	
Sueldos	2620,42
Aporte Patronal IESS (12,15%)	318,38
Gastos Generales de Fabricación	
Materiales Indirectos	668,31
Imprevistos	20,05

Gastos Administrativos	
Sueldos	2070,00
Aporte Patronal IESS (12,15%)	251,51
Luz Eléctrica	50,00
Agua Potable	16,67
Teléfono e Internet	29,17
Suministros y Materiales	11,25
Amortización Activo Diferido	83,33
Imprevistos	86,02
Gastos Ventas	
Sueldos	290,08
Aporte Patronal IESS (12,15%)	35,25
Promoción y Publicidad	83,33
Movilización y Transporte	200,00
Imprevistos	20,07
Gastos Financieros	
Préstamo Bancario	615,02
Interés por Préstamo	492,92
Total Capital de Trabajo	12893,84

ELABORACIÓN: La Autora

4.5.1.3. Inversión Diferida

La inversión en activos diferidos está constituida por los gastos e inversiones necesarias para implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la microempresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del Proyecto de Factibilidad; los cuales se amortizarán en 2 años.

Los Gastos de Constitución para la ampliación de la microempresa tienen los siguientes rubros:

**CUADRO N° 56
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

Detalle	Valor Total
Estudios y Diseños	1000,00
Gastos de Instalación	1000,00
Total	2000,00

ELABORACIÓN: La Autora

4.5.2. Resumen de Inversiones Fijas, Variables y Diferidas

El siguiente cuadro muestra la inversión total que se requiere para la implementación del proyecto; la cual, asciende a \$65.445,92 dólares.

CUADRO N° 57
INVERSIÓN

Detalle	Valor
Inversión Fija	50552,08
Inversión Variable	12893,84
Inversión Diferida	2000,00
Total	65445,92

ELABORACIÓN: La Autora

4.5.3. Inversión y su Financiamiento

Para la ejecución del proyecto es necesario contar con el recurso económico, comprendido en una inversión propia desembolsada por el dueño de la microempresa y la diferencia se obtendrá mediante un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11,86%. Las fuentes de financiamiento son las siguientes:

CUADRO N° 58
INVERSIÓN DEL PROYECTO

Detalle	Monto	Porcentaje
Inversión Financiada	50000,00	76,40%
Inversión Propia	15445,92	23,60%
Total	65445,92	100,00%

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Este capítulo presenta cifras consolidadas en estados financieros; los cuales, sirven para medir la rentabilidad del proyecto a través de la aplicación de diferentes herramientas financieras como: el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Costo-Beneficio y el Período de Recuperación. Además, respaldan y sustentan los criterios de decisión de la inversión.

5.1. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Para proyectar los ingresos, se realizó la debida multiplicación entre la cantidad proyectada de camisetas tipo sport y los precios tanto al por mayor y menor; estos datos ya fueron obtenidos en el estudio de mercado.

CUADRO N° 59
INGRESOS AL POR MAYOR

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Unidades						
Cuello Redondo		7593	7995	8396	8700	8907
Cuello en V		1898	1998	2099	2175	2227
Polo		5111	5381	5651	5856	5995
Precio						
Cuello Redondo		7,59	8,22	8,91	9,66	10,46
Cuello en V		6,38	6,78	7,20	7,65	8,13
Polo		12,72	14,07	15,56	17,21	19,03
Ingreso						
Cuello Redondo		57630,87	65718,90	74808,36	84042,00	93167,22
Cuello en V		12109,24	13546,44	15112,80	16638,75	18105,51
Polo		65011,92	75710,67	87929,56	100781,76	114084,85
Ingreso al por mayor		134752,03	154976,01	177850,72	201462,51	225357,58

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 60
INGRESOS AL POR MENOR

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Unidades						
Cuello Redondo		2142	2957	3772	4685	5695
Cuello en V		535	739	943	1171	1424
Polo		1441	1990	2539	3153	3832
Precio						
Cuello Redondo		8,80	9,68	10,65	11,71	12,88
Cuello en V		8,57	9,19	9,85	10,55	11,31
Polo		13,31	14,76	16,36	18,15	20,12
Ingreso						
Cuello Redondo		18849,60	28623,76	40171,80	54861,35	73351,60
Cuello en V		4584,95	6791,41	9288,55	12354,05	16105,44
Polo		19179,71	29372,40	41538,04	57226,95	77099,84
Ingreso al por menor		42614,26	64787,57	90998,39	124442,35	166556,88

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 61
INGRESOS PROYECTADOS

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Ingreso al por mayor		134752,03	154976,01	177850,72	201462,51	225357,58
Ingreso al por menor		42614,26	64787,57	90998,39	124442,35	166556,88
Total Ingreso		177366,29	219763,58	268849,11	325904,86	391914,46

ELABORACIÓN: La Autora

5.2. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

En esta sección se estimaron los costos de producción, gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros necesarios para que el proyecto entre en operación.

- **Camiseta Polo:** 1 Kg. de tela piquet rinde 4 camisetas.

$$\begin{array}{l} 4 \text{ camisetas} \\ 6552 \text{ camisetas} \end{array} \begin{array}{l} \diagup \quad \diagdown \\ \diagdown \quad \diagup \end{array} \begin{array}{l} 1 \text{ kg.} \\ x \end{array} \qquad \qquad \qquad \mathbf{x= 1638 \text{ Kg. año}}$$

- **Estampado:** 1Kg. de pintura textil rinde 45 camisetas.

$$\begin{array}{l} 45 \text{ camisetas} \\ 14414 \text{ camisetas} \end{array} \begin{array}{l} \diagup \quad \diagdown \\ \diagdown \quad \diagup \end{array} \begin{array}{l} 1 \text{ kg.} \\ x \end{array} \qquad \qquad \qquad \mathbf{x= 320,31 \text{ Kg. año}}$$

- **Bordado:** 1 cono de hilo para bordar rinde 40 camisetas.

$$\begin{array}{l} 40 \text{ camisetas} \\ 4306 \text{ camisetas} \end{array} \begin{array}{l} \diagup \quad \diagdown \\ \diagdown \quad \diagup \end{array} \begin{array}{l} 1 \text{ kg.} \\ x \end{array} \qquad \qquad \qquad \mathbf{x= 108 \text{ conos año}}$$

El total de Materia Prima requerida para elaborar 18720 camisetas incluye un 2% de desperdicios de tela, que resulta después del corte pero que no son reembolsables.

CUADRO Nº 63
PRECIO DE MATERIA PRIMA

Rubros \ Años	2012	2013	2014	2015	2016
100% Algodón	10,26	11,29	12,42	13,66	15,03
Piquet	18,15	19,97	21,96	24,16	26,57
Pintura Textil	12,82	14,1	15,51	17,06	18,76
Hilo para Bordar	3,52	3,87	4,26	4,69	5,15

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

El precio de la materia prima e insumos textiles crecen a una tasa del 10% anual.

CUADRO N° 64
PROYECCIÓN DEL COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Rubros \ Años	2012	2013	2014	2015	2016
100% Algodón	24968,74	30909,76	37781,64	45709,09	54868,52
Piquet	29729,70	36799,72	44963,10	54414,36	65275,85
Pintura Textil	4106,37	5081,08	6210,20	7513,91	9013,99
Hilo para Bordar	380,16	468,27	575,10	694,12	834,30
Total Costo M.P.D	59184,97	73258,83	89530,04	108331,48	129992,66

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

5.2.1.2. Mano de Obra Directa

Este rubro está compuesto por los sueldos, beneficios sociales, fondos de reserva de las personas que trabajan directamente en la producción de camisetas y es servicio de personalización.

CUADRO N° 65
SERIE HISTÓRICA DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

Años	Salario Básico Unificado	Variación Anual
2005	150	0
2006	160	6,67%
2007	170	6,25%
2008	200	17,65%
2009	218	9,00%
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: La Autora

$$i = \sqrt[5]{\frac{264}{150}} - 1$$

$$i = 0,0988$$

$$i = 9,88\%$$

El sueldo básico unificado del personal de costura está determinado por el número de camisetas fabricadas; es decir, es un sueldo a destajo, salvo los demás operarios de máquinas que percibirán un salario de \$290,08 dólares para el año 2012. La tasa de crecimiento que se consideró para proyectar el sueldo básico de los empleados y trabajadores de la microempresa es del 9,88%.

CUADRO Nº 66
SUELDO BÁSICO UNIFICADO PRODUCCIÓN

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
4 Costureras						
Número de prendas		18720	21060	23400	25740	28080
Costo por prenda		0,75	0,82	0,91	0,99	1,09
Costo Anual		14040	17269	21294	25483	30607
Costo Mensual Costureras		292,50	359,78	443,63	530,89	637,65
1 Cortador		290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
1 Estampador		290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
1 Bordador		290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
1 C. Calidad y Acabados		290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
1 Bodeguero		290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
Total Mensual		2620,40	3032,80	3525,70	4047,75	4664,90
Total Anual		31444,80	36393,60	42308,40	48573,00	55978,80

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 67
PROYECCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Básico Unificado		31444,80	36393,60	42308,40	48573,00	55978,80
Aporte Patronal		3820,54	4421,82	5140,47	5901,62	6801,42
Fondos de Reserva		0,00	3032,80	3525,70	4047,75	4664,90
Décimo Tercer Sueldo		2620,40	3032,80	3525,70	4047,75	4664,90
Décimo Cuarto Sueldo		2610,72	2868,66	3152,16	3463,56	3805,74
Vacaciones		1310,20	1516,40	1762,85	2023,88	2332,45
Total Costo M.O.D		41806,66	51266,08	59415,28	68057,56	78248,21

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: 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. Se estima un 3% de imprevistos y los costos se proyectan a una tasa del 10% para los cinco años.

CUADRO Nº 68
MATERIA PRIMA INDIRECTA

Rubros	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hilo de coser	222,75	274,68	337,46	406,85	487,20
Hilo talla	356,25	439,32	540,50	651,99	779,52
Ribb	1156,52	1431,43	1749,76	2116,17	2539,29
Cuellos	3865,68	4791,15	5896,80	7117,11	8549,49
Botones	786,24	884,52	1146,60	1261,26	1572,32
Pelón	218,50	270,05	327,60	396,66	471,60
Etiquetas	374,40	421,20	702,00	772,20	842,40
Tallas	561,60	842,40	936,00	1029,60	1404,00
Fundas de Empaque	24,82	27,72	32,40	36,74	41,04
Fundas con el Logotipo	452,98	682,32	943,02	1351,35	1752,16
Subtotal	8019,74	10064,79	12612,14	15139,93	18439,02
(+) 3% Imprevistos	240,59	301,94	378,36	454,20	553,17
Total C.I.F	8260,33	10366,73	12990,50	15594,13	18992,19

FUENTE: Estudio Técnico

Los cálculos se detallan en el Anexo M

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 69
DEPRECIACIÓN ANUAL DE PRODUCCIÓN

Descripción	% Deprec.	Valor a Depreciar	Deprec. Anual
Taller y Bodega	5%	14938,56	746,928
Máquina Industrial Recta	10%	960,00	96
Máquina Industrial Overlock	10%	2200,00	220
Máquina Industrial Recubridora	10%	1760,00	176
Cortadora Eléctrica	10%	250,00	25
Tendedora de Tela	10%	370,00	37
Pulpo	10%	2000,00	200
Mesa de Patronaje y Corte	10%	160,00	16
Mesa de C. de Calidad y Acabados	10%	150,00	15
Equipo de Costura	10%	156,00	15,6
Equipo de Estampado	10%	1832,00	183,2
Equipo de Bordado	10%	151,00	15,1
Sillas para Costureras	10%	70,00	7
(*) Máquina Bordadora	10%	2500,00	250
Total Deprec. Producción			2002,83

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos representan a los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo y todos aquellos valores que se necesitan para que el área administrativa opere de la mejor manera. Se considera un 3% de imprevistos.

5.2.2.1. Sueldos al Personal Administrativo

CUADRO Nº 70
SUELDO BÁSICO UNIFICADO ADMINISTRATIVO

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
1 Gerente		800,00	879,04	965,89	1061,32	1166,18
1 Contador		450,00	494,46	543,31	596,99	655,98
1 Secretaria		320,00	351,62	386,36	424,53	466,47
1 Diseñador Gráfico		500,00	549,40	603,68	663,32	728,86
Total Mensual		2070,00	2274,52	2499,24	2746,16	3017,49
Total Anual		24840,00	27294,24	29990,88	32953,92	36209,88

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 71
GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Sueldo Básico Unificado		24840,00	27294,24	29990,88	32953,92	36209,88
Aporte Patronal		3018,06	3316,25	3643,89	4003,90	4399,50
Fondos de Reserva		0,00	2274,52	2499,24	2746,16	3017,49
Décimo Tercer Sueldo		2070,00	2274,52	2499,24	2746,16	3017,49
Décimo Cuarto Sueldo		1160,32	1274,96	1400,96	1539,36	1691,44
Vacaciones		1035,00	1137,26	1249,62	1373,08	1508,75
Total		32123,38	37571,75	41283,83	45362,58	49844,55

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 72
PROYECCIÓN DEL GASTO ADMINISTRATIVO

RUBROS	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Remuneraciones	32123,38	37571,75	41283,83	45362,58	49844,55
Luz Eléctrica	600,00	619,98	640,63	661,96	684,00
Agua Potable	200,00	206,66	213,54	220,65	228,00
Teléfono e Internet	350,00	361,66	373,70	386,14	399,00
Suministros y Materiales	135,00	139,50	144,14	148,94	153,90
Amortización Activo Diferido	1000,00	1000,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	34408,38	39899,55	42655,84	46780,27	51309,45
(+) 3% Imprevistos	1032,25	1196,99	1279,68	1403,41	1539,28
Total Gasto Administrativo	35440,63	41096,54	43935,52	48183,68	52848,73

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 73
DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO

Descripción	% Deprec.	Valor a Depreciar	Deprec. Anual
Oficinas y Baño	5%	4753,84	237,69
Escritorios de Oficina	10%	600,00	60,00
Sillas de Espera	10%	100,00	10,00
Sillas de Escritorio	10%	180,00	18,00
Archivadores	10%	320,00	32,00
Computadoras	33%	2400,00	792,00
Impresora Multifunción	33%	360,00	118,80
Total Deprec. Administración			1268,49

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

La vida útil de un equipo de computación es de 3 años; por lo que, en el año 2015 deberá adquirir un nuevo equipo. El precio de compra tiene un incremento del 3,33% anual de acuerdo a la tasa de inflación; siendo la depreciación para el cuarto y quinto año la siguiente:

CUADRO N° 74
DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	% Deprec.	Valor a Depreciar	Deprec. Anual
Computadoras	33%	2647,83	873,78
Impresora Multifunción	33%	397,17	131,07
Total			1004,85

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

5.2.3. GASTOS DE VENTA

Los Gastos de Venta están conformados por los sueldos y beneficios sociales de la persona que atenderá el local comercial y demás gastos relacionados con la venta de los productos.

5.2.3.1. Sueldo al Personal de Ventas

CUADRO N° 75
SUELDO BÁSICO UNIFICADO VENTAS

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Rubros					
1 Vendedor (mensual)	290,08	318,74	350,24	384,84	422,86
Anual	3480,96	3824,88	4250,88	4618,08	5074,32

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 76
GASTO PERSONAL DE VENTAS

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Rubros					
Sueldo Básico Unificado	3480,96	3824,88	4250,88	4618,08	5074,32
Aporte Patronal	422,94	464,72	516,48	561,10	616,53
Fondos de Reserva	0,00	318,74	354,24	384,84	422,86
Décimo Tercer Sueldo	290,08	318,74	354,24	384,84	422,86
Décimo Cuarto Sueldo	290,08	318,74	354,24	384,84	422,86
Vacaciones	145,04	159,37	177,12	192,42	211,43
Total	4629,10	5405,19	6007,20	6526,12	7170,86

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

Los costos de publicidad y movilización tienen un incremento anual del 3,33% según la tasa inflacionaria. Se incluye un 3% de imprevistos.

CUADRO Nº 77
PROYECCIÓN DEL GASTO DE VENTAS

RUBROS	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
Remuneraciones	4629,10	5405,19	6007,20	6526,12	7170,86
Promoción y Publicidad	1000,00	1033,30	1067,71	1103,26	1140,00
Movilización y Transporte	2400,00	2479,92	2562,50	2647,83	2736,00
Subtotal	8029,10	8918,41	9637,41	10277,21	11046,86
(+) 3% Imprevistos	240,87	267,55	289,12	308,32	331,41
Total Gasto Ventas	8269,97	9185,96	9926,53	10585,53	11378,27

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 78
DEPRECIACIÓN ANUAL DE VENTAS

Descripción	% Deprec.	Valor a Depreciar	Deprec. anual
Local Comercial	5%	2955,68	147,78
Vehículo	20%	12000,00	2400,00
Escritorio de Oficina	10%	150,00	15,00
Silla de Escritorio	10%	45,00	4,50
Archivador	10%	80,00	8,00
Armadores	10%	300,00	30,00
Mostradores	10%	400,00	40,00
Estanterías	10%	240,00	24,00
Computadora	33%	600,00	198,00
Impresora B/N	33%	70,00	23,10
Total Deprec. Ventas			2890,38

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

El equipo de computación que se utilizará para el área de ventas tiene una vida útil de 3 años; lo que significa que para el año 2015 se adquirirá un nuevo equipo; siendo la depreciación para el cuarto y quinto año la siguiente:

CUADRO N° 79
DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	% Deprec.	Valor a Depreciar	Deprec. Anual
Computadora	33%	661,96	218,45
Impresora B/N	33%	77,23	25,49
Total			243,94

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

5.3. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para la ejecución del proyecto se obtendrá un crédito de \$ 50.000 dólares, en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11,83%. La tabla de amortización detalla los intereses que se cancelarán.

CUADRO N° 80
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

BANCO	CFN			
MONTO	50.000			
TASA DE INTERÉS ANUAL	11,83%			
COMISIÓN ANUAL	0%	DIVIDENDO MENSUAL	1107,932	
NÚMERO DE AÑOS	5			
PLAZO MENSUAL	60	PAGO TOTAL	66475,91	
NÚM.	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
	0	0	0	50000,00
1	615,02	492,92	1107,932	49384,98
2	621,08	486,85	1107,932	48763,91
3	627,20	480,73	1107,932	48136,71
4	633,38	474,55	1107,932	47503,32
5	639,63	468,30	1107,932	46863,69
6	645,93	462,00	1107,932	46217,76
7	652,30	455,63	1107,932	45565,46
8	658,73	449,20	1107,932	44906,73
9	665,23	442,71	1107,932	44241,50
10	671,78	436,15	1107,932	43569,71
11	678,41	429,52	1107,932	42891,31
12	685,10	422,84	1107,932	42206,21

13	691,85	416,08	1107,932	41514,36
14	698,67	409,26	1107,932	40815,69
15	705,56	402,37	1107,932	40110,14
16	712,51	395,42	1107,932	39397,62
17	719,54	388,39	1107,932	38678,09
18	726,63	381,30	1107,932	37951,46
19	733,79	374,14	1107,932	37217,66
20	741,03	366,90	1107,932	36476,64
21	748,33	359,60	1107,932	35728,30
22	755,71	352,22	1107,932	34972,59
23	763,16	344,77	1107,932	34209,43
24	770,68	337,25	1107,932	33438,75
25	778,28	329,65	1107,932	32660,47
26	785,95	321,98	1107,932	31874,51
27	793,70	314,23	1107,932	31080,81
28	801,53	306,40	1107,932	30279,28
29	809,43	298,50	1107,932	29469,85
30	817,41	290,52	1107,932	28652,45
31	825,47	282,47	1107,932	27826,98
32	833,60	274,33	1107,932	26993,38
33	841,82	266,11	1107,932	26151,55
34	850,12	257,81	1107,932	25301,43
35	858,50	249,43	1107,932	24442,93
36	866,97	240,97	1107,932	23575,97
37	875,51	232,42	1107,932	22700,45
38	884,14	223,79	1107,932	21816,31
39	892,86	215,07	1107,932	20923,45
40	901,66	206,27	1107,932	20021,79
41	910,55	197,38	1107,932	19111,24
42	919,53	188,40	1107,932	18191,71
43	928,59	179,34	1107,932	17263,12
44	937,75	170,19	1107,932	16325,37
45	946,99	160,94	1107,932	15378,38
46	956,33	151,61	1107,932	14422,06
47	965,75	142,18	1107,932	13456,30
48	975,28	132,66	1107,932	12481,03
49	984,89	123,04	1107,932	11496,14
50	994,60	113,33	1107,932	10501,54
51	1004,40	103,53	1107,932	9497,13
52	1014,31	93,63	1107,932	8482,83
53	1024,31	83,63	1107,932	7458,52
54	1034,40	73,53	1107,932	6424,12
55	1044,60	63,33	1107,932	5379,52
56	1054,90	53,03	1107,932	4324,62
57	1065,30	42,63	1107,932	3259,32
58	1075,80	32,13	1107,932	2183,52
59	1086,41	21,53	1107,932	1097,12
60	1097,12	10,82	1107,932	0,00
	50000,00	16475,91	66475,91	

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: La Autora

5.4. RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS

**CUADRO Nº 81
RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS**

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Costo de Producción		109251,96	134891,64	161935,82	191983,17	227233,06
Gasto Administrativo		35440,63	41096,54	43935,52	48183,68	52848,73
Gasto de Ventas		8269,97	9185,96	9926,53	10585,53	11378,27
Gasto Financiero		5501,39	4527,72	3432,40	2200,24	814,15
Gasto Depreciación		6161,70	6161,70	6161,70	6278,59	6278,59
Total Egresos Proyectados		164625,65	195863,56	225391,97	259231,21	298552,80

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.5. BALANCE GENERAL

El siguiente balance presenta la situación inicial que tendrá el proyecto.

**CUADRO Nº 82
MICROEMPRESA LOGOS & BORDADOS
Estado de Situación Inicial**

ACTIVOS		
CORRIENTE		
Bancos	12893,84	
TOTAL CORRIENTE		12893,84
FIJO		
Edificio e Instalaciones	22648,08	
Vehículo	12000,00	
Maquinaria y Equipo	9679,00	
Muebles y Enseres	2795,00	
Equipo de Computación	3430,00	
TOTAL FIJO		50552,08
DIFERIDO		
Estudios y Diseños	1000,00	
Gastos de Instalación	1000,00	
TOTAL DIFERIDO		2000,00
TOTAL ACTIVOS		65445,92
PASIVOS		
Préstamo Bancario Largo Plazo	50000,00	
TOTAL PASIVO		50000,00
PATRIMONIO		
Capital Social	15445,92	
TOTAL PATRIMONIO		15445,92
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		65445,92

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

El Estado de Pérdidas y Ganancias, detalla los ingresos y egresos que tendrá el proyecto en cada uno de los años de vida útil. Estos datos arrojaron un resultado positivo en los cinco años; lo cual, es conveniente para la ampliación de la microempresa.

CUADRO N° 83
MICROEMPRESA "LOGOS & BORDADOS"
Estado de Pérdidas y Ganancias

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS		177366,29	219763,58	268849,11	325904,86	391914,46
EGRESOS						
(-) COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia Prima Directa		59184,97	73258,83	89530,04	108331,48	129992,66
Mano de Obra Directa		41806,66	51266,08	59415,28	68057,56	78248,21
Costos Indirectos de Fabricación		8260,33	10366,73	12990,50	15594,13	18992,19
SUBTOTAL		109251,96	134891,64	161935,82	191983,17	227233,06
(=) UTILIDAD BRUTA		68114,33	84871,94	106913,29	133921,69	164681,40
(-) OTROS GASTOS						
Gastos Administrativos		35440,63	41096,54	43935,52	48183,68	52848,73
Gastos de Venta		8269,97	9185,96	9926,53	10585,53	11378,27
Gastos Financieros		5501,39	4527,72	3432,40	2200,24	814,15
Gasto Depreciación		6161,70	6161,70	6161,70	6278,59	6278,59
TOTAL EGRESOS		55373,69	60971,92	63456,15	67248,04	71319,74
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		12740,64	23900,02	43457,14	66673,65	93361,66
(-) 15% Participación de Trabajadores		1911,10	3585,00	6518,57	10001,05	14004,25
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		10829,54	20315,02	36938,57	56672,60	79357,41
(-) Impuesto a la Renta		2490,79	4469,30	8126,49	12467,97	17458,63
(=) SUPERÁVIT O DÉFICIT		8338,75	15845,72	28812,08	44204,63	61898,78

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.7. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CUADRO Nº 84
MICROEMPRESA "LOGOS & BORDADOS"
FLUJO DE CAJA

Rubros	Años	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad Operacional			12740,64	23900,02	43457,14	66673,65	93361,66
Crédito		50000,00					
Capital Propio		15445,92					
(-) Reversión de Activos						3784,19	
(+) Depreciaciones			6161,70	6161,70	6161,70	6278,59	6278,59
(-) 15% Participación de Trabajadores			1911,10	3585,00	6518,57	10001,05	14004,25
(-) Impuesto a la Renta			2490,79	4469,30	8126,49	12467,97	17458,63
(+) Recuperación Venta de Activos							3000,00
(+) Amortización Activo Diferido			1000,00	1000,00	0,00	0,00	0,00
(-) Pago de Capital			7793,79	8767,46	9862,78	11094,94	12481,03
TOTAL INVERSIÓN		65445,92					
FLUJO NETO DE CAJA			7706,66	14239,96	25111,00	35604,09	58696,34

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1. Determinación del Costo de Oportunidad

Para determinar la tasa de redescuento se realiza la siguiente operación:

CUADRO Nº 85
CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

Rubros	Años	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Financiada		50000,00	76,40%	11,83%	9,04%
Inversión Propia		15445,92	23,60%	4,28%	1,01%
TOTAL DE LA INVERSIÓN		65445,92	100,00%		10,05%

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

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

Donde:

Costo de Oportunidad (CK): 10,05%

Inflación (I): 3,33%

$$i = (1 + 0,1005)(1 + 0,0333) - 1$$

$$i = 13,71\%$$

5.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la tasa de redescuento del 13,71%. Este indicador genera el criterio de si es o no factible realizar el proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto es factible de llevarlo a cabo, caso contrario se rechaza.

CUADRO N° 86
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (13,71%)	Flujos Netos Actualizados
0	-65445,92		
1	7706,66	1,13710	6777,47
2	14239,96	1,29299641	11013,15
3	25111,00	1,47026622	17079,22
4	35604,09	1,67183972	21296,35
5	58696,34	1,90104894	30875,77
ΣFNA			87041,96

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

$$VAN = \sum FNA - Inversión$$

$$VAN = 87041,96 - 65445,92$$

$$VAN = 21596,04$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo que, se puede afirmar la rentabilidad del negocio durante los 5 años. Entonces, al invertir \$65.445,92 dólares en 5 años se obtendrá \$21.596,04 dólares más que la inversión realizada.

5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para determinar la TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar.

CUADRO Nº 87
CÁLCULO DEL VAN CON TASA INFERIOR

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (13,71%)	Flujos Netos Actualizados
0	-65445,92		
1	7706,66	1,13710	6777,47
2	14239,96	1,29299641	11013,15
3	25111,00	1,47026622	17079,22
4	35604,09	1,67183972	21296,35
5	58696,34	1,90104894	30875,77
ΣFNA			87041,96
VAN Tasa Inferior			21596,04

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 88
CÁLCULO DEL VAN CON TASA SUPERIOR

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (25%)	Flujos Netos Actualizados
0	-65445,92		
1	7706,66	1,250	6165,33
2	14239,96	1,56250	9113,57
3	25111,00	1,9531250	12856,83
4	35604,09	2,44140625	14583,44
5	58696,34	3,05175781	19233,62
ΣFNA			61952,79
VAN Tasa Superior			-3493,13

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

Donde:

Tasa Inferior (Ti): 13,71%

Tasa Superior (Ts): 25%

VAN Tasa Inferior ($VANi$): 21596,04

VAN Tasa Superior ($VANs$): -3493,13

$$TIR = 13,71 + (25 - 13,71) \left[\frac{21596,04}{21596,04 - (-3493,13)} \right]$$

$$TIR = 13,71 + 9,72$$

$$TIR = 23,43\%$$

La tasa interna de retorno es de 23,43% mayor que la tasa del Costo de Oportunidad, confirmando la factibilidad del proyecto.

5.8.4. Relación Costo - Beneficio

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

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

$$Costo/Beneficio = \frac{87041,96}{65445,92}$$

$$Costo/Beneficio = 1,33$$

El Costo- Beneficio es mayor que uno; por lo tanto, se puede señalar que el proyecto es aceptable. Entonces, por cada dólar invertido, se recupera \$1,33 dólares o también, por cada dólar se obtiene un superávit de \$0,33 centavos de dólar.

5.8.5. Relación Ingresos- Egresos

CUADRO Nº 89
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento (13,71%)	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2012	177366,29	164625,65	1,13710	155981,26	144776,76
2013	219763,58	195863,56	1,29299641	169964,57	151480,36
2014	268849,11	225391,97	1,47026622	182857,44	153300,11
2015	325904,86	259231,21	1,67183972	194937,86	155057,45
2016	391914,46	298552,80	1,90104894	206156,95	157046,35
∑ Ingresos y Egresos Actualizados				909898,08	761661,03

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Ingresos/Egresos} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos/Egresos} = \frac{909898,08}{761661,03}$$

$$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Egresos}} = 1,19$$

El 1,19 que resultó de la relación Ingresos y Egresos; quiere decir, que por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$ 1,19 o también, que por cada dólar se obtiene un superávit de 0,19 centavos de dólar respecto al gasto.

5.8.6. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se determinará costos fijos y costos variables. Se tomará el precio de venta promedio, al por mayor en los tres primeros años, y en los dos años restantes el precio de venta al

por menor de los diferentes productos; debido a que las ventas al consumidor final aumentarán.

CUADRO N° 90
PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Rubros	Años	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas		177366,29	219763,58	268849,11	325904,86	391914,46
Costos Fijos		55373,69	60971,92	63456,15	67248,04	71319,74
Costos Variables		109251,96	134891,64	161935,82	191983,17	227233,06
Punto de Equilibrio (\$)		144190,3	157877,94	159569,80	163651,30	169729,20
Precio de Venta Promedio		8,90	9,69	10,56	13,47	14,77
Punto de Equilibrio (u)		16201	16293	15111	12149	11491

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Fórmula Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{Vtas}\right)}$$

Donde:

Año: 2012

Punto de Equilibrio en dólares (PE\$): x

Costos Fijos (CF): 55373,69

Costos Variables (CV): 109251,96

Ventas (Vtas): 177366,29

$$PE\$ = \frac{55373,69}{1 - \left(\frac{109251,96}{177366,29}\right)}$$

$$PE\$ = \frac{55373,69}{0,384032}$$

PE\$ = 144190,30 dólares

Fórmula Punto de Equilibrio en Unidades

$$PEu = \frac{PE\$}{PVu}$$

Donde:

Año: 2012

Punto de Equilibrio en dólares (PEu): x

Punto de Equilibrio en dólares ($PE\$$): 144190,30

Precio de Venta Promedio: 8,90

$$PEu = \frac{144190,30}{8,90}$$

$PEu = 16201$ unidades

5.8.7. Período de Recuperación de la Inversión

Para determinar el tiempo de recuperación de la inversión se plantea el siguiente cálculo:

CUADRO N° 91
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
1	6777,47	
2	11013,15	17790,62
3	17079,22	34869,84
4	21296,35	56166,19
5	30875,77	87041,96

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Su cálculo es:

$$56166,19 = \sum 4 \text{ año}$$

$$65445,92 = \text{Inversión}$$

$$65445,92 - 56166,19 = 9279,73$$

$$30875,77/12 = 2572,98 \text{ (mes)}$$

$$9279,73/2572,98 = 3,61 \text{ (3 meses)}$$

$$0,61 \times 30 = 18,3 \text{ (18 días)}$$

La inversión inicial que se realizará en la microempresa, se recuperará en 4 años, 3 meses y 18 días, es decir el negocio es rentable.

5.8.8. Resumen de Indicadores

CUADRO N° 92
RESUMEN DE INDICADORES

Indicador	Detalle
VAN	21596,04
TIR	23,43 %
COSTO-BENEFICIO	1,33
RELACIÓN INGRESOS - EGRESOS	1,19
PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES	144190,30
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	16207
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	4 años, 3 mese, 18 días

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

La estructura organizacional de LOGOS & BORDADOS se define en base a las necesidades y aspectos fundamentales que requiere la nueva microempresa para su normal desenvolvimiento. La organización de la microempresa será de carácter lineal donde la autoridad es compartida; la cual está formada por un conjunto de cargos funcionales y jerárquicos a través de la división del trabajo por tareas.

6.1. RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA

LOGOS & BORDADOS

La denominación de la Microempresa se estableció pensando en los servicios de personalización de las camisetas tipo sport como es el estampado y el bordado, es así que surge su razón social “Logos & Bordados”; con la cual, ha venido trabajando desde hace cuatro años y con la cual ha incursionado en el mercado ibarreño, y con la que desea seguir ampliando su mercado.

6.1.1. Logotipo de la Microempresa

El nombre que se ha considerado para la Microempresa se resume con dos letras mayúsculas L y B; que significa Logos y Bordados; la misma que se etiquetará en las distintas prendas. Con esta marca se quiere posicionar los productos en el mercado, esperando cerrar la brecha creada en estos años de funcionamiento.

GRÁFICO N° 48

LOGOTIPO



ELABORACIÓN: La Autora

6.2. BASES FILOSÓFICAS

La Filosofía de la nueva Microempresa está direccionada a la innovación debido a que el entorno evoluciona constantemente, factor fundamental para convertirse en una microempresa competitiva.

6.2.1. Misión

“LOGOS & BORDADOS es una microempresa emprendedora y creativa, que dedica sus esfuerzos y recursos a la confección de camisetas tipo sport de calidad, en variados diseños y excelencia en sus acabados, brindando un servicio personalizado que satisfaga en forma conjunta y organizada las necesidades y expectativas del cliente.”

6.2.2. Visión

“En cinco años será una microempresa competitiva a nivel local y regional en la confección y comercialización de camisetas deportivas con diseños exclusivos y de moda, demostrando constantemente excelencia en la producción y el servicio”.

6.2.3. Objetivos

Los objetivos perseguidos por la organización son:

6.2.3.1. General

Brindar a los clientes, productos y servicios de calidad afines a las tendencias de la moda y a un precio competitivo.

6.2.3.2. Específicos

- a) Tener una estructura organizativa sólida, en base a que cada departamento de la microempresa funcione de forma organizada y controlada.
- b) Contar con un equipo humano adecuado y capacitado.
- c) Planificar acciones encaminadas al desarrollo continuo de la microempresa.
- d) Posicionamiento y consolidación de la microempresa en el mercado local.

6.2.4. Políticas

Las políticas que regirán a la organización son:

6.2.4.1. Prioridad al Cliente

La satisfacción del cliente es la prioridad de la organización; por lo que, está sujeta a las constantes exigencias del cliente.

6.2.4.2. Entrega a Tiempo

La microempresa tendrá como filosofía, el cumplimiento en la entrega de mercaderías a tiempo, en función a los requerimientos del cliente; lo cual, generará seriedad y responsabilidad.

6.2.4.3. Políticas de cobro

La política de cobro de la microempresa se mantendrá; es decir, en pedidos al por mayor, el cliente cancelará el 50% del monto total al momento del pedido y la contraparte se realizará cuando se entregue la mercadería; y con, respecto a los clientes minoristas la venta se efectuará al contado.

6.2.4.4. Generación de Nuevas Ideas

Logos & Bordados apoyará la generación de nuevas ideas, que fomente la creatividad en sus diseños, incentivando a sus trabajadores.

6.2.4.5. Eficiencia

El compromiso de la microempresa será mantener estándares de eficiencia en sus recursos, para ofrecer a sus clientes un producto en excelentes condiciones.

6.2.5. Valores Corporativos

Los valores éticos y morales con los que se manejará el accionar de las diferentes actividades de la microempresa se basarán principalmente en la honestidad, respeto y responsabilidad. Un buen ambiente laboral hace que los integrantes de la organización trabajen de la mejor manera posible.

6.2.5.1. Respeto: Ofrecer un trato digno a todas las personas y valorar sus diferencias.

6.2.5.2. Honestidad: Actuar con ética, garantizado el cumplimiento de las políticas.

6.2.5.3. Calidad: Garantizar la excelencia en el producto, atención y servicios.

6.2.5.4. Responsabilidad: Asumir personal y grupalmente las consecuencias de las acciones y sus consecuencias.

6.2.5.5. Compromiso: Responder por las funciones de trabajo, para contribuir de esta forma con los objetivos de la microempresa de una manera clara, consistente y oportuna.

6.3. BASE LEGAL

LOGOS & BORDADOS será una Compañía de Responsabilidad Limitada, legalmente constituida; por lo que acatará estrictamente todas las disposiciones que determina la ley y los organismos pertinentes; estará domiciliada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, contará con una inversión de \$65.445,92 dólares, siendo el Capital Social \$15.445,92 (QUINCE MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y CINCO CON 92/100), integrado por aportaciones individuales de sus dos socios; y \$50.000 dólares que corresponde a la inversión financiada a través del crédito.

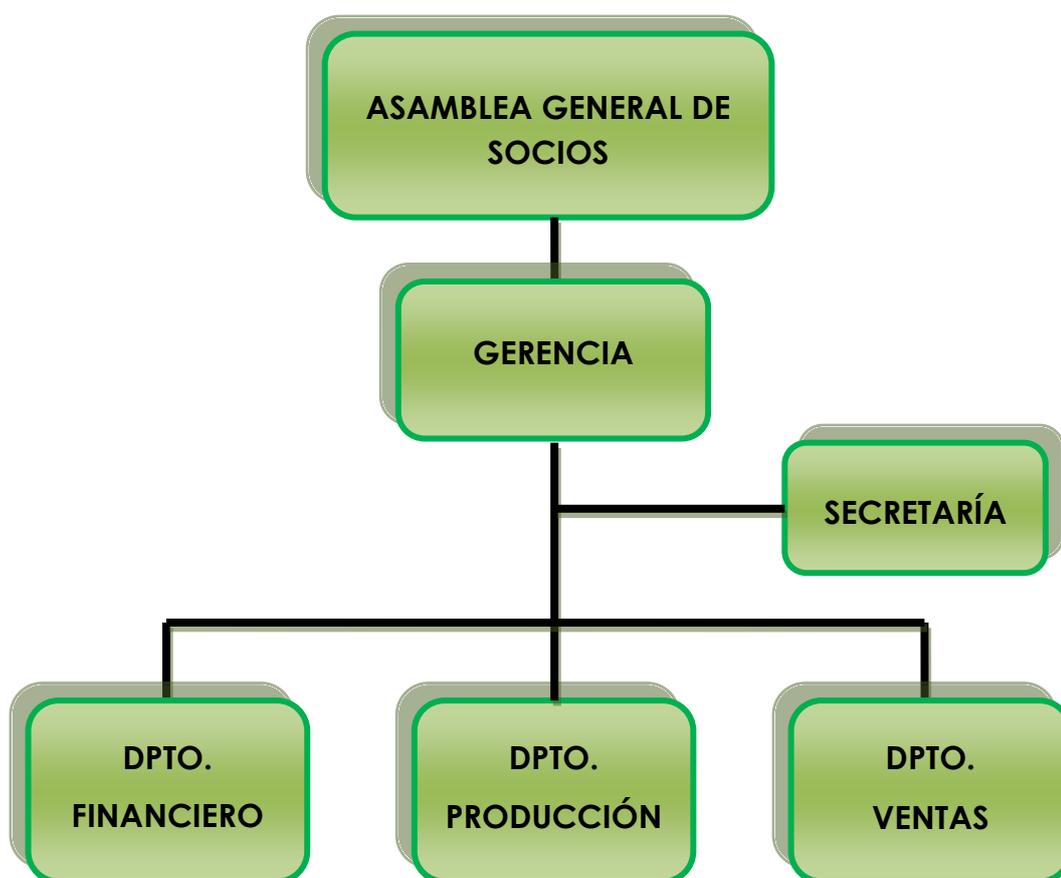
6.4. REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

- Tres escrituras (Superintendente de Compañías)
- Certificado de apertura de la cuenta de integración
- Documento de aprobación de la denominación
- Solicitud de la constitución de la compañía (Oficio firmado por el abogado)
- Obtener el RUC (representante legal)

6.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La microempresa textil Logos & Bordados se ha desarrollado con una administración tradicional y centralizada; ya que, todas las actividades de microempresa están bajo la única responsabilidad del propietario. Con la implementación del proyecto se establecerán niveles jerárquicos utilizando un Organigrama Vertical; es decir, las unidades jerárquicas se desplazan de arriba (Nivel Directivo) hacia abajo (Ejecutivo, Administrativo y Operativo) en una graduación descendente.

GRÁFICO N° 49
ORGANIGRAMA DE LOGOS & BORDADOS



ELABORACIÓN: La Autora

6.6. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Este manual describe las funciones que debe realizar cada una de las personas que trabajarán dentro de la microempresa, con la finalidad de llevar a cabo la consecución de los objetivos y metas.

6.6.1. Asamblea General de Socios

La junta general de accionistas se reunirá en la forma y para los efectos determinados en la Ley de Compañías, dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual, con el fin de conocer y resolver sobre el informe del Directorio relativo a la marcha del negocio, los estados financieros y distribución de utilidades.

6.6.2. Gerente General

El gerente general, es quien se encarga de velar por el buen funcionamiento de todas las actividades a través de una correcta administración. En coordinación con la Asamblea General de Socios deberá dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la microempresa.

6.6.2.1. Perfil

- Ser responsable en todas las funciones encomendadas.
- Capacidad de liderazgo.
- Creativo e innovador en sus labores y actividades.
- Trabajo en equipo.
- Agilidad e imparcialidad en la toma de decisiones.
- Gozar de estabilidad emocional.

6.6.2.2. Requerimientos

- Título en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Economía o afines.
- Conocimientos básicos en el área administrativa y contable.
- Experiencia en actividades comerciales.
- Experiencia en trato al personal y atención al cliente.
- Tener deseos de superación personal.
- Disponibilidad de tiempo completo.

6.6.2.3. Funciones:

- Representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, de los procesos administrativos.
- Realizar un constante seguimiento de las operaciones para tomar decisiones.
- Delegar funciones a los empleados.
- Promover cursos de capacitación para los trabajadores.
- Evaluar el desempeño del personal de la empresa.

6.6.3. Secretaria

Es un puesto que demanda alta confianza, brindará apoyo a la dirección de la empresa, colaborará en la coordinación entre la dirección y todo el personal.

6.6.3.1. Perfil

- Responsable en las funciones encomendadas.
- Disponibilidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad para trabajar en grupo.
- Seguridad y firmeza.
- Ética moral y profesional.

6.6.3.2. Requerimientos

- Título de Secretaria Ejecutiva.
- Poseer conocimientos en la elaboración, recepción y distribución de documentos.
- Manejar paquetes utilitarios de office e internet.
- Experiencia en cargos similares y trato al personal.
- Certificado de honorabilidad.

6.6.3.3. Funciones

- Apoyar a la gerencia y a la dirección.
- Elaborar y registrar documentos.
- Compartir y distribuir información autorizada entre los miembros de la organización.
- Coordinación con proveedores.
- Mantener actualizados los archivos de la microempresa.
- Realizar actividades relacionadas al cargo.

6.6.4. Contador

El puesto de Contador es un puesto de alta confianza; debido a que sus funciones son básicamente de apoyo a la dirección de la microempresa. Estará encargado del registro y control contable, por lo que es necesario un alto nivel de responsabilidad, experiencia y de una excelente formación académica.

6.6.4.1. Perfil

- Transparencia, responsabilidad, honradez y disciplina en sus actividades.
- Capacidad de coordinación y liderazgo.
- Trabajo en equipo.
- Agilidad para tomar decisiones.

6.6.4.2. Requerimientos

- Ingeniero Contador Público Autorizado C.P.A.
- Conocimientos en el área contable.
- Experiencia en actividades financieras.
- Experiencia en trato al personal y atención al cliente.
- Tener deseos de superación personal.
- Disponibilidad de tiempo completo.

6.6.4.3. Funciones:

- Crear políticas para un mejor control interno de la microempresa.
- Actualizarse en conocimientos tributarios y asuntos afines al cargo.
- Elaborar y poner en conocimiento del directorio y la gerencia los estados financieros.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en la empresa.
- Informar a la gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Tener la documentación del control contable al día.
- Realizar los pagos autorizados por la gerencia.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.

6.6.5. Diseñador Gráfico

El diseñador gráfico buscará clarificar el mensaje que se quiere entregar al consumidor con la presencia del nuevo producto en mercado; además será quien exprese e interprete los deseos y necesidades del público al cual va dirigido el producto, a través del diseño de imágenes y símbolos que serán impresos en los distintos modelos de camisetas.

6.6.5.1. Perfil

- Excelente comunicación con los clientes.
- Innovador, creativo, dinámico y original.
- Agudeza visual, agilidad manual y precisión para el manejo de equipos y herramientas.
- Habilidad para diseñar y dibujar.
- Facilidad de palabra y sentido crítico para tomar, analizar, explicar y justificar decisiones de toda índole.

6.6.5.2. Requerimientos

- Instrucción en diseño gráfico.
- Experiencia en el desarrollo de imagen e identidad corporativa de empresas.
- Experiencia en el diseño de campañas publicitarias, promoción y anuncio de productos.
- Capaz de trabajar con equipos multidisciplinarios proyectando y concretando trabajos de distintos grados de complejidad, de manera original y eficiente.
- Excelentes referencias personales.

6.6.5.3. Funciones

- Proponer diferentes ideas de innovación para la imagen de la Organización.
- Responsable de aplicar estrategias publicitarias y de venta.
- Generar nuevos diseños para imprimir en los productos.
- Diseñar material gráfico para las diversas necesidades de los clientes.
- Sugerir técnicas para mejorar la calidad del servicio de personalización.
- Realizar informes de actividades.

6.6.6. Vendedor

Dentro de la unidad de ventas, la persona encargada de realizar esta actividad, es quien se encargará de expender el producto final al público, receptorá mercadería y pedidos.

6.6.6.1. Perfil

- Excelente nivel de comunicación para mantener relaciones satisfactorias con los clientes.
- Conocimiento de las cualidades del producto que se venderá.
- Capacidad para solucionar problemas con los clientes.
- Ser innovador, creativo y dinámico.

6.6.6.2. Requerimientos

- Tener como mínimo instrucción secundaria en cualquier especialidad.
- Experiencia en ventas de productos similares.
- Excelentes referencias personales.
- Honradez en el manejo de dinero.

6.6.6.3. Funciones

- Ofrecer un trato personalizado, ágil y oportuno, que satisfaga los requerimientos del cliente.
- Responsable de aplicar estrategias publicitarias y de venta.
- Organizar el producto dentro del almacén.
- Actualización de inventarios de mercadería.
- Limpieza y mantenimiento del local.

6.6.7. Bodeguero

El bodeguero tiene a su cargo el adecuado abastecimiento, mantenimiento y transporte de materia prima, insumos coordinando su traslado al área de producción para su procesamiento, y también organizará el producto terminado en la bodega coordinando con el área ventas para despachar y entregar pedidos.

6.6.7.1. Perfil

- Responsable en las tareas asignadas.
- Manejo operativo de bodegas.
- Custodia de inventarios.
- Reportar e informar novedades y variaciones de inventarios a gerencia.

6.6.7.2. Requerimientos

- Experiencia en trabajos similares.
- Experiencia en el despacho y entrega de pedidos.
- Disponibilidad de tiempo completo.

6.6.7.3. Funciones

- Manejo eficiente de bodegas.
- Llevar control y custodia de inventario de materia prima e insumos.
- Reportar a gerencia y a producción la disponibilidad, consumo y estado de materiales.
- Trasladar los productos terminados a bodega y almacén.
- Despachar la mercadería vendida coordinando con el vendedor.

6.6.8. Operarios

Es la unidad productiva de la microempresa; es decir, quienes se encargarán del corte, confección, control de calidad, bordado y estampado de las camisetas.

6.6.8.1. Perfil

- Responsable en las tareas asignadas.
- Cumplir con la agenda de producción.
- Disponibilidad para trabajar en equipo.
- Compromiso con los objetivos de la microempresa.
- Ser creativo.

6.6.8.2. Requerimientos

- Experiencia en trabajos similares.
- Experiencia en el manejo y mantenimiento de máquinas industriales.
- Disponibilidad de tiempo completo.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El análisis cualitativo y cuantitativo de los impactos social, económico, empresarial, ambiental que generará la ampliación de la microempresa “Logos & Bordados”, tiene una calificación alta positiva.

Para el análisis de los impactos del proyecto se hará uso de una matriz; con la cual, se asignará una calificación a cada impacto.

Para cada impacto se utilizará una matriz de análisis, en la cual, el eje horizontal estará representando los niveles de impacto y en el eje vertical determinaremos una serie de indicadores trascendentales y relevantes.

CUADRO N° 93
NIVELACIÓN DE IMPACTOS

Cualidades	Nivelación
Alto	3(+,-)
Medio	2(+,-)
Bajo	1(+,-)
Indiferente	0

ELABORACIÓN: La Autora

Una vez asignado una calificación a cada indicador de impacto se suman los valores asignados y se dividirá el resultado para el número de indicadores; obteniendo un valor promedio, el cual viene a establecerse como la valoración del impacto.

7.1. IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 94
IMPACTO SOCIAL

Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo • Mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores • Trabajo e involucramiento entre los miembros de la institución • Satisfacción del cliente 							X
						X	X
Total						1	9

$$Nivel\ de\ impacto\ social = \frac{\sum}{n} = \frac{10}{4} = 3$$

Nivel de impacto social = Alto positivo

7.1.1. Análisis

El proyecto pretende incidir en la generación de empleo en la rama textil y de la confección, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, por la incorporación de los beneficios de ley en sus salarios, además que recibirán una constante capacitación en seguridad ocupacional; por tanto, la construcción de la nueva infraestructura brindará un excelente ambiente de trabajo seguro y saludable para todos los trabajadores y al mismo tiempo estimulará la prevención de accidentes de trabajo, transfiriendo el riesgo a una aseguradora. También este proyecto pretende involucrar a los miembros de la institución, como son directivos y trabajadores en un esfuerzo y trabajo colectivo, para llegar a identificar posibles riesgos, evaluarlos y plantear posibles soluciones. En cuanto a la satisfacción del cliente, se espera una mejora en el servicio y atención al cliente, constituido en la amabilidad y confianza brindada.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO Nº 95
IMPACTO ECONÓMICO**

Indicador	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Mayor competitividad							x
• Optimización de recursos							x
• Excelencia en el proceso productivo							x
• Eficiencia en las operaciones de confección						x	
• Incremento de la rentabilidad						x	
• Incentivo a la inversión							x
Total						4	12

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\sum}{n} = \frac{16}{6} = 3$$

Nivel de impacto económico = Alto positivo

7.2.1. Análisis

La propuesta de ampliación de la microempresa textil “Logos & Bordados”, tendrá un impacto económico alto positivo; debido principalmente al incremento de la competitividad; ya que, la entidad reflejará una mejora de calidad constante e innovación, a través del máximo rendimiento de sus recursos disponibles y sus procesos de transformación, obteniendo como resultado eficiencia en sus operaciones. Se conseguirá un aumento en los ingresos debido a que se podrá cubrirá en un treinta y tres por ciento de la demanda insatisfecha, contribuyendo de esta forma a la obtención de utilidades y una mejora en sus índices de rentabilidad.

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 96
IMPACTO EMPRESARIAL

Niveles de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
• Definición de una estructura organizacional							x
• Posicionamiento estratégico de la microempresa						x	
• Mejoramiento de los procesos administrativos							x
• Desarrollo del sector productivo y comercial de la ciudad de Ibarra					x		
• Reactivación de la industria textil y de la confección					x		
Total					2	2	6

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\sum}{n} = \frac{10}{5} = 2$$

Nivel de impacto empresarial = Medio positivo

7.3.1. Análisis

El impacto empresarial que tendrá el proyecto será medio positivo; porque, se buscará paulatinamente posicionar los productos y servicios de “Logos & Bordados” en el mercado ibarreño, contribuyendo de alguna manera al desarrollo del sector productivo y comercial de la ciudad de Ibarra, ya que se dinamizarán las relaciones de compra y venta de productos y servicios para la confección, también se reactivará la industria textil y de la confección de la ciudad. El mejoramiento de los

procesos administrativos a través de la creación de una estructura organizativa y la modificación de ciertas políticas institucionales conllevarán a la consecución de los objetivos.

7.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO Nº 97
IMPACTO AMBIENTAL**

Niveles de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
• Cuidado del medio ambiente							x
• Uso racional de luz eléctrica							x
• Tratamiento de los desechos						x	
• Ruido					x		
Total					1	2	6

$$Nivel\ de\ impacto\ ambiental = \frac{\sum}{n} = \frac{9}{4} = 2$$

Nivel de impacto ambiental = Medio positivo

7.4.1. Análisis

La implementación de medidas compensatorias para el cuidado del medio ambiente, se realizarán de forma progresiva; a través de la siembra de árboles, siendo una manera sencilla que impulsa la protección y recuperación de áreas verdes. El proyecto pretende mitigar el impacto que genera la utilización innecesaria del recurso electricidad, mediante la concientización a todo el personal sobre su uso racional, desconectando ciertas máquinas que no están en funcionamiento. La correcta utilización de los desperdicios resultantes de la confección, a través de la venta de retazos a terceras personas sería una medida positiva para que se genere otro producto como puede ser el guipe. El ruido provocado por las

máquinas será mitigado a través de una correcta insonorización de la planta productiva, tomada en cuenta las normas necesarias de construcción; por lo que, este impacto tendrá una calificación medio positivo.

7.5. IMPACTO GENERAL

CUADRO Nº 98
IMPACTO GENERAL

Niveles de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
• Social							x
• Económico							x
• Empresarial						x	
• Ambiental						x	
Total						4	6

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\sum}{n} = \frac{10}{4} = 3$$

Nivel de impacto general = Alto positivo

7.5.1. Análisis

En definitiva, el impacto general que tendrá el proyecto de ampliación de la microempresa textil “Logos & Bordados” será positivo; por lo que, el impacto que generará a la sociedad, a la economía, al comercio y al ambiente será favorable, ya que iniciativas como estas, contribuyen al desarrollo del aparato productivo de la localidad.

CONCLUSIONES

Después de haber diseñado el Estudio de Factibilidad para la Ampliación de la Microempresa textil “Logos & Bordados”, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

- El principal problema se encuentra en la gestión de procesos administrativos y operacionales, siendo la construcción de la nueva unidad productiva un recurso de apoyo, que maximiza su capacidad productiva. Un creciente mercado y la disponibilidad de utilizar recursos propios, son las buenas oportunidades para emprender este proyecto.
- Con la ejecución del proyecto de ampliación de la microempresa Logos & Bordados, el panorama del área productiva se optimiza, principalmente por la adquisición de maquinaria y equipos con mejores tecnologías, es decir al no reemplazar la maquinaria obsoleta dará lugar a contratiempos y se paralizaría totalmente la microempresa, logrando un crecimiento y rendimiento total en la capacidad productiva, siendo los clientes beneficiarios directos de un producto de calidad y a mejores precios.
- Se encontró una demanda potencial insatisfecha de camisetas tipo sport, que puede ser captada por la nueva microempresa, además el proyecto es rentable; garantizando su factibilidad y su ejecución inmediata del proyecto.
- Se definió su misión, visión, funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la nueva organización, con la finalidad de

que se coordinen las diferentes acciones que sirven para la toma de decisiones.

RECOMENDACIONES

La presente propuesta proyecta rentabilidad; por lo que, se recomienda invertir en el presente proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados.

Para una correcta implementación del proyecto, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- La microempresa cuenta con un proyecto rentable; por ende, si se incrementa la producción dentro de la planta se debe cumplir con los estándares y normas de calidad en los productos elaborados que ofrece la empresa.
- Al emplear nueva maquinaria con mejor tecnología, es necesario determinar el nivel de riesgo tanto de manipulación como de fallas en los procesos, que deberán ser contrarrestadas con la implementación de un plan de contingencia.
- Para satisfacer a la demanda es necesario, brindar un servicio de calidad; que será el resultado de trabajar con eficiencia, obteniendo el mayor beneficio en esfuerzo y horas de trabajo que la microempresa invertirá a diario. Para darse a conocer y lograr posicionarse en el mercado, deberá mantener una actitud versátil, apegada a los cambios de moda, gustos y preferencias de los consumidores, además una herramienta indispensable para darse a conocer es la publicidad en los diferentes medios de comunicación.
- Una buena capacidad de dirección y liderazgo por parte de la alta gerencia debe ser un proceso continuo, por lo tanto, deberá renovar

los canales de comunicación a través de la creación de consensos. El proyecto debe ejecutarse inmediatamente con toda seguridad; ya que, obtendrá beneficios en corto tiempo y brindará empleo a varias personas.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA, Germán (2001), **Proyectos Formulación, evaluación y Control**, Cuarta Edición, AC Editores, Colombia.
- AYALA, Estuardo (2010), **Cátedra Evaluación Financiera**, Ibarra-Ecuador
- BAPTISTA, Pilar (2006); FERNANDEZ, Carlos y MENDEZ, Roberto, **Metodología de la Investigación**, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill.
- BERNAL, César Augusto (2006), **Metodología de la Investigación**, Segunda Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, Naucalpan- Estado de México.
- CANTOS, Enriqueta (2006), **Diseño y Gestión de Microempresas**, Editor CODEU, Quito-Ecuador.
- DEL CID, Alma; MÉNDEZ, Rosemary y SANDOVAL, Franco (2007), **Investigación Fundamentos y Metodología**, Primera Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, Naucalpan de Juárez- México.
- GALINDO, Carlos (2008); **Manual para la creación de empresas**, Tercera Edición, Editorial Kimpres, Bogotá – Colombia.
- GÓMEZ, Orlando (2007), **La Industria Textil Ecuatoriana**, Tesis UTN, FICA, Ibarra-Ecuador.

- JÁCOME, Walter (2005), **Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión**, Editorial Universitaria, Ibarra.
- LEIVA, Francisco (2006), **Nociones de Metodología de Investigación Científica**, Quinta Edición, Editorial INACAPED, Quito – Ecuador.
- MENDEZ, Carlos (2002), **Diseño y desarrollo del proceso de investigación**, Tercera edición, Editorial Mc Graw Hill, Colombia.
- SAMUELSON P., NORDHAUS W. (2006), **Economía**, Decimoctava Edición, Mc Graw Hill, México
- VILLALBA, Carlos (2009), **Metodología de la Investigación Científica**, Sur Editores, Quito – Ecuador.
- ZAPATA, Pedro (2005), **Contabilidad General**, Quinta Edición, Mc Graw Hill, Bogotá – Colombia

LINFOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR (AITE), **Industria Textil**, www.aite.com.ec
- CORPEI (2008), **Textiles y Confecciones**, www.google.com
- Marino P. y Horacio T. (2009), **Guía para el Emprendedor textil**, www.google.com
- MODAVERSATIL (2008), **El ciclo de elaboración de prendas de vestir**, www.modaversatil.com

- MONOGRAFÍAS (2010), **Principales consideraciones sobre el plan de negocio**, www.monografias.com/trabajos15
- MUÑOZ, David (2008), **diseño, estructura organizativa y distribución física de la planta**, <http://www.monografias.com/trabajos87>
- NACIONAL FINANCIERA, S.N.C (2010), **Ampliación empresarial**, <http://mexico.smetoolkit.org>
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (2007-2010), **Capítulo Manufactura**, www.google.com
- RANGEL, RODRÍGUEZ Y TORRES (2007), **Proyecto para la Creación de una Nueva Extensión del Negocio**, www.google.com
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO (2010), **Análisis de Fortalezas y Amenazas**, www.capacinet.gob.mx
- VÁSQUEZ, Víctor (2002), **Estructura Organizativa**, www.google.com
- <http://es.wikipedia.org> (2011), **Impactos**
- <http://emprendedor.unitec.edu> (2011), **Plan de Negocios**
- www.inta.gov.ar (2011), **Evaluación económica y financiera**
- <http://www.gestiopolis.com> (2011), **Estructura Organizacional**
- www.editorial.unca.edu.a (2010), **Estudio Técnico**

SUNSET

ANEXO A



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA MICROEMPRESA
“LOGOS & BORDADOS”

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información por parte de los trabajadores de la microempresa “Logos & Bordados”. Resultados que servirán como base para la elaboración y desarrollo del diagnóstico técnico situacional de la microempresa.

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

C. CUESTIONARIO:

1. ¿Hace qué tiempo trabaja en la microempresa textil “Logos & Bordados”?

3 meses 6 meses 1 año Más de 1 año

2. ¿Cuál es el área en la que Ud. labora dentro de la microempresa?

Corte & Confección Acabados Bordado Computarizado

3. ¿Está de acuerdo con las condiciones laborales que tiene la microempresa textil “Logos & Bordados”?

Muy de acuerdo De acuerdo En desacuerdo

4. La maquinaria que Ud. maneja posee una tecnología:

Alta Baja Obsoleta

5. Aquí hay una lista de necesidades. Por favor, indique las cinco que considere más importantes de atender en la microempresa textil “Logos & Bordados”.

Ampliación de la Infraestructura física	<input type="checkbox"/>
Adquisición de maquinaria	<input type="checkbox"/>
Creación de una nueva línea de servicio	<input type="checkbox"/>
Contratación de personal	<input type="checkbox"/>
Adecuación de espacios físicos	<input type="checkbox"/>
Reducción de costos de producción	<input type="checkbox"/>
Reducción de pérdidas de materias primas	<input type="checkbox"/>

D. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO(A):

Nombre: Género: Edad:

Nivel de Instrucción:

Parroquia o Barrio de residencia:

E. OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ENCUESTADOR(A):

FECHA:

ANEXO B



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA
“LOGOS & BORDADOS”**

A. OBJETIVO: La presente entrevista tiene por objeto recolectar información para diagnosticar la situación actual de la microempresa “Logos & Bordados”, resultados que servirán como base para la elaboración y desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA “LOGOS & BORDADOS”.

B. CUESTIONARIO:

1. ¿Hace que tiempo viene laborando en el mercado, la microempresa textil “Logos & Bordados”?
2. ¿A qué se dedica específicamente la microempresa textil “Logos & Bordados”?
3. ¿Qué tipo de características presentan sus productos y servicio?
4. ¿Cuáles son los objetivos de la microempresa?
5. ¿Cuál es la misión y visión de la microempresa?
6. ¿La microempresa dispone de un organigrama y manual de funciones?
7. ¿Cuál es su función como propietario dentro de la microempresa?
8. ¿Cuenta usted y sus trabajadores con programas de capacitación?
9. ¿Cree que la microempresa textil “Logos & Bordados” es competitiva? ¿Por qué?
10. ¿Cuáles son las necesidades de la microempresa?
11. ¿Dispone de terreno propio para la construcción?
12. ¿Con qué equipo cuenta actualmente la microempresa?
13. ¿Cuáles son los proveedores de materiales e insumos?
14. ¿Tiene algún tipo de financiamiento con sus proveedores?
15. ¿Qué rubros toma en cuenta para el cálculo del costo de producción?
16. ¿Existe desperdicios de materia prima durante el proceso productivo?
17. ¿Cuáles son los precios de los diferentes productos?
18. ¿Qué fuentes de financiamiento tiene disponibles al momento?

C. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO:

Nombre: Edad: Nivel de Instrucción:
Parroquia o Barrio de residencia:

D. OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ENCUESTADOR(A):
FECHA:

ANEXO C



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE
CAMISETAS TIPO SPORT PERSONALIZADAS DE LAS CIUDADES DE
IBARRA, ATUNTAQUI Y OTAVALO

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la fabricación y comercialización de camisetas tipo sport personalizadas, por parte de los productores y comercializadores de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, la misma que servirá como base para la elaboración y desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA LOGOS & BORDADOS

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

C. CUESTIONARIO:

1. **¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su negocio en la ciudad?**

Menor a 1 año De 1 año a 5 años De 6 años a 10 años
Más de 10 años

2. **¿Cuenta Ud. con clientes permanentes?**

Sí No

3. **¿De qué ciudad son sus potenciales clientes?**

Ibarra Atuntaqui Otavalo Otras

4. **¿A qué segmento de mercado está dirigida su producción?**

Categoría	Jóvenes	Adultos
Mujeres		
Hombres		

5. **La mayoría de sus clientes son?**

Intermediario Consumidor Final

6. **¿De dónde proviene la mayor parte de insumos para la producción?**

Ibarra Atuntaqui Quito Guayaquil Importado

7. **¿Qué modelo de camiseta tipo sport se personaliza con mayor frecuencia?**

Cuello Redondo Cuello en "V" Polo

8. ¿Cuántas camisetas tipo sport se estampan y bordan al año?

Categoría	Estampada	Bordada
Entre 500 a 2500		
De 2500 a 4500		
De 4500 a 6500		
De 6500 a 8500		
De 8500 a 10500		
Más de 10500		

9. ¿Cuál es el precio de venta al por mayor de las siguientes camisetas personalizadas?

Menos de \$ 5,00 \$ 5,00 - \$ 8,00 8,00 a \$ 11,00
 \$ 11,00 a \$ 14,00 Más de \$ 14

10. ¿Cuál es el precio de venta al por menor de las siguientes camisetas personalizadas?

Menos de \$ 5,00 \$ 5,00 a \$ 9,00 \$ 9,00 a \$ 13,00
 \$ 13,00 a \$ 17,00 Más de \$ 17

11. ¿Cuál es el porcentaje de utilidad que espera ganar en la venta de sus productos?

De 10% al 30% Del 30% al 50% Más del 50%

12. ¿De qué forma promociona sus productos?

Ferias Publicidad Otro.....

D. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO:

Nombre del Negocio:.....
 Sector o Dirección:
 Nombre del encuestado: Cargo:
 Género: Edad: Instrucción:

E. OBSERVACIONES:.....

ENCUESTADOR(A):
 FECHA:

ANEXO D



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE CAMISETAS TIPO
SPORT PERSONALIZADAS

A. OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la aceptación de camisetas tipo sport personalizadas, por parte de los consumidores de las ciudades de Ibarra, Atuntaqui y Otavalo. Resultados que servirán como base para la elaboración y desarrollo del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA MICROEMPRESA TEXTIL LOGOS & BORDADOS.

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

A. CUESTIONARIO:

1. ¿Conoce de qué forma puede personalizar una camiseta?

Sí No

2. ¿Acostumbra comprar camisetas tipo sport?

Sí No

3. ¿Qué modelo de camiseta prefiere comprar?

Cuello Redondo Cuello en "V" Polo

4. ¿Qué tipo de personalizado le gustaría llevar en su camiseta?

Estampado Bordado

5. ¿Cuántas camisetas personalizadas adquiere al año?

1 a 7 8 a 14 15 a 21 Más de 22

6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una camiseta personalizada?

Menos de \$5 \$5 a \$9 \$9 a \$13 \$13 a \$17 Más de \$17

7. En qué lugares prefiere comprar camisetas personalizadas?

Centros comerciales Almacenes de ropa Mercados y plazas
Otro.....

8. ¿Qué talla elije Ud. al momento de comprar una camiseta?

Small (S) Medium (M) Large (L)

9. ¿Qué color de camisetas prefiere usar?

Claros Oscuros

10. ¿Qué tipo de diseños le gustaría tener en la personalización de las camisetas?

Mensajes Fotos Dibujos

11. ¿Ha escuchado de los productos y servicios que ofrece la microempresa “Logos & Bordados”

Si No

12. ¿Estaría dispuesto a adquirir prendas de vestir de una nueva marca?

Si No

13. ¿De qué forma conoce la apertura de un nuevo negocio dentro de la ciudad?

Radio y Televisión Prensa Volantes Vallas publicitarias
Amigos y Familiares

B. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO:

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

C. OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ENCUESTADOR(A):
FECHA:

ANEXO E



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENTREVISTA DIRIGIDA A LA ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR

A. OBJETIVO: La presente entrevista tiene por objeto recolectar información para diagnosticar la situación actual de las empresas textiles y de la confección del Ecuador en particular de la provincia de Imbabura, resultados que servirán como base para la elaboración y desarrollo de un proyecto de factibilidad.

B. CUESTIONARIO:

1. ¿Qué es la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador?
2. ¿Cuántos miembros están afiliados a esta Asociación?
3. ¿Qué beneficios brinda al asociado?
4. ¿Cómo ha evolucionado la Industria Textil de nuestro país.
5. ¿Cuál es el factor fundamental para que las empresas del país se conviertan en competitivas?
6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento de la producción de prendas de vestir?

C. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO(A):

Nombre del negocio:.....
Ciudad:
Nombre del entrevistado: Cargo:
Género: Edad: Instrucción:

D. OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ENTREVISTADOR (A):
FECHA:

ANEXO F



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS
TEXTILERAS Y DE LA CONFECCIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

A. OBJETIVO: La presente entrevista tiene por objeto recolectar información para conocer el proceso productivo, administrativo y de ventas de dos importantes EMPRESAS TEXTILERAS Y DE LA CONFECCIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, resultados que servirán como base para la elaboración y desarrollo de un estudio de factibilidad.

B. CUESTIONARIO:

1. ¿Qué tipo de prendas de vestir produce su empresa?
2. ¿Durante su evolución a través del tiempo, la empresa ha tenido procesos de ampliación?
3. ¿Cuál es el proceso productivo que utiliza la empresa, para elaborar sus productos?
4. ¿Cuál es el proceso de contratación y capacitación de sus empleados?
5. ¿Manejan algún segmento de mercado?
6. ¿Cómo consiguen la materia prima para fabricar los productos?
7. ¿Cuál es el factor fundamental para que la empresa sea competitiva?
8. ¿Cómo asignan los precios a los diferentes productos?
9. ¿De qué forma llega la empresa al mercado de consumidores?
10. ¿Con qué planes cuenta la empresa para contrarrestar a la competencia?

C. DATOS GENERALES DEL ENTREVISTADO(A):

Nombre del negocio:.....
Nombre del entrevistado: Cargo:
Género: Edad: Instrucción:

D. OBSERVACIONES:.....
.....
.....

ENTREVISTADOR (A):
FECHA:

ANEXO G

REGISTRO CATASTRAL DE LOS NEGOCIOS DEDICADOS A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DEPORTIVAS

Ciudad: Atuntaqui

No	APELLIDOS Y NOMBRES	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN
1	Lema Wilson	Camisetas WW	Bolívar y Humberto Gordillo
2	Cevallos Piedad	Mishell	Río Amazonas
3	Paredes Diego	Ikono	General Enríquez
4	Calderón Karina	Protexil	Gral. Enríquez
5	Posso Martha	Fab. Prendas de Vestir	Río Amazonas
6	Andrade Greta	Fab. Ropa	Río Amazonas
7	Paredes Lourdes del Rocío	Fab. Prendas Vestir	Sucre
8	Rivadeneira María del Carmen	Fab. Prendas Vestir	Sucre y Gral. Enríquez
9	Meneses Maria	Fabrica de Prendas	Espejo
10	Michelena Mónica	Conmictex	Gral. Enríquez y 21 Noviembre
11	Ibadango Edison	Fab. Prendas Vestir	Luis Gordillo y Panamericana
12	Vásquez Tavita	Tavy Sport	Gral. Enríquez
13	Davila Martínez Cia. Ltda.	Anitex	Gral. Enríquez
14	Vaca Silvia	Katy	Río Amazonas
15	Compandaes S.A.	Panda	Av. Julio Miguel Aguinaga
16	Estévez Miguel	Camisetas "Ezfir"	Olmedo y Atahualpa
17	Paredes Juan Carlos	Almacen de Camisetas	Bolívar
18	Montalvo Fausto	Carmitex	Gral. Enríquez
19	Cabascango Sandra	Indatex	Río Amazonas
20	Yepez Sonia	Confecciones Tamia	Av. Julio Miguel Aguinaga
21	Andrade Mercedes	Confecciones Chichos	Río Amazonas
22	Sevillano Santiago	Chistian Sport	Río Amazonas
23	Flores Cecilia	Almacén de Ropa	Bolívar
24	Solano Wilson	Almacén de Ropa	Bolívar
25	Calderón Richard	Almacén de Ropa	Bolívar Y Gral. Enríquez
26	Vega Lucia	Almacén de Ropa	Gral. Enríquez
27	Dávila Marianita de Jesús	Almacén de Ropa	Gral. Enríquez
28	Recalde Miguel Ángel	Almacén de Ropa	Gral. Enríquez
29	Pomasquí Andrés	Almacén de Ropa	Gral. Enríquez
30	Villacorte Cristina	Almacén de Ropa	Gral. Enriques Y Espejo
31	Franco Luis Alberto	Almacén de Ropa	Río Amazonas
32	Dávila Patricio	Almacén de Ropa	Río Amazonas
33	Rivadeneira Bertha	Almacén de Ropa	Río Amazonas
34	Espinosa Rosa	Almacén de Ropa	Río Amazonas
35	Quimbiulco Carmen	Almacén de Ropa	Av. Julio Miguel Aguinaga

FUENTE: Rentas Municipio de Antonio Ante

ELABORACION: La Autora

Ciudad: Ibarra

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN
1	Muñoz Miriam	Jhinos Ropa Deportiv	Borrero 09-64
2	Lafuente Jenny	Huellas Uniformes	Sucre 09-044
3	Cuchala Javier	Industrial Mega Sport Confecciones	Juan Miguel Muñoz 1-107
4	Ibadango Gabriela	Principe Sport	Pedro Moncayo 11-66
5	Cecilia Angamarca	Factory Center	Sánchez C 6-67 y G Moreno

6	Selldesigns S.A	Selldesigns .Sa	Oviedo 10-88
7	Marco Ormaza	M.Q Camisetas	Av. Eloy Alfaro 2-102
8	Fabian Vallejos	Derick Daniels	Av. Pérez Guerrero
9	Wilman Guerra	Mundo Sport	Sánchez y C 14-100 y Cenón Villacis
10	Victor Hugo	Innovación Pichi Sport	Carlos Elías Almeida
11	Salazar Mariana	Venta de Camisetas	Colinas del Sur
12	Eduardo Garzón	Confecciones Blanquita	Sánchez y C 09-57
13	Blanca Jurado	Confecciones Emily Sport	Sánchez y C 4-40
14	Malquin Clara	Confecciones Gadief Sport	Pedro Rodríguez 1-23
15	Hidalgo Bertha	Confecciones Rx Sport	Olmedo 05-68
16	Guerrero Zoila	Confecciones Geovanny	Maldonado 11-068
17	Churta Clemencia	Confecciones Amparito	Av. Atahualpa 20-063
18	Sanchez Elsa	Confecciones Mayte	Av. Eloy Alfaro
19	Muñoz Brenda	Comercial El Sol	Sánchez y Cifuentes
20	Aguirre Cesar	Confecciones Star Sport	J F Bonilla 18-24
21	Mejía Santiago	Santiagoscreen	Av. Atahualpa
22	Angela Pilataxi	Almacén Popular	Sánchez y Cifuentes y Obispo Mosquera
23	Yépez Elizabeth	Entrehilos	Sánchez y Cifuentes 3-30 y Rafael Troya
24	Pupiales Alex	Boradaos Amiguitos	Borrero y Sucre

FUENTE: Rentas Municipio de Ibarra

ELABORACION: La Autora

Ciudad: Otavalo

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCION
1	Andrade Ximena	X Sport	Vicente Ramón Roca y Juan de Salinas
2	Burga Magdalena	El Baratazo	Modesto Jaramillo
3	Carrera Martha	El Baratón	Modesto Jaramillo y García Moreno
4	Espinoza Zulema	Zero Sport	Alfonso Cisneros y Alberto Suarez
5	Flores Nelly	Astro Sport	Bolívar 2-12
6	Ortega Badi	Badiarte	Sucre y Avenida Quito
7	Paredes Juan	JC Captoos Confecciones	Roque Egas 442 y Cesar Guerra
8	Santillan Luis	Santex	Juan de Salinas y Juan de Salinas
9	Santillan Rafael	Word Of Wool	Colon 465 Y Sucre
10	Tabango Jose Miguel	Confecciones Cris Sport	Francisco de Araujo y Hernández de la Reina
11	Tamayo Gabriel	Totto	Abdón Calderón 408 y Sucre
12	Viteri Sergio	Sport Ciman	Bolívar y Juan Montalvo
13	Gualsaqui Edwin	Fintex	Bolívar y Abdón Calderón

FUENTE: Rentas Municipio de Otavalo

ELABORACION: La Autora

ANEXO H

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN A INVESTIGAR

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA: HOMBRES

Rango de Edad	Ibarra	Atuntaqui	Otavaló
De 15 a 19 años	1876	381	582
De 20 a 24 años	3453	547	971
De 25 a 29 años	3637	614	1034
De 30 a 34 años	3750	573	1044
De 35 a 39 años	3170	491	900
Subtotal	15886	2606	4531
Total	23023		

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Censo 2001
ELABORACION: La Autora

ANEXO I

DETERMINACIÓN DE LAS TASAS DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA Y DEMANDA NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR EN MILES DE DÓLARES

$$\text{PRODUCCIÓN} - \text{EXPORTACIONES} = \text{CONSUMO INTERNO} + \text{IMPORTACIONES} = \text{CONSUMO TOTAL}$$

Años	Oferta prendas de vestir	Años	X	Años	Consumo prendas de vestir	Años	I	Años	Demanda prendas de vestir
2002	214935	2002	20985	2002	193950	2002	58331	2002	252281
2003	214031	2003	27681	2003	186350	2003	74834	2003	261184
2004	217527	2004	28239	2004	189288	2004	113371	2004	302659
2005	221502	2005	27761	2005	193741	2005	123965	2005	317706
2006	223373	2006	22209	2006	201164	2006	142111	2006	343275
2007	229179	2007	30810	2007	198369	2007	174001	2007	372370
2008 (sd)	231754	2008	26652	2008	205102	2008	207299	2008	412401
2009 (sd)	234358	2009	21386	2009	212972	2009	198442	2009	411414
2010 (p)	236991	2010	21927	2010	215064	2010	207868	2010	422932
2011(*)	239654	2011	22481	2011	217173	2011	218759	2011	435932

(sd) Semidefinitivo; (p) Provisional; (*) Estimado

FUENTE: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE); Banco Central del Ecuador (BCE)

ELABORACION: La Autora

ANEXO J

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR

Años	Oferta de Prendas de Vestir (Miles de dólares)
2002	214935
2003	214031
2004	217527
2005	221502
2006	223373
2007	229179
2008 (sd)	231754
2009 (sd)	234358
2010(p)	236991
2011(*)	239654

FUENTE: AITE, BCE

ELABORACION: La Autora

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X$$

Donde:

\hat{Y} = Pronóstico

Y= Oferta

x= Número de años

b_0 = Variable independiente 1

b_1 = Variable independiente 2

CÁLCULOS PARA PROYECTAR LA OFERTA

X = Nº de años	Y= Oferta	XY	X ²	Ŷ
1 (2002)	214935	214935	1	212587,5
2(2003)	214031	428062	4	215641,4
3(2004)	217527	652581	9	218695,4
4(2005)	221502	886008	16	221749,4
5(2006)	223373	1116865	25	224803,4
6(2007)	229179	1375074	36	227857,4
7(2008)	231754	1622278	49	230911,4
8(2009)	234358	1874864	64	233965,4
9(2010)	236991	2132919	81	237019,4
10(2011)	239654	2396540	100	240073,3
55	2263304	12700126	385	2263304

FUENTE: AITE, BCE.

ELABORACION: La Autora

$$\tilde{x} = \frac{\sum x}{N} = \frac{55}{10} = 5,5$$

$$\tilde{y} = \frac{\sum y}{N} = \frac{2263304}{10} = 226330,4$$

$$b_1 = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{12700126 - \frac{55 \times 2263304}{10}}{385 - \frac{55^2}{10}} = \frac{12700126 - 12448172}{385 - 302,5} = 3053,9879$$

$$b_0 = \tilde{y} - b_1 \tilde{x}$$

$$b_0 = 226330,4 - 3053,9879(5,5)$$

$$b_0 = 209533,466$$

Con la obtención de la siguiente ecuación, se realizaron los siguientes pronósticos, para los próximos años;

$$\hat{Y} = 209533,466 + 3053,9879x$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA NACIONAL

Años	Oferta
1(2012)	243127,3
2(2013)	246181,3
3(2014)	249235,3
4(2015)	252289,3
5(2016)	255343,3

ELABORACION: La Autora

Fórmula:
$$i = \left(\sqrt[n-1]{\frac{M}{C}} - 1 \right) \times 100$$

Donde:

i = Tasa de crecimiento

n = Número de datos

M = Último valor de la serie histórica

C = Primer valor de la serie histórica

$$i = \left(\sqrt[5]{\frac{255343,3}{243127,3}} - 1 \right) \times 100$$

$$i = 1,23\%$$

ANEXO K

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DEL CONSUMO NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR

Años	Demanda de Prendas de Vestir (Miles de dólares)
2002	252281
2003	261184
2004	302659
2005	317706
2006	343275
2007	372370
2008 (sd)	412401
2009 (sd)	411414
2010(p)	422932
2011(*)	435932

FUENTE: AITE, BCE

ELABORACION: La Autora

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL DE PRENDAS DE VESTIR

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X$$

Donde:

\hat{Y} = Pronóstico

Y = Demanda

x = Número de años

b_0 = Variable independiente 1

b_1 = Variable independiente 2

CÁLCULOS PARA PROYECTAR LA DEMANDA

X = Nº de años	Y= Demanda	XY	X ²	Ŷ
1	252281	252281	1	253886,8
2	261184	522368	4	275959,8
3	302659	907977	9	298032,8
4	317706	1270824	16	320105,9
5	343275	1716375	25	342178,9
6	372370	2234220	36	364251,9
7	412401	2886807	49	386324,9
8	411414	3291312	64	408398
9	422932	3806388	81	430471
10	435932	4359320	100	452544
55	3532154	21247872	385	3532154

FUENTE: AITE, BCE

ELABORACION: La Autora

$$\tilde{x} = \frac{\sum x}{N} = \frac{55}{10} = 5,5$$

$$\tilde{y} = \frac{\sum y}{N} = \frac{3532154}{10} = 353215,4$$

$$b_1 = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{21247872 - \frac{55 \times 353215,4}{10}}{385 - \frac{(55)^2}{10}} = \frac{21247872 - 1942684,7}{385 - 302,5} = 22073,0303$$

$$b_0 = \tilde{y} - b_1 \tilde{x}$$

$$b_0 = 353215,4 - 22073,0303(5,5)$$

$$b_0 = 231813,733$$

Con la obtención de la siguiente ecuación, se realizaron los siguientes pronósticos de la demanda, para los próximos años.

$$\hat{Y} = 231813,733 + 22073,0303x$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL

Años	Oferta
1(2012)	474617,1
2(2013)	496690,1
3(2014)	518763,1
4(2015)	540836,2
5(2016)	562909,2

ELABORACION: La Autora

Fórmula:
$$i = \left(\sqrt[n-1]{\frac{M}{C}} - 1 \right) \times 100$$

Donde:

i = Tasa de crecimiento

n = Número de datos

M = Último valor de la serie histórica

C = Primer valor de la serie histórica

$$i = \left(\sqrt[5]{\frac{562909,2}{474617,1}} - 1 \right) \times 100$$

$$i = 4,36\%$$

ANEXO L

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA OFERTA Y DEMANDA

OFERTA	
FUNCION	TASA DE CRECIMIENTO
Serie Histórica	1,22%
Función Lineal	1,23%
Función Exponencial	1,34%
Función Potencial	0,40%
Método de Mínimos Cuadrados	1,23%

ELABORACION: La Autora

DEMANDA	
FUNCION	TASA DE CRECIMIENTO
Serie Histórica	6,27%
Función Lineal	4,36%
Función Exponencial	6,69%
Función Potencial	0,06%
Método de Mínimos Cuadrados	4,36%

ELABORACION: La Autora

ANEXO M

CÁLCULO DE MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

- 1) **Hilo de coser:** 1 cono a \$2,97
 - 1 cono rinde 250 camisetetas
- 2) **Hilo talla:** 1 cono a \$4,75
 - 1 cono rinde 250 camisetetas

Años	Q. camisetetas	Q. conos de hilo	Q. conos de talla
2012	18720	75	75
2013	21060	84	84
2014	23400	94	94
2015	25740	103	103
2016	28080	112	112

$$\begin{array}{r}
 1 \text{ cono} \\
 \times \\
 \hline
 250 \text{ camisetetas} \\
 18720 \text{ camisetetas}
 \end{array}$$

x= 75 conos

- 3) **Ribb:** 1kg a \$11,88
 - 1kg rinde 100 camisetetas cuello redondo

Años	Q. camisetetas cuello redondo	Ribb Kg.
2012	9735	97,35
2013	10952	109,52
2014	12168	121,68
2015	13385	133,85
2016	14602	146,02

$$\begin{array}{r}
 1 \text{ Kg} \\
 \times \\
 \hline
 100 \text{ camisetetas} \\
 9735 \text{ camisetetas}
 \end{array}$$

x= 97,35 Kg.

- 4) **Cuellos:** 1 cuello a \$0,59
 - 1 cuello es a 1 camiseta polo

Años	Q. camisetetas polo	Q. Cuellos
2012	6552	6552
2013	7371	7371
2014	8190	8190
2015	9009	9009
2016	9827	9827

$$\begin{array}{r}
 1 \text{ cuello} \\
 \times \\
 \hline
 1 \text{ camiseta} \\
 6552 \text{ camisetetas}
 \end{array}$$

x= 6552 cuellos

5) **Botones:** 1 botón a \$0,06

- Para una camiseta polo se necesita 2 botones

Años	Q. camisetas polo	Q. Botones
2012	6552	13104
2013	7371	14742
2014	8190	16380
2015	9009	18018
2016	9827	19654

2 botones ~~-----~~ 1 camiseta
x ~~-----~~ 6552 camisetas

x= 13104 botones

6) **Pelón:** 1 mtr. a \$0,50

- 1 mtr. rinde 15 camisetas bordadas

Años	Q. camisetas polo	Q. Metros
2012	6552	437
2013	7371	491
2014	8190	546
2015	9009	601
2016	9827	655

1 mtr. ~~-----~~ 15 camisetas
x ~~-----~~ 6552 camisetas

x= 437 mtrs.

7) **Etiquetas:** 1 etiqueta cuesta \$0,02

- 1 etiqueta por cada prenda

Años	Q. camisetas	Q. Etiquetas
2012	18720	18720
2013	21060	21060
2014	23400	23400
2015	25740	25740
2016	28080	28080

1 etiqueta ~~-----~~ 1 camisetas
x ~~-----~~ 18720 camisetas

x= 18720 etiquetas

8) **Tallas:** 1 talla cuesta \$0,03

- 1 talla por cada camiseta

Años	Q. camisetas	Q. Tallas
2012	18720	18720
2013	21060	21060
2014	23400	23400
2015	25740	25740
2016	28080	28080

1 talla 1 camiseta
 x 18720 camisetas

x= 18720 tallas

9) Fundas de Empaque al por mayor : 1 funda a \$0,15

- 1 funda es a 100 camisetas

Años	Q. de camisetas al por mayor	Q. Fundas
2012	14602	146
2013	15374	154
2014	16146	162
2015	16731	167
2016	17129	171

1 funda 100 camisetas
 x 14602 camisetas

x= 146 fundas

10) Fundas de Empaque al por menor: 1 funda a \$ 0,10

- 1 funda rinde 1 prenda

Años	Q. de camisetas al por menor	Q. Fundas
2012	4118	4118
2013	5686	5686
2014	7252	7252
2015	9009	9009
2016	10951	10951

1 funda 1 camisetas
 x 4118 prendas

x= 4118 fundas

ANEXO N

CERTIFICADO CONFERIDO POR EL PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA TEXTIL "LOGOS & BORDADOS"

Ibarra, junio 23 de 2010

A petición verbal de la interesada Srta. **TATIANA ALEXANDRA VALLADARES POZO**, portadora de la cédula Nro. 100286917- 8, confiero el presente:

CERTIFICADO

Qué: la Srta. Tatiana Alexandra Valladares Pozo alumna del décimo semestre de la Carrera de Economía de la Universidad Técnica del Norte, realizará un **Estudio de Factibilidad para la Ampliación de la Microempresa Textil "Logos & Bordados"**, de la ciudad de Ibarra, el cual servirá para la defensa de su grado.

Cabe indicar que el proyecto de la estudiante es para nuestra Institución un aporte muy valioso, por cuanto ayudará a tomar una correcta decisión para invertir y además se beneficiará conociendo nuestra labor y poniendo en práctica sus conocimientos.

Atentamente,



Ing. Jhonny Muñoz Reyes

PROPIETARIO LOGOS & BORDADOS

CI. 100252922-8

ANEXO O

CERTIFICADO CONFERIDO POR EL PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA AITE



Av. Amazonas y República
Edificio "Las Cámaras" • Octavo Piso
Telfs.: 2249-434 - 2451-286 - 2451-350
Fax: 2445-159 • Cel.: 09 274-4232
Apartado 17 01 2893
Quito - Ecuador
E-mail: aite@aite.org.ec
Web Site: www.aite.com.ec

Quito, 07 de diciembre del 2010

CERTIFICADO

A quien interese:

A petición del interesado, tengo a bien certificar que mantuvimos una reunión con la Señorita Tatiana Alexandra Valladares Pozo, con cédula de ciudadanía 100286917-8, en donde tratamos el tema de la Industria Textil –Confección, información que será de sustento para la elaboración de la tesis.

Es todo cuanto puedo Certificar en honor a la verdad. El interesado puede hacer uso del presente certificado como a bien tuviere.

Atentamente,

Javier Díaz Crespo
Presidente Ejecutivo
ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR
AITE

TEJEMOS EL PROGRESO ECUATORIANO

