



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DEL ÁREA DE
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA MARLON SPORT
UBICADA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORES:

SÁNCHEZ COELLO ANDREA ABIGAIL

MINDA IBADANGO JORGE ANDRÉS

TUTOR:

MSC. LENIN FERNANDO UBIDIA GAVILANES

Ibarra, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se orientó en formular un estudio de factibilidad para la expansión en el área de producción y comercialización de la empresa Marlon Sport, ubicada en la parroquia de Natabuela, perteneciente al cantón Antonio Ante; dicha empresa actualmente se dedica a producir y comercializar medias de tipo deportivas taloneras de mujer y está representada y dirigida por su gerente propietario el Sr. José Miguel Ibadango con RUC: N° 1001981149001. El proyecto tiene como objetivo determinar el diagnóstico situacional de la empresa a través de varias técnicas y métodos de investigación como la entrevista, la observación y un análisis profundo de su proceso productivo, valiéndose de datos históricos como: cantidades ofertadas, cantidades demandadas, su precio de venta, como se maneja la provisión de materias primas, insumos y recursos necesarios entre otros. Con toda la información recopilada de la situación actual de la empresa se puede mostrar un respectivo análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo que posteriormente sirve para definir qué es lo que realmente necesita la empresa, mostrando sus falencias para corregirlas y sus oportunidades para aprovecharlas. La interpretación y análisis de la información resultante de la aplicación de encuestas y entrevistas, sirvió para desarrollar un estudio de mercado en cuanto a la demanda, oferta, competencia, precios y canales de distribución relacionados al producto que fabrica la empresa en este caso las medias deportivas taloneras para mujer; que sirvió de base para el posterior estudio económico-financiero en donde se usaron herramientas financieras como la TIR y el VAN que determinaron que el proyecto es económicamente factible. También se obtuvo como resultado la generación de impactos como empresarial, económico, ambiental y ético generando un promedio general medio positivo lo que es beneficioso para la empresa lo que por ende respalda la viabilidad del proyecto.

SUMMARY

This research work was aimed at developing a feasibility study for expansion in the area of production and marketing of the company "MARLON SPORT", located in the parish of Natabuela, belonging to the Canton Antonio Ante; the company is currently engaged in producing and selling sports socks heel type of woman is represented and managed by its owner Mr. José Miguel Ibadango manager with RUC: No. 1001981149001. The project aims to determine the situational analysis of the company through various techniques and research methods such as interviews, observation and a thorough analysis of the production process, using historical data such as quantities offered, demanded quantities, the selling price as the supply of raw materials handled, supplies and resources among others. With all the information gathered from the current situation of the company can show a respective analysis of its strengths, weaknesses, opportunities and threats, which later serves to define what is really needed by the company, showing its flaws to correct and opportunities to seize. The interpretation and analysis of information resulting from the application of surveys and interviews served to develop a market study regarding the demand, supply, competition, pricing and distribution channels related to the product manufactured by the company in this case the middle woman's sports heel; which it was the basis for further economic-financial study where financial indicators such as IRR and NPV determined that the project is economically feasible were used. Was also obtained results in the generation of impacts such as business, economic, environmental and ethical generating an overall half positive what is beneficial for the company which therefore supports the viability of draft.


DECLARACIÓN

Nosotros, **MINDA IBADANGO JORGE ANDRÉS** portador de la cédula de ciudadanía N°. **100429238-7** y **SÁNCHEZ COELLO ANDREA ABIGAIL** con cédula de ciudadanía N°. **100459568-0** declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA MARLON SPORT UBICADA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, que se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Minda Andrés

C.C. 100429238-7



Sánchez Abigail

C.C. 100459568-0

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de Director del trabajo de grado, presentado por los egresados Sr. Minda Ibadango Jorge Andrés y Srta. Sánchez Coello Andrea Abigail para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es: “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA MARLON SPORT UBICADA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE** ”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 25 días del mes de noviembre del 2016

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lenin Ubidia', written over a horizontal dashed line.

Msc. Lenin Ubidia

Director de Trabajo de Grado



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

Nosotros, **MINDA IBADANGO JORGE ANDRÉS** portador de la cédula de ciudadanía N°. **100429238-7** y **SÁNCHEZ COELLO ANDREA ABIGAIL** con cédula de ciudadanía N°. **100459568-0**, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA MARLON SPORT UBICADA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE** ”, que ha sido desarrollado previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Minda Andrés

C.C. 100429238-7

Sánchez Abigail

C.C. 100459568-0

Ibarra, a los 25 días del mes de Noviembre del 2016



USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100429238-7 100459568-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Minda Ibadango Jorge Andrés Sánchez Coello Andrea Abigail		
DIRECCIÓN:	Parroquia Natabuela, Calle García Moreno y S/N.		
EMAIL:	andr_es@hotmail.es aby.1993@outlook.es		
TELÉFONO FIJO:	062535100	TELÉFONO MÓVIL:	0991019435 0980074676

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA MARLON SPORT UBICADA EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE”.
AUTOR (A):	Minda Ibadango Jorge Andrés Sánchez Coello Andrea Abigail
FECHA:	2016 – Noviembre – 25
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTAN:	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Lenin Ubidia

AUTORIZACIÓN USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Minda Ibadango Jorge Andrés portador de la cédula de ciudadanía N°. 100429238-7 y Sánchez Coello Andrea Abigail portadora de la cédula de ciudadanía N°. 100459568-0, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIA

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra a los 25 días del mes de Noviembre del 2016

LOS AUTORES



Minda Andrés

C.C. 100429238-7



Sánchez Abigail

C.C. 100459568-0

DEDICATORIA

A Dios, por permitirnos estar con vida para poder cumplir ésta etapa de nuestras vidas, a nuestros padres quienes nos han brindado el apoyo necesario y nos han sabido guiar con sus consejos, a nuestros familiares, compañeros y amigos con quienes hemos compartido varias experiencias tanto en buenos como malos momentos de ésta carrera, a todos aquellos quienes supieron darnos esa voz de aliento y motivación para lograr superarnos un poco más como personas y como profesionales, dedicamos éste nuevo logro alcanzado.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por ser la luz que ilumina nuestras vidas, y nos da la fuerza necesaria para lograr este objetivo, a nuestros padres por ser un pilar en el cual nos apoyamos cuando tenemos dificultades y nos motivan a ser aún mejores, a la Universidad Técnica del Norte por darnos la oportunidad de estudiar en sus aulas, a nuestros maestros quienes nos dieron las pautas para culminar con nuestra carrera profesional y a quienes nos brindaron su ayuda en los momentos difíciles.

PRESENTACIÓN

Este trabajo es un estudio de factibilidad para la ampliación en el área de producción y comercialización de la empresa Marlon Sport ubicada en la parroquia de Natabuela cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, dicha empresa se dedica a fabricar medias deportivas de tipo taloneras de mujer, organización en la que primeramente se realizó un diagnóstico de situación inicial donde se pudo evidenciar como se encuentra actualmente la empresa, principalmente en el área de producción y comercialización, de donde se extraen sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, además se realizó de un sistema de producción el cual permite mostrar si la empresa cuenta o no con los recursos necesarios y con el uso adecuado de los mismos para responder a las exigencia de sus clientes en cuanto a la cantidad requerida.

Siguiendo con la estructura del proyecto se ha implementado una base teórica que respalda los conocimientos necesarios para poner en marcha la elaboración de esta propuesta, conocimientos que deben ser debidamente captados para realizar las técnicas y métodos que se utiliza en varios puntos aquí desarrollados.

Cuenta además con una investigación de campo la cual permite determinar distintas variables en el mercado, como son oferta, demanda, precio, mercado meta, canales de distribución y la aceptación del producto.

Se muestra también un estudio técnico el cual señala donde está ubicada la empresa tanto en macro y micro localización, y las propuestas para el mejoramiento para los problemas encontrados.

A través de estados financieros e indicadores financieros se logra demostrar y respaldar la viabilidad que tendrá la implementación de la propuesta, realizando las correspondientes proyecciones a cinco años futuros.

La creación de una estructura organizativa forma parte de esta propuesta ya que se ha tomado en cuenta que la empresa se desempeña mejor cuando tiene establecidas las funciones para cada puesto de trabajo, permitiendo así que los procesos sean más eficientes y eficaces, incluso aportando al mejoramiento del clima laboral.

Para finalizar se destaca el nivel de impacto que tendrá implementar esta propuesta tanto internamente como externamente para la empresa, refiriéndose al aspecto empresarial, ambiental, económico y ético.

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO

Objetivos

Objetivo general

Determinar la factibilidad para la expansión del área de producción y comercialización de la empresa Marlon Sport ubicada en la parroquia de Natabuela, cantón Antonio Ante.

Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico situacional para identificar en qué condiciones se encuentra actualmente la empresa utilizando la aplicación de un sistema de producción tomando como base datos históricos los mismos que permitirán realizar un análisis FODA.
- Establecer las bases teóricas y científicas que permitirán construir el marco teórico a través de una investigación bibliográfica referente al tema del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto, análisis de la competencia, diferentes variables e indicadores en cuanto a la demanda, oferta, análisis de precios, entre otros aspectos.
- Realizar el estudio técnico correspondiente para determinar e indicar la macro y micro localización de la empresa y realizar las propuestas necesarias para el mejoramiento de la misma.
- Definir la estructura organizativa de la empresa con la cual se pretende establecer lineamientos para el correcto funcionamiento de la organización.

- Realizar un estudio financiero con el fin de conocer y proyectar todo lo que se refiere al aspecto económico de la empresa así como el capital de trabajo necesario, un informe de pérdidas y ganancias, un flujo de caja proyectado entre otros factores.
- Determinar los impactos principales que genera la implementación de este proyecto en la empresa, desde la perspectiva empresarial, ambiental, económica y ética.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	viii
CONSTANCIA	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO	xiii
ÍNDICE DE CONTENIDO	xv
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
ÍNDICE ILUSTRACIONES	xxv
CAPÍTULO I	26
1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
1.2. Sistema de producción que utiliza la empresa.	28
1.3 Objetivos Diagnósticos	35
1.3.1 Objetivo general.	35
1.3.2. Objetivos específicos.	35
1.3 Variables	35
1.4. Indicadores	35
1.4 Matriz De Relación Diagnóstica.	37
1.5. Identificación de variables diagnósticas	38
1.5.1. Variable N.1 Controles en el proceso productivo.	38
□ Determinación del uso de la maquinaria	45
1.5.3 Variable N.3 Mercado	53

1.5.4. Variable N.4 Infraestructura.	57
1.6. Mecánica operativa	58
1.6.1. Identificación de la población	58
1.6.1.1 Población Investigada.	59
1.7 Técnicas de investigación	59
1.7.1. Entrevista al Propietario	60
1.7.3 Resultados De La Observación Realizada	66
1.8. Construcción de la matriz FODA	66
	67
1.9. Estrategias FA, FO, DO, FA	68
1.10. Determinación del problema	69
CAPÍTULO II	71
2. MARCO TEÓRICO	71
2.1. Diagnostico situacional	71
2.2. Organización	71
2.3. La microempresa	72
2.3.1. Definición	72
2.3.2 Características	72
2.4. Empresa textil	73
2.4.1. Definición	73
2.4.2. Materiales usados por la empresa textil	73
2.5. Las medias	75
2.6. Marketing	76
2.7. Comercialización	76
2.8. Encuesta	76
2.9. Entrevista	77
2.10. Observación	77
2.11. Procesos	78
2.12. Eficiencia	78
2.13. Eficacia	78
2.14. FODA	79
2.15. Factibilidad	79
2.15.1. Definición	79
2.15.2. Tipos de factibilidades	79
2.16. Estudio de factibilidad	80

2.17. Estudio de mercado _____	80
2.17.1. Tipos de estudio de mercados _____	81
2.18. Mercado _____	81
2.19. Demanda _____	81
2.20. Oferta _____	82
2.21. Precio _____	82
2.22. Organización estructural _____	82
2.24. Visión _____	83
2.25. Macrolocalización _____	84
2.26. Microlocalización _____	84
2.27. Localización _____	85
2.28. Estudio financiero _____	85
2.29. Ingresos _____	86
2.29.1 Definición _____	86
2.29.2. Clasificación de ingresos _____	86
2.30. Gastos _____	86
2.30.1. Definición _____	86
2.30.2. Clasificación de los gastos _____	87
2.31. Inversión _____	87
2.32. Capital de Trabajo _____	88
2.33. Presupuesto _____	88
2.34. Financiamiento _____	89
2.35. VAN _____	89
2.35.1. Definición _____	89
2.35.2. Operatividad _____	89
2.35.3. Ventajas _____	90
2.35.4. Desventajas _____	90
2.36. TIR _____	90
2.36.1. Definición _____	90
2.36.2. Operatividad _____	90
2.37.3. Ventajas _____	91
2.36.4. Desventajas _____	91
2.37. Punto de Equilibrio _____	91
2.38. Estados financieros _____	92
2.39. Flujo de caja _____	92

2.40. Sistema de producción	93
2.40.1.	93
2.40.1.1 Sistema de producción continua (Chain, 2014)	93
2.40.1.2 Sistema de producción intermitente o por lotes.	94
CAPÍTULO III	95
3. ESTUDIO DE MERCADO.	95
3.1 Introducción	95
3.2 Objetivos	95
3.2.1 Objetivo General	95
3.2.2 Objetivos Específicos	95
3.3 Identificación del producto	96
3.4 Población.	96
3.5 Aplicación y resultados de las encuestas realizadas	97
3.5.1 Tabulación y análisis de los datos	97
3.6 Establecimiento e identificación del mercado meta	106
3.7 Análisis de la demanda	106
3.7.1 Proyección de la demanda	106
3.8 Análisis de la oferta.	107
3.8.1 Proyección de la oferta	110
3.9 Demanda insatisfecha	110
3.10 Demanda por captar.	111
3.11 Análisis y proyección de precios.	113
3.12 Estrategias de mercado.	114
3.13 Conclusiones	115
CAPÍTULO IV	116
4 ESTUDIO TÉCNICO	116
4.1 Localización del proyecto.	116
4.1.1 Macro localización.	116
4.1.2 Micro localización.	117
4.2 Propuestas de mejora	118
4.2.1 Demanda Insatisfecha	118
4.2.2 Tecnología	118
4.2.3 Mantenimiento	118
4.2.4. Planificación de la producción	121
4.2.5 Talento Humano	121

4.2.6 Fuente de Materia Prima	121
4.2.7 Espacio Físico	122
4.3 Ingeniería del proyecto	122
4.3.1 Planta de producción	122
4.3.4 Diseño y construcción de las instalaciones de la planta.	123
4.4 Inversión requerida.	124
4.4.1 Infraestructura	124
4.4.2 Materia prima.	124
4.5 Proceso de transformación.	125
4.5.1 Simbología del flujograma de procesos	126
CAPÍTULO V	128
5.1. Estado de situación inicial	128
5.3. Proyección de Ingresos	130
5.4 Identificación de egresos.	131
5.5 Proyección de egresos	132
5.7 Costo de Producción actualizado.	133
5.7.1 Estado de costos de producción.	134
	134
5.8 Depreciaciones	135
Cuadro N° 5.10. Depreciaciones.	135
5.9 Amortización del préstamo	135
Cuadro N° 5.11. Amortización del préstamo BANCO NACIONAL DE FOMENTO.	135
	135
5.10 Estado de resultados proyectados	137
5.11 Flujo de caja proyectado	138
5.12 Evaluación Financiera	138
5.12.1 Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	138
5.12.2 Valor Actual Neto (VAN)	139
5.12.3 Cálculo de la Tasa Interna De Retorno (TIR)	139
5.12.4 Periodo recuperación	140
5.12.5 Relación ingresos y egresos	140
5.12.6 Relación costo beneficio	141
5.12.7 Punto de equilibrio	142
5.12.8 Resumen de Indicadores	142
CAPÍTULO VI	143

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA _____	143
6.1 Aspectos estratégicos _____	143
6.1.1 Nombre de la empresa _____	143
6.1.2 Logotipo de la empresa _____	143
6.2. Tipo de empresa _____	143
Nivel: Microempresa _____	143
Sector: Manufacturero. _____	143
Actividad: Producción y comercialización de medias deportivas tobilleras para mujer. _____	143
Tipo: Unipersonal. _____	143
6.3. Base Filosófica. _____	144
6.3.1. Misión _____	144
6.3.2. Visión _____	144
6.3.3. Objetivos _____	145
6.3.3.1. General _____	145
6.3.3.2. Específicos _____	145
6.4. Políticas _____	145
6.4.1. Prioridad al cliente _____	145
6.4.2. Entrega de pedidos a tiempo _____	146
6.4.3. Políticas de cobro _____	146
6.5. Valores Corporativos _____	146
6.6 Organigrama estructural _____	146
6.7. Organización interna de la empresa _____	147
6.7.1 Identificación de puestos y funciones _____	149
6.8. Aspectos legales de funcionamiento _____	157
6.8.1 Base Legal _____	157
CAPÍTULO VII _____	158
7. IMPACTOS _____	158
7.1. Impacto empresarial _____	159
7.2. Impacto económico _____	160
7.3. Impacto ambiental _____	161
7.4. Impacto ético _____	162
CONCLUSIONES _____	164
RECOMENDACIONES _____	166
BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFÍA _____	168
ANEXOS _____	174

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.1. Sistema de producción. _____	30
Cuadro N° 1.2. Matriz Diagnóstica. _____	37
Cuadro N° 1.3. Número de tareas. _____	38
Cuadro N° 1.4. Tiempos en la actividad de tejido. _____	39
Cuadro N° 1.5. Tiempos en la actividad de virado para coser. _____	39
Cuadro N° 1.6. Tiempos en la actividad de cosido. _____	40
Cuadro N° 1.7. Tiempos en la actividad de urlado. _____	40
Cuadro N° 1.8. Tiempos en las actividades de cortado de hilos y virado para planchado. _____	41
Cuadro N° 1.9. Tiempo en pausas activas. _____	42
Cuadro N° 1.10. Volumen de producción. _____	42
Cuadro N° 1.11. Cantidades entregadas actualmente. _____	43
Cuadro N° 1.12. Maquinaria. _____	44
Cuadro N° 1.13. Utilización maquinaria. _____	45
Cuadro N° 1.14. Mano de obra y sus áreas. _____	46
Cuadro N° 1.15. Precio de mano de obra. _____	47
Cuadro N° 1.16. Materia prima directa. _____	47
Cuadro N° 1.17. Gastos generales de fabricación. _____	49
Cuadro N° 1.18. Costo de producción docena. _____	49
Cuadro N° 1.19. Estado de costos de producción. _____	50
Cuadro N° 1.20. Gasto ventas. _____	50
Cuadro N° 1.21. Estado de situación inicial. _____	51
Cuadro N° 1.22. Precio maquinaria. _____	52
Cuadro N° 1.23. Préstamos existentes. _____	53
Cuadro N° 1.24. Clientes de la empresa “Marlon Sport”. _____	54
Cuadro N° 1.25. Comptencia. _____	55
Cuadro N° 1.27. Trabajadores Empresa “Marlon Sport”. _____	59
Cuadro N° 1.28 Matriz FODA _____	67
Cuadro N° 1.29. Matriz FA, FO, DO, FA _____	68
Cuadro N° 3.1. Población clientes. _____	96
Cuadro N° 3.2 Aceptación del producto por la demanda. _____	97
Cuadro N° 3.3 Incremento de la producción. _____	98

Cuadro N ^o 3.4. Diseño de Media.	99
Cuadro N ^o 3.5. Requerimiento de diseños.	100
Cuadro N ^o 3.6. Precio promedio.	101
Cuadro N ^o 3.7. Competencia.	102
Cuadro N ^o 3.8. Características del producto.	103
Cuadro N ^o 3.9 Modificación para el producto.	104
Cuadro N ^o 3.10. Pedido de los producto.	105
Cuadro N ^o 3.11. Cantidades entregadas actualmente.	106
Cuadro N ^o 3.12. Proyección de la demanda en docenas.	107
Cuadro N ^o 3.13. Maquinaria necesaria.	107
Cuadro N ^o 3.14. Virado para coser.	108
Cuadro N ^o 3.15. Cosido.	108
Cuadro N ^o 3.16. Urlado.	109
Cuadro N ^o 3.17. Cortado de hilos y virado para planchado.	109
Cuadro N ^o 3.17.1 Pausas Activas.	109
Cuadro N ^o 3.18. Oferta	110
Cuadro N ^o 3.19. Demanda Insatisfecha.	110
Cuadro N ^o 3.18 Capacidad máxima.	112
Cuadro N ^o 3.20. Análisis y proyección de precios.	113
Cuadro 4.1 Fases	119
Cuadro 4.2 Tareas para el mantenimiento preventivo	120
Cuadro N ^o 4.4 Materia Prima 1900 docenas.	124
Cuadro N ^o 4.5 Materia Prima capacidad máxima 3105 docenas	125
Cuadro N ^o 5.1. Estado de situación inicial propuesto.	129
Cuadro N ^o 5.2. Kardex.	130
Cuadro N ^o 5.3. Proyección de ingresos.	131
Cuadro N ^o 5.4. Proyección costo MPD.	132
Cuadro N ^o 5.5. Proyección Mano de obra directa.	132
Cuadro N ^o 5.6. Beneficios del trabajador	132
Cuadro N ^o 5.7. Proyección sueldo básico unificado.	133
Cuadro N ^o 5.8. Gastos generales de fabricación.	133
Cuadro N ^o 5.9. Costo de producción actualizado.	133
Cuadro N ^o 5.12. Estado de resultados proyectados.	137

Cuadro N° 5.13. Flujo de caja proyectado. _____	138
Cuadro N° 5.13. Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio _____	138
Cuadro N° 5.14. VAN. _____	139
Cuadro N° 5.15. TIR. _____	139
Cuadro N° 5.16. Periodo recuperación. _____	140
Cuadro N° 5.17. Relación ingresos y egresos. _____	140
Cuadro N° 5.18. Relación costo beneficio. _____	141
Cuadro N° 5.19. Punto de equilibrio. _____	142
Cuadro N° 5.20. Resumen de indicadores. _____	142
Cuadro N° 7.1 Evaluación Impactos _____	158
Cuadro N° 7.2 Impacto empresarial. _____	159
Cuadro N° 7.3. Impacto económico. _____	160
Cuadro N° 7.4. Impacto ambiental. _____	161
Cuadro N° 7.5. Impacto ético. _____	162
Cuadro N° 7.6. Impacto general. _____	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1.1. Mano de obra y sus áreas. _____	46
Gráfico N° 3.1. Aceptación del producto por la demanda. _____	97
Gráfico N° 3.2. Incremento de la producción. _____	98
Gráfico N° 3.3 Diseño de Media. _____	99
Gráfico N° 3.4 Requerimiento de diseños. _____	100
Gráfico N° 3.5. Precio promedio. _____	101
Gráfico N° 3.6. Competencia. _____	102
Gráfico N° 3.7. Características del producto. _____	103
Gráfico N° 3.8. Modificación para el producto. _____	104
Gráfico N° 3.9. Pedido de los producto. _____	105
Gráfico N° 4.1. Flujograma del proceso productivo. _____	127
Gráfico N° 6. Organigrama. _____	147

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1.1. Posición de trabajo. _____	42
Ilustración N° 1.2. Presentación del producto. _____	57
Ilustración N° 1.3. Presentación de la distribución de la planta actual. _____	58
Ilustración N° 4.1. Macrolocalización. _____	117
Ilustración N°4.2. Microlocalización _____	117
Ilustración N°4.3. Planta de producción. _____	123
Ilustración N° 4.4. Simbología Flujogramas _____	126
Ilustración N° 4.5. Simbología. _____	127

CAPÍTULO I

1.1 Diagnóstico situacional

Atuntaqui es una ciudad perteneciente al cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. Atravesada por la carretera panamericana, está muy próxima (12 km) a la capital provincial, Ibarra, en la llanura que se extiende al pie del Imbabura, y con una temperatura promedio de 16° C. Cuenta con una población de 23.280 habitantes según información del INEC basada en el último censo del 2010. Su economía se basa en la agricultura, pero también son famosas sus manufacturas textiles, tanto en fábricas como en talleres artesanales. La empresa Marlon Sport está ubicada en Natabuela, una de las parroquias rurales del cantón Antonio Ante.

Enfocándonos principalmente en la industria textil nos encontramos con la producción y comercialización de medias, siendo éste el producto clave donde se centrará el presente proyecto, por lo que se procede a realizar el diagnóstico técnico situacional tomando como unidad de análisis a la empresa antes mencionada, para lograr determinar la situación actual en la que se encuentra la misma, conjuntamente con los problemas que afectan al normal funcionamiento y crecimiento de ésta, para luego establecer estrategias de mejoramiento y solución de problemas.

La empresa Marlon Sport representada legalmente por su propietario el señor José Miguel Ibadango con RUC N° 1001981149001 en calidad de persona natural no obligada a llevar contabilidad, dirige su empresa dedicada a la producción y comercialización de medias hace aproximadamente nueve años, la cual ha ofrecido a sus clientes medias de tipo tobillera de color para hombre, media colegial, media canillera deportiva para hombre, media talonera para hombre y para mujer, media casual para caballero, pero últimamente se

dedica exclusivamente a la de tipo talonera para mujer debido a la petición y demanda de sus clientes tanto locales de la provincia como interprovinciales.

Cabe recalcar que a medida que ha transcurrido el tiempo el negocio ha ido creciendo, en sus inicios apenas contaba con una máquina solamente encargada de la producción de medias, sin contar con más maquinaria para complementar el proceso productivo por lo que tenía que enviarlo a talleres externos que le brinden el servicio de urlado y cosido; nuevamente el producto regresaba a la empresa para concluir con el planchado y empaçado. Gracias al esfuerzo diario de sus propietarios hoy en día la empresa cuenta con tres máquinas tejedoras, una cosedora, una urladora y tiene tres obreras adicionales en el planchado y empaçado.

Sin embargo aunque el negocio ha crecido, no es suficientemente capaz de satisfacer la demanda exigida por sus clientes ya que no existe un buen manejo de los recursos con los que cuenta la empresa entre ellos están (tiempo, maquinaria, talento humano), entre otros aspectos relacionados para poder satisfacer de mejor manera a sus clientes en la cantidad necesaria que ellos requieran y en el tiempo necesario.

Es por eso que este proyecto arrojará propuestas para mejorar todas las falencias que actualmente existen en la empresa.

Actualmente la empresa cuenta con cinco clientes mayoristas que se indican a continuación:

- Ciudad de Quito: TIXITEXTILES CIA. LTDA con RUC: 1792275172001 proveedor en el Centro Comercial NUEVO AMANECER. y

FERNANDO ROJAS con RUC: 1707814008001, proveedor en el mercado mayorista CABLEC.

- Ciudad de Ibarra: EDGAR TOAPANTA con RUC: 1001766037001 proveedor en el mercado AMAZONAS.
- Ciudad de Atuntaqui: VINICIO SÁNCHEZ con RUC: 1001602802001. Y ÁNGEL PASTRANA con RUC: 1004822795001.

La distribución que se realiza a los clientes de Quito es puerta a puerta, es decir sale el producto de la fábrica y se entrega en la bodega del cliente; mientras que los clientes de las ciudades de Ibarra y Atuntaqui acuden a la empresa para retirar la cantidad requerida la cual es anticipada por una llamada telefónica.

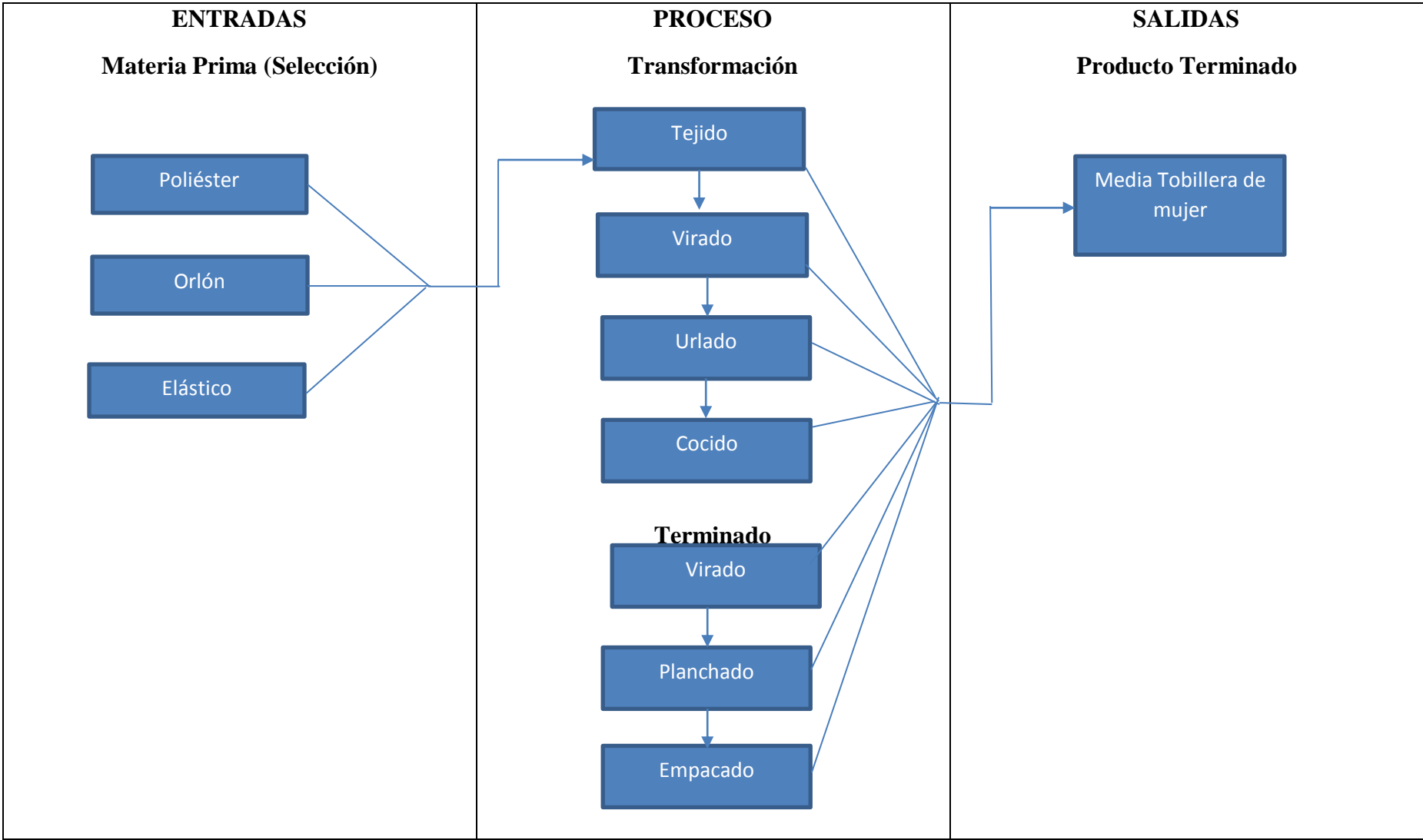
El método de comercialización que maneja la organización es bajo pedidos, por esta razón es que todo lo que produce la empresa es adquirido inmediatamente por sus clientes, pero deja una demanda insatisfecha ya que ellos exigen aún más productos. Dicho producto cuenta con una ventaja que es su precio, el cual es muy cómodo y tentador para su mercado; sin embargo esto no quiere decir que dicha entidad sea indispensable, por la misma razón es que se debe implementar mejoras para poder incrementar el abastecimiento del producto y engrandecer la relación empresa cliente.

1.2. Sistema de producción que utiliza la empresa.

Según el análisis realizado a la clasificación de los sistemas de producción, se puede determinar que la empresa se encuentra dentro de los parámetros de un sistema de producción por lotes ya que cumple con las características de tener una producción limitada,

y contratiempos en las actividades u operaciones por las que pasa la materia prima para entregar un producto final. A continuación se ilustra el sistema de producción.

Cuadro N° 1.1. Sistema de producción.



Fuente: Empresa Marlon Sport
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

1.2.1 Proceso productivo

- **Tejido**

Los tubos de poliéster, orlón y elástico son ubicados en las máquinas tejedoras comenzando así la elaboración del calcetín, el cual ha sido previamente elegido por el operario que maneja las máquinas, como resultado de esta actividad se obtiene el tubo de calcetín.

Entrada: Tubo de materiales (Poliéster, Orlón y Elástico)

Salidas: Tubo de calcetín



- **Virado**

El operario se encarga de virar el tubo de la media que arroja la máquina para poder continuar con la siguiente actividad.

Entrada: Tubo calcetín

Salidas: Tubo de calcetín virado



- **Urlado**

El operario cierra el tubo del calcetín por uno de sus extremos (la punta) utilizando la maquina urladora, para continuar con la siguiente actividad de cocido.

Entrada: Tubo de calcetín virado

Salidas: Tubo de calcetín urlado



- **Cocido**

El operario se encarga de cocer el otro extremo de la media formando así el dobladillo de la parte superior del calcetín siendo esa la última transformación que se le da, para luego ser llevada por el operario para volver a virar para continuar con el terminado del producto.

Entrada: Tubo de calcetín urlado

Salidas: Calcetín



- **Virado**

Esta actividad está dentro del proceso de terminado del producto, el operario se encarga de volver a virar la media para continuar con la actividad de planchado.

Entrada: Calcetín

Salidas: Calcetín Virado

- **Planchado**

Consiste en insertar el calcetín en uso moldes para luego ser ingresados en una máquina (plancha) y dar forma a los mismos, quedando así listos para ser empacados.

Entrada: Calcetín Virado

Salidas: Producto Terminado.



- **Empacado**

El operario realiza la última inspección para verificar que el calcetín se encuentre en condiciones óptimas, los calcetines son en primer lugar agrupados por pares con la ayuda de las plastifechas, para luego ser empacados por docenas y estar listas para la distribución.

Entrada: Producto terminado

Salidas: Docenas de calcetín.

1.3 Objetivos Diagnósticos

1.3.1 Objetivo general.

Realizar el diagnóstico situacional para identificar en qué condiciones se encuentra actualmente la empresa “MARLON SPORT”.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Conocer el proceso productivo para determinar las diferentes actividades que se realizan en dicho proceso.
- Determinar cuáles son los recursos que intervienen en el costo de producción para constatar la utilización de los mismos.
- Determinar los diferentes componentes que intervienen en el mercado al cual se enfoca la empresa.
- Verificar si las instalaciones de la empresa cumplen con los requerimientos para realizar el proceso productivo.

1.3 Variables

Variable N.1 Controles en el proceso productivo.

Variable N.2 Elementos del costo de producción.

Variable N.3 Mercado.

Variable N.4 Infraestructura.

1.4. Indicadores

- **Variable N.1 Controles en el proceso productivo.**
 - Número de actividades que se realizan.

- Tiempos en cada actividad.
- Pausas activas.
- Volumen de producción.
- Maquinaria.
- **Variable N.2 Elementos del costo de producción.**
 - Mano de obra (MO).
 - Materia prima (MP).
 - Gastos generales de fabricación (GGF)
 - Estado de costos de producción.
 - Remuneraciones.
 - Estado de situación inicial.
- **Variable N.3 Mercado**
 - Tipo de mercado.
 - Canales de distribución.
 - Oferta.
 - Demanda.
 - Competencia.
 - Precio.
 - Presentación del producto.
- **Variable N.4 Infraestructura.**
 - Espacios de trabajo.
 - Distribución de la planta.

1.4 Matriz De Relación Diagnóstica.

Cuadro N^o 1.2. Matriz Diagnóstica.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN	SUJETOS O FUENTES DE CONSULTA
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el proceso productivo para determinar las diferentes actividades que se realizan en dicho proceso. 	Controles en el proceso productivo.	<input type="checkbox"/> Número de actividades que se realizan. <input type="checkbox"/> Tiempos en cada actividad. <input type="checkbox"/> Pausas activas. <input type="checkbox"/> Volumen de producción. <input type="checkbox"/> Maquinaria.	OBSERVACION ENTREVISTA	PRIMARIA	PROPIETARIOS Y TRABAJADORES
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cuáles son los recursos que intervienen en el costo de producción para constatar la utilización de los mismos. 	Elementos del costo de producción.	<input type="checkbox"/> Mano de obra (MO). <input type="checkbox"/> Materia prima (MP). <input type="checkbox"/> Gastos generales de fabricación (GGF) <input type="checkbox"/> Estado de costos de producción. <input type="checkbox"/> Remuneraciones. <input type="checkbox"/> Estado de situación inicial.	ENTREVISTA	PRIMARIA	PROPIETARIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los diferentes componentes que intervienen en el mercado al cual se enfoca la empresa. 	Mercado.	<input type="checkbox"/> Tipo de mercado. <input type="checkbox"/> Canales de distribución. <input type="checkbox"/> Oferta. <input type="checkbox"/> Demanda. <input type="checkbox"/> Competencia. <input type="checkbox"/> Precio. <input type="checkbox"/> Presentación del producto.	ENTREVISTA Y OBSERVACIÓN	PRIMARIA	PROPIETARIOS Y TRABAJADORES
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar si las instalaciones de la empresa cumplen con los requerimientos para realizar el proceso productivo. 	Infraestructura.	<input type="checkbox"/> Espacios de trabajo. <input type="checkbox"/> Distribución de la planta.	ENTREVISTA Y OBSERVACIÓN.	PRIMARIA	PROPIETARIOS

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

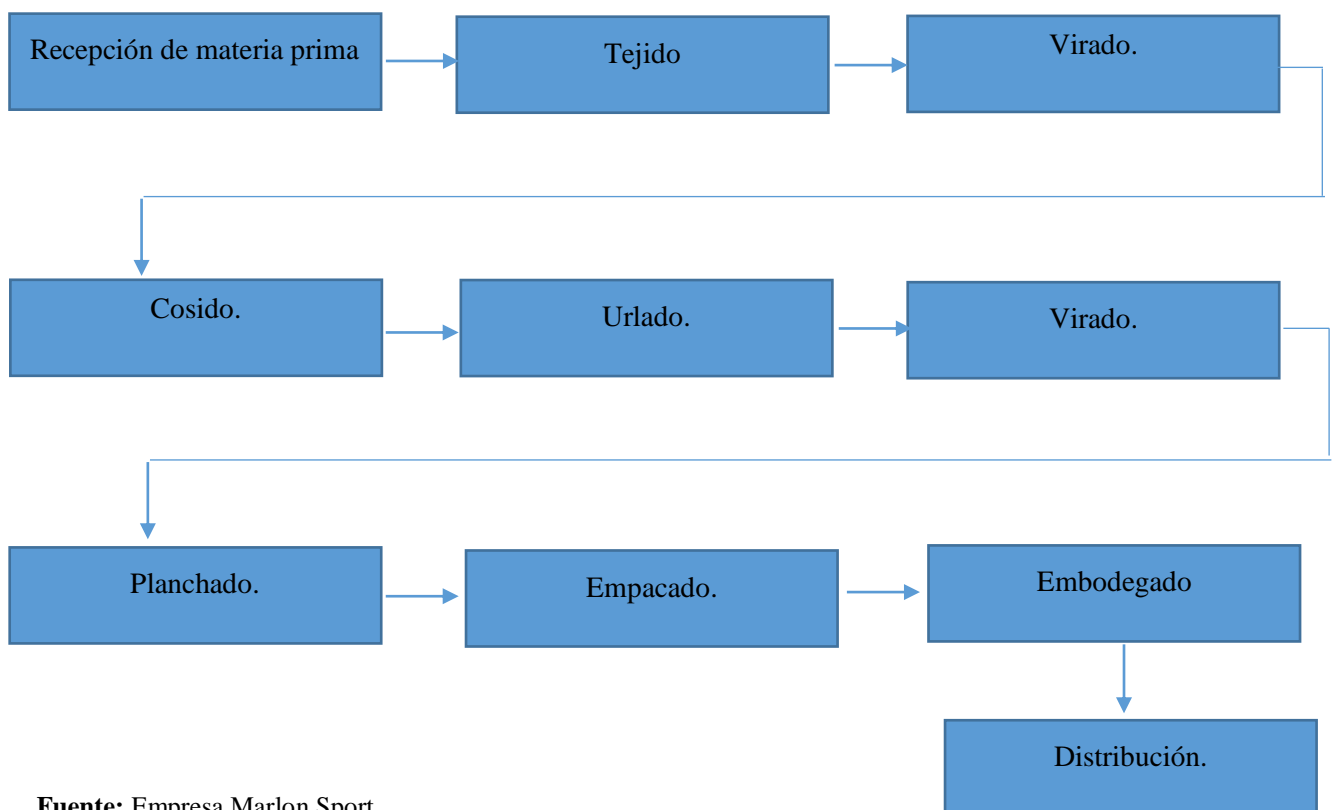
1.5. Identificación de variables diagnósticas

1.5.1. Variable N.1 Controles en el proceso productivo.

a) Número de actividades que se realizan.

Las actividades que los trabajadores de la empresa realizan para tener un producto terminado (media tobillera de mujer) es el siguiente:

Cuadro N^o 1.3. Número de tareas.



Fuente: Empresa Marlon Sport
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

Es importante mencionar que además de todas las actividades expuestas se realiza una actividad que está inmersa en cada una de ellas esta es el control de calidad del producto.

b) Tiempos en cada actividad.

La empresa no conocía cuales eran los tiempos que utilizaban en cada actividad, es por eso que se tuvo que cronometrar cada actividad ya que para poder cumplir con las ordenes de producción es indispensable saber.

La información recolectada es presentada a continuación:

Cuadro N° 1.4. Tiempos en la actividad de tejido.

TEJIDO				
MÁQUINA	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 19,5 DOCENAS DIARIAS(horas)
SHIN HAN KOREANA	1,35	32,40	1,5	13
SHIN HAN KOREANA	1,35	32,40	1,5	13
SHIN HAN KOREANA	1,35	32,40	1,5	13

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo en el que una máquina tejedora se demora en producir una docena es de 32,40 minutos, por lo tanto las docenas producidas en una hora son 1,8 docenas, valor que se reduce a 1,5 docenas ya que se deja un margen de error por si se suscita cualquier inconveniente en la máquina.

Cuadro N° 1.5. Tiempos en la actividad de virado para coser.

VIRADO PARA COSER				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 59 DOCENAS DIARIAS(minutos)
OPERARIO	0,06	1,44	42	84,96

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo que se demora el tejedor en virar las 59 docenas que producen las tres máquinas actualmente es de 89,96 minutos, lo que equivale a una hora con veinticuatro minutos (1 hora, 24 minutos.).

Cuadro N° 1.6. Tiempos en la actividad de cosido.

COSIDO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 59 DOCENAS DIARIAS(minutos)
COSEDORA	0,05	1,2	50	70,80

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo que se demora la cosedora en realizar su trabajo en las 59 docenas que las máquinas tejedoras producen diariamente es de 70,80 minutos, es decir 1 hora con 10 minutos.

Cuadro N° 1.7. Tiempos en la actividad de urlado.

URLADO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 59 DOCENAS DIARIAS(minutos)
URLADORA	0,07	1,68	36	99,12

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo que se demora en urlar las 59 docenas que se producen al día actualmente es de 99,12 minutos que equivale a 1 hora con 39 segundos.

Cuadro N° 1.8. Tiempos en las actividades de cortado de hilos y virado para planchado.

CORTADO DE HILOS Y VIRADO PARA PLANCHADO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 59 DOCENAS DIARIAS (minutos)
VIRADORAS	0,03	0,72	83	42,48

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

c) Pausas activas.

En las actividades de cosido y urlado la trabajadora encargada de este puesto de trabajo supo mencionar que, utiliza un tiempo de descanso de 10 minutos luego de realizar la actividad de coser o urlar 20 docenas promedio, debido al calor que se genera en el área de trabajo, el cual es provocado por las máquinas y para realizar un estiramiento de su cuerpo ya que para hacer su trabajo es necesario mantener una postura la cual genera cansancio. Entonces para realizar las 59 docenas diarias que actualmente produce se necesita treinta minutos para el cocido y treinta minutos para el urlado respectivamente, tiempo que es añadido a la realización de dichas actividades.

Cuadro N° 1.9. Tiempo en pausas activas.

COSIDO		URLADO	
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
19 docenas	10 minutos	19 docenas	10 minutos
59 docenas	30 MINUTOS	59 docenas	30 MINUTOS

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Ilustración N° 1.1. Posición de trabajo.



Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

d) Volumen de producción.

Cuadro N° 1.10. Volumen de producción.

MÁQUINA	N°	DOCENAS / HORA	DOCENAS / DIA (13 horas)	DOCENAS / MES (22 días)	DOCENAS AÑO
SHIN HAN KOREANA	1	1,5	19,5	429	5148
SHIN HAN KOREANA	1	1,5	19,5	429	5148
SHIN HAN KOREANA	1	1,5	19,5	429	5148
TOTAL	3	4,5	58,5	1287	15444

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N°1.11. Cantidades entregadas actualmente.

LUGAR	N°	NOMBRE	RUC	CANTIDAD DOCENAS ENTREGADAS ACTUALMENTE
QUITO	1	TIXITEXTILES	1792275172001	400
QUITO	1	FERNANDO ROJAS	1707814008001	400
IBARRA	1	EDGAR TOAPANTA	1001766037001	150
ATUNTAQUI	1	VIVICIO SÁNCHEZ	1001602802001	150
ATUNTAQUI	1	ÁNGEL PASTRANA	1004822795001	100
TOTAL	5			1200

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

La diferencia que existe entre las unidades producidas por las máquinas y las entregadas a cada cliente respectivamente es de 87 docenas, dato que se considera como un margen de error referente a productos con falla con un promedio de una docena diaria es decir 22 docenas al mes, y la diferencia quedan en productos en proceso teniendo así un promedio de 65 docenas en proceso.

Las horas y los días que opera la maquinaria de tejido son trece horas diarias de lunes a viernes incluyendo dos sábados en cada mes, estrategia que utiliza la empresa para lograr llevar a cabo todo el proceso productivo.

e) **Maquinaria.**

La maquinaria que se utiliza para la elaboración del producto son las máquinas que se detallan a continuación:

Cuadro N° 1.12. Maquinaria.

N°	Tipo	Marca	
3	TEJEDORA	SHIN HAN KOREANA	
1	COSEDORA	SIRUBA	
1	URLADORA	CONSEW	
1	PLANCHADORA		

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

- **Determinación del uso de la maquinaria**

Cuadro N° 1.13. Utilización maquinaria.

	CAPACIDAD MÁXIMA DE LA MAQUINARIA DE TEJIDO		
	DOCENAS EN UNA HORA	DOCENAS 23 HORAS DIA	DOCENAS 30 DIAS MES
MAQUINA 1	1,5	34,5	1035
MAQUINA 2	1,5	34,5	1035
MAQUINA 3	1,5	34,5	1035
TOTAL	4,5	103,5	3105

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El indicador que se toma como referencia para saber cuál es el porcentaje que se está utilizando mensualmente de la maquinaria (tejedoras) que realiza la actividad de tejido es el siguiente:

$$\text{Utilización} = \frac{\text{Producción real}}{\text{Capacidad de diseño}} \times 100$$

$$\text{Utilización} = \frac{1200}{3105} \times 100$$

$$\text{Utilización} = 38\%$$

Claramente se puede observar que no existe la total utilización de la maquinaria ya que solo se está explotando un 38% de la capacidad que puede producir, por lo tanto al momento de aumentar la producción el problema no se radica en la maquinaria existente.

1.5.2. Variable N.2 Elementos del costo de producción.

a) Mano de obra (MO).

Actualmente la empresa cuenta con siete trabajadores que se consideran como mano de obra directa (MOD) que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro N°1.14. Mano de obra y sus áreas.

NOMBRES PERSONAL EXISTENTE	ACTIVIDADES	FUNCIÓN
José Miguel Ibadango	* Adquisición de materia prima. * Operario de máquinas tejedoras. * Virado para coser. * Almacenamiento en bodega productos terminados. * Distribución de productos terminados.	Adquirir la materia prima en la ciudad de Otavalo y transportarla a la empresa. Mantener el normal funcionamiento de las máquinas tejedoras. Preparar el calcetín para el posterior cosido. Retirar los productos terminados que estan donde las trabajadoras externas y almacenarlos en las empresas. Entregar los pedidos en la empresa y en la ciudad de Quito.
Fernanda Vinueza	* Cosido. * Urlado.	Recibir el producto virado y listo para el respectivo cosido. Terminado el cosido de todas las docenas procede a urlarlas.
Yajaira Ibadango. Mishel Ibadango.	* Virado para coser.	Virar las medias cosidas y urladas para que esten listos al posterior planchado.
Irma Escobar. Yessenia Escobar.	*Planchado.	Colocar las medias en los respectivos moldes, introducirlos a la planchadora (termofijadora), retirar las medias planchadas y ordenarlas.
Cinthia Escobar	* Empacado.	Colocar plastifechas para hacer pares, poner fajas cada tres pares y hacer fundas de una docena.

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cabe recalcar que el operario (virador) la cosedora y urladora (obrero) conjuntamente con las dos viradoras (obreras) son trabajadoras internas y las tres trabajadoras externas son las planchadoras y empacadoras.

El costo de la mano de obra en docena se encuentra distribuido de la siguiente

manera:

Cuadro N° 1.15. Precio de mano de obra.

MANO DE OBRA	
Actividad	Costo en docena
Planchado y empacado	\$ 0,18
Cosido	\$ 0,10
Urlado	\$ 0,15
TOTAL	\$ 0,43

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

b) Materia prima (MP).

La materia prima es la siguiente:

- Poliéster.
- Orlón.
- Elástico.

Cuadro N° 1.16. Materia prima directa.

MATERIA PRIMA DIRECTA				
Materia Prima	% en Docena	Peso docena en kg	Precio kg	Total
Poliéster	70%	0,154	\$ 5,00	\$ 0,77
Orlón	25%	0,055	\$ 8,00	\$ 0,44
Elástico	5%	0,011	\$ 10,00	\$ 0,11
TOTAL	100%	0,220		\$ 1,32

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Estas fibras son adquiridas en la “DISTRIBUIDORA TEXTIL ECHEVERRIA” que se encuentra ubicada en el cantón Otavalo.

c) Gastos generales de fabricación (GGF)

Entre los gastos generales de fabricación que vienen a formar parte de los costos de producción tenemos a los siguientes:

- **Repuestos:** La maquinaria puede tener daños que necesiten cambio de repuestos, por lo que el dueño de la empresa toma en consideración el valor de una aguja por docena para el costo de producción, siendo el valor del ciento de agujas 23 USD, el valor respectivo sería 0,23 centavos por docena, recalando nuevamente es el método utilizado por el propietario de la empresa.
- **Luz:** El promedio de pago mensual de luz es de \$ 90 dólares, tomando en cuenta que la vivienda consume \$20 dólares, los \$70 dólares restantes serían consumidos por las máquinas (3 tejedoras, una overlok, una urladora), valor que dividiendo para las 1200 docenas que entrega actualmente mensuales sería igual a 0,05 ctvs. por docena.
- **Fundas celofán:** Son las fundas en donde se empaca una docena de medias, las cuales se compran en paquetes de 100 fundas a un valor de 1,40 USD siendo entonces el valor unitario de 0,014 centavos cada funda.

- **Plastifechas:** Son las encargadas de unir dos chullas para formar un par de medias y el costo de la caja es de 5,00 USD donde vienen 10000 unidades, siendo el costo de cada plastifecha usada de 0,0005 centavos.
- **Fundas grandes (pacas):** El valor de las fundas grandes es de 50 centavos cada una, como se utilizan 17 fundas para empacar la cantidad entregada actualmente cada mes, viene a dar un costo en docena de 0,010 centavos.
- **Fajas:** Se realiza un pedido de 20000 fajas lo que tiene un costo de 190 USD lo que da un costo de 0,0095 centavos cada faja.

Cuadro N° 1.17. Gastos generales de fabricación.

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	Costo en docena
Repuestos	\$ 0,23
Luz	\$ 0,05
FUNDAS CELOFAN	\$ 0,01
PLASTIFECHAS	\$ 0,01
FUNDAS GRANDES	\$ 0,01
FAJAS	\$ 0,04
TOTAL	\$ 0,34

Fuente: Empresa Marlon Sport
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

Cuadro N° 1.18. Costo de producción docena.

COSTO DE PRODUCCIÓN DOCENA	
M.P.D	\$ 1,32
M.O.	\$ 0,43
G.G.F.	\$ 0,34
TOTAL	\$ 2,09

Fuente: Empresa Marlon Sport
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

d) Estado de costos de producción.

Cuadro N° 1.19. Estado de costos de producción.

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA			
MENSUAL			
MPD	\$	1.584,00	1200 * \$ 1,32
MO	\$	516,00	1200 * \$ 0,43
GGF	\$	408,10	1200 * \$ 0,34
GASTO VENTAS	\$	40,00	1200 * \$ 0,03
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$	2.548,10	1200 * \$ 2,12
(+) INVENTARIO INICIAL	\$	-	
(=) ARTICULOS DIDPONIBLES PARA LA VENTA	\$	2.548,10	
(-) INVENTARIO FINAL	\$	138,02	65 * \$ 2,12
(=) ESTADO DE COSTOS DE PROD. Y VENTA	\$	2.410,08	

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

e) Gasto Ventas.

- **Transporte:** En transporte se toma en cuenta el combustible y los peajes al momento que se procede a entregar los pedidos en la ciudad de Quito y al momento en que se adquiere la materia prima en la ciudad de Otavalo, promediando un valor de \$ 40 dólares mensuales, valor que dividido para las 1200 docenas que se producen actualmente cada mes, da un valor de \$ 0,03 centavos en docena.

Cuadro N° 1.20. Gasto ventas.

GASTO VENTAS	
Transporte	\$ 0,03

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

f) Remuneraciones.

Las remuneraciones que se pagan a las trabajadoras externas son proporcionales a la cantidad de trabajo que ellas realizan, lo que significa que según la cantidad de docenas terminadas (**planchadas y empacadas**) se les procede a pagarles. **El pago por docena terminada es de 18 centavos**, en cuanto a los trabajadores internos, no perciben una remuneración mensual fija ya que al ser una empresa familiar ellos viven de la utilidad que genera su negocio.

g) Estado de situación inicial.

Cuadro N° 1.21. Estado de situación inicial.

Estado de Situación Inicial		
ACTIVOS CORRIENTES		
Caja-Bancos	5000	
TOTAL CORRIENTE		5000
FIJO		
Edificio e Instalaciones	12000	
Vehiculo	8500	
Maquinaria y Equipo	16400	
Existencias Materia Prima	1700	
TOTAL FIJO		38600
TOTAL ACTIVOS		43600
PASIVOS		
Documentos por pagar (Préstamos Bancarios vigentes).	3620	
TOTAL PASIVOS		3620
PATRIMONIO		
Capital Social	39980	
TOTAL PATRIMONIO		39980
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		43600

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Detalle del balance de situación inicial.

- **Caja – Bancos:** El valor que la empresa tiene disponible actualmente para invertir en el mantenimiento y crecimiento de la misma es de \$5000 dólares.
- **Edificio e instalaciones:** El edificio en donde está instalada la empresa tiene una estimación de 12.000 dólares según el evaluó del Municipio de Antonio Ante.
- **Vehículo:** El vehículo que la empresa utiliza para realizar las correspondientes entregas de las órdenes de producción y la compra de la materia prima, tiene un valor de 8.500 dólares.
- **Maquinaria Equipo:** La empresa cuenta con la siguiente maquinaria y equipo:

Cuadro N° 1.22. Precio maquinaria.

N°	MAQUINARIA	PRECIO
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	URLADORA	500
1	PLANCHADORA	400
1	OVERLOOK	500
TOTAL		16400

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

- **Existencias en Materia Prima:** La empresa al no tener inventariado la existencia y uso de su materia prima no sabe cuál es la cantidad exacta que utiliza mensualmente, para tener una cifra estimada se ha tomado como referencia facturas de compras

anteriores siendo una cantidad que oscila entre 1.600 y 1.800 dólares para producir 1200 docenas.

- **Documentos por Pagar:** La empresa tiene dos préstamos por pagar uno en el Banco Pichincha y otro en el Banco del Fomento, la sumatoria de las letras restantes por pagar suman un valor de 3.620 dólares.

Cuadro N° 1.23. Préstamos existentes.

ENTIDAD FINANCIERA	LETRAS RESTANTES	CUOTA MENSUAL	TOTAL
BANCO FINCA	3	772	2316
BANCO PICHINCHA	4	326	1304
TOTAL		1098	3620

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

- **Capital social:** La diferencia entre los activos y pasivos es el valor que se denomina capital social dando un valor de \$ 39.980.

1.5.3 Variable N.3 Mercado

a) Tipo de mercado.

El mercado al que se enfoca la empresa, es a sus clientes actuales, quienes son mayoristas, los cuales demandan toda la producción de la entidad e incluso solicitan aún más, por lo tanto se considera que son los clientes más principales con los que cuenta la organización. Los clientes se detallan a continuación con su respectivo nombre, RUC, y la ciudad correspondiente:

Cuadro N° 1.24. Clientes de la empresa “Marlon Sport”.

CLIENTES DE LA EMPRESA MARLON SPORT.		
<i>LUGAR</i>	<i>NOMBRE</i>	<i>RUC</i>
QUITO	TIXITEXTILES	1792275172001
QUITO	FERNANDO ROJAS	1707814008001
IBARRA	EDGAR TOAPANTA	1001766037001
ATUNTAQUI	VIVICIO SÁNCHEZ	1001602802001
ATUNTAQUI	ÁNGEL PASTRANA	1004822795001

Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

b) Canales de distribución.

Para la distribución de sus productos la empresa maneja un canal de distribución mayorista (largo) que se explica a continuación:

Fabricante.....> Mayorista.....>Detallista.....> Consumidor final.

Y se la realiza de la siguiente manera:

A los clientes de Quito se les entrega el producto en sus bodegas ubicadas en la ciudad mencionada y en cuanto a los clientes de Imbabura, ellos se encargan de retirar el producto de la fábrica.

c) Oferta.

Realizando un análisis a los datos históricos de la empresa, se pudo determinar que la cantidad ofertada actualmente por la misma es de 1200 docenas de media talonera de mujer, las cuales son distribuidas tal y como se detalla en el **Cuadro N° 1.11.**

d) Demanda.

Las cantidades que la empresa ha venido entregando a los clientes y que se pudo constatar de hace tres años atrás, son cantidades fijas, las mismas que a sus clientes no les abastece completamente, por lo que constantemente le han solicitado a la empresa una mayor cantidad de docenas, pero la empresa considera que a cada cliente se le entrega una cantidad considerable a la que ellos necesitan y con el fin de seguirlos manteniendo no se puede reducir la cantidad a uno para complementar a otro demandante, siendo la demanda insatisfecha una cantidad desconocida para el propietario de la empresa, es recomendable realizar un estudio de mercado que permita saber hasta cuantas docenas mensuales necesita adquirir cada uno de los clientes y así la empresa poder tomar las decisiones más acertadas con el objetivo de satisfacer las cantidades requeridas por sus clientes.

e) Competencia.

Existen muchos fabricantes de medias deportivas de mujer, los que mayor competencia representan a la empresa Marlon Sport son las siguientes:

Cuadro N° 1.25. Competencia.

Nombre De La Empresa	Ciudad
Medias Gardenia	(Atuntaqui).
Medias Punta Blanca	General Enríquez Y Sucre (Atuntaqui)
Fábrica de Medias Elviss	Río Amazonas S/N y calle No: 18, (Atuntaqui).
Fábrica Baytex	San Antonio (Ibarra).
Fábrica de Medias Laurita	Otavalo.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Todas estas empresas tienen productos similares o que podrían complementar el producto que la empresa produce, estas fábricas ofrecen al mercado productos de diferentes diseños y a un precio más elevado porque cuentan con mayor tecnología, pero Marlon Sport tiene la ventaja de manejar un precio económico el cual es muy atractivo para sus clientes, sin embargo siempre se debe estar a la vanguardia en el aspecto de la competencia.

f) Precio.

El precio de venta de la empresa ha variado en los últimos tres años los datos históricos se presentan a continuación:

- 2013 - \$3,50.
- 2014 - \$3,60.
- 2015 - \$3,70.----- precio que actualmente se mantiene.

g) Presentación del producto.

El producto es presentado en fajas que contienen información como:

- Nombre de la empresa.
- Logotipo.
- Talla.
- Instrucciones de cuidado para la prenda.
- Materiales con su respectivo porcentaje.
- Nombre del fabricante.

- RUC

Esta faja que contiene dichas características sirve para unir tres pares de medias, para posteriormente ser empacadas en docenas y para transportarlas se llenan en pacas (fundas plásticas grandes) con un máximo de noventa docenas por paca.

Ilustración N° 1.2. Presentación del producto.



Fuente: Marlon Sport.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

1.5.4. Variable N.4 Infraestructura.

a) Espacios de trabajo.

En cuanto al espacio de trabajo (edificio), las dimensiones son: cinco metros de largo y cinco de ancho, por lo cual se considera que no son óptimas para todas las actividades que se realizan, ya que en ese espacio se encuentran todas las máquinas con las que cuenta la empresa y no tiene un espacio específico para almacenar los productos en proceso y terminados, los cuales son arrumados en una esquina provocando un desorden y reducción del espacio para realizar las diferentes actividades para elaborar el producto.

b) Distribución de la planta.

La planta se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Ilustración N° 1.3. Presentación de la distribución de la planta actual.



Fuente: Empresa Marlon Sport.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

A través de la observación se analizó que la infraestructura no está en condiciones óptimas ya que se encuentra al fondo de la vivienda y no cuenta con las condiciones adecuadas para el normal funcionamiento de la empresa.

1.6. Mecánica operativa

1.6.1. Identificación de la población

La población que se tomó en cuenta para el estudio de este diagnóstico situacional, está conformado por los trabajadores que en su parte se considera; al jefe de hogar como el propietario y trabajador conjuntamente con su familia que son su esposa y sus dos hijas como obreras internas. A este listado se añaden las tres trabajadoras externas.

1.6.1.1 Población Investigada.

Cuadro N°1.27. Trabajadores Empresa “Marlon Sport”.

NOMBRES / CARGO
JOSÉ MIGUEL IBADANGO PROPIETARIO
FERNANDA VINUEZA COSEDORA Y URLADORA
MISHEL IBADANGO – YAJAIRA IBADANGO VIRADORAS
IRMA ESCOBAR, YESSENIA ESCOBAR, CINTHIA ESCOBAR PLANCHADORAS Y COSEDORAS
TOTAL= 7 TRABAJADORES

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2015

1.7 Técnicas de investigación

Para poder recopilar la información suficiente y necesaria que nos permita realizar el diagnóstico situacional de la empresa se utilizaron diferentes técnicas e instrumentos que se detallan a continuación:

a) La entrevista.

Este método se utilizó con el propietario de la empresa de quien necesitábamos obtener respuestas con el argumento suficiente para poder entender de mejor manera la información solicitada y de igual manera a las tres trabajadoras de la empresa que son externas.

b) La observación.

Se aplicó este método para identificar cómo es el funcionamiento de la empresa y en qué condiciones se encuentra su planta, maquinaria y equipos.

1.7.1. Entrevista al Propietario

Realizada a:

Nombre: Sr. José Miguel Ibadango

Cargo o Función: Propietario de la empresa Marlon Sport ubicada en la parroquia de Natabuela.

Fecha: Noviembre 2015

- **Coméntenos brevemente como fueron los inicios de su negocio.**

La empresa se creó alrededor de 9 años atrás pero en ese entonces solo tenía una maquina tejedora coreana y moldes de planchados siendo en ese entonces el producto cosido en una maquina overlock que me facilitaba mi vecino propietario de una fábrica de camisetas, con el pasar del tiempo pudimos comprar esa máquina e implementamos también una urladora.

Gracias a un sobrino mío logramos conseguir dos grandes clientes en la ciudad de Quito, los cuales son los proveedores de varios artículos de vestimenta para un mercado de la ciudad, fue entonces por su gran capacidad de demanda que la empresa ha ido evolucionando y ahora contamos con tres máquinas tejedoras, una cosedora, una urladora y para perfeccionar el acabado del producto adquirimos planchas térmicas las cuales se ocupan en el taller de las trabajadoras que laboran fuera de la empresa.

- **Considera que los procesos de producción y comercialización que usted utiliza le permiten ser competitivo.**

El proceso productivo que manejamos en la empresa es el que cualquier empresa textil dedicada a la fabricación de medias que utiliza maquinaria no computarizada lo realiza, A demás siempre intentamos mostrar un producto al mercado que sea de primera, es decir siempre tomando en cuenta el cuidado de la calidad de las prendas.

Es verdad que por el momento el producto que ofrecemos no utiliza una materia prima de alto costo pero si en algún momento llegamos a tener variedad de productos lo brindaremos de la mejor manera para mantenernos competitivos.

- **Considera que el volumen de ventas actualmente alcanzado justifica la inversión que usted realiza.**

Sí, porque gracias a la ayuda de mi cuñado ex gerente propietario de una empresa de fabricación de medias, nos ayuda a determinar el costo de producción y el porcentaje de utilidad que manejamos; es por esto que si contamos con una recuperación de la inversión y una rentabilidad apropiada en nuestras ventas.

- **¿Cómo se realiza la comercialización de sus productos?**

A los dos grandes clientes de Quito los cuales son los principales para nuestra empresa, se les entrega el producto en sus bodegas que se encuentran ubicadas en dicha ciudad, mercadería que es transportada en el vehículo de mi propiedad. En cuanto a los clientes locales de la provincia adquieren nuestros productos desde nuestra empresa.

- **Indique una estimación del volumen de producción y de ventas mensuales**

Aproximadamente se producen mil cien (1.200) a mil doscientas (1.350) docenas mensuales en productos terminados.

- **Indique que estrategias se están utilizando para lograr el mejoramiento de su empresa.**

Procuramos satisfacer al máximo las peticiones de nuestros clientes, dando el mayor esfuerzo de todos quienes conformamos Marlon Sport.

- **Actualmente, cómo se encuentra organizada la empresa.**

Como propietarios estamos mi esposa y yo, a la vez nos encargamos de ser trabajadores conjuntamente con la ayuda de nuestras hijas, quienes realizamos las funciones de tejido, virado, cosido y urlado dentro de la empresa y como se ha mencionado después se envía a la terminación del producto que consiste en planchar y empacar.

- **Considera usted que el precio de venta de sus productos es competitivo en el mercado**

Es muy competitivo y tiene una gran acogida por nuestros clientes al ser un precio económico el cual permite una venta rápida de nuestros productos.

- **¿Cuál es actualmente su mercado meta?**

Nuestro mercado meta actualmente son nuestros clientes mayoristas, a quienes queremos entregar la cantidad que ellos realmente necesitan.

- **Considera importante la ampliación (infraestructura) de su empresa.**

Es lo que justamente hemos tenido en consideración ya que necesitamos cumplir aun de mejor manera la producción que exige nuestros clientes, además el espacio con el que contamos es muy reducido y es muy difícil trabajar, pero la verdad no sabemos si va a ser muy costoso.

- **Conoce usted su principal competencia en el mercado que usted se enfoca.**

Sí. Existen muchas empresas que se dedican a la producción de medias deportivas de mujer y lo que comentan mis clientes es que las otras empresas se dedican a la producción de otro tipo de medias ya que cuentan con maquinaria más actualizada pero sin embargo siguen siendo una amenaza para mi empresa.

- **Si su empresa lograra mayor productividad incluso sobre pasando la demanda actual de sus clientes cuál sería su posible mercado meta.**

Logrando lo expuesto, sería una posibilidad inmiscuirse en el mercado de Ambato y Guayaquil ya que son buenas plazas comerciales en el ambito textil.

1.7.2. Entrevista a las trabajadoras Externas

Realizada a: Trabajadoras externas.

Cargo o Función: Planchadoras y empacadoras.

Fecha: Noviembre 2015

- **¿Qué tiempo labora para la empresa Marlon Sport?**

Aproximadamente dos años.

- **¿Cuáles son las actividades que usted realiza para la empresa “Marlon Sport”?**

Se realiza el terminado de los productos que consiste en planchado y empaçado de las medias.

- **¿Cómo es remunerado el trabajo que usted realiza?**

Se cobra por docena terminada, a un precio de 18 centavos por docena.

- **¿Sería usted capaz de cumplir con su trabajo en el tiempo adecuado, si hubiese un nivel más alto de producción?**

Si, por que no sería problema solamente tendríamos que trabajar más tiempo y si ya no alcanzamos en el tiempo que nos piden, pidiéramos ayuda a unas amigas que también saben cómo hacer el trabajo.

- **Si la empresa “Marlon Sport” ampliara su infraestructura ¿estaría en condiciones de trabajar en sus instalaciones?**

No, porque tenemos que cuidar a nuestros hijos pequeños y a la empresa no podemos llevarlos porque no es permitido.

1.7.3 Resultados De La Observación Realizada

A través de la observación se logró identificar que la empresa tiene muchas falencias tanto en área de administración como en el proceso productivo, se conoció también que la empresa está dejando a sus clientes insatisfechos a la hora de entregar las ordenes de producción y que tiene la necesidad de expandir su infraestructura ya que la misma en la actualidad no le permite realizar todas sus actividades por la falta de espacio, además no se le da importancia a la mejora continua sino más bien se encuentran estancada en una manera tradicional que no exige cambios de ninguna índole es por eso que se realizará propuestas que ayuden a la empresa a sobresalir, expandirse y desarrollarse como empresa.

1.8. Construcción de la matriz FODA

En la matriz que se presenta a continuación se analizarán aspectos internos y externos los cuales se clasificarán en información positiva y negativa para la empresa, las cuales facilitarán establecer estrategias necesarias para el mejoramiento de la organización y de ser el caso las medidas correctivas necesarias.

Cuadro N^o 1.28 Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un personal apto y maquinaria eficiente en cada una de sus áreas. • La empresa no incurre en gastos en el mantenimiento de la maquinaria ya que el propietario es técnico textil. • Brindar un producto económico, accesible para los consumidores. • Contar con clientes fieles que requieren más producción. • Financiamiento para el pago de la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por la mala planificación del tiempo no se puede cumplir las órdenes de producción. • Infraestructura inadecuada ya que no se puede realizar todas las actividades del proceso productivo por la falta de espacio. • Falta de una estructura organizativa, la cual permita que la empresa este organizada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tener disponible un crédito para invertir en la empresa. • Tener la capacidad para ofrecer el producto a un nuevo mercado como por ejemplo las ciudades de Ambato y Guayaquil. • Explotar más la capacidad de la maquinaria con la que cuenta actualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener límite fronterizo con países que tienen una moneda que se devalúa constantemente. • La competencia de varias microempresas que fabrican medias. • Riesgo de que el Ecuador entre en un estado de deflación.

Fuente: Empresa Marlon Sport

Elaborado por: Los autores

Año: 2015

1.9. Estrategias FA, FO, DO, FA

Cuadro N° 1.29. Matriz FA, FO, DO, FA

FA	FO
<ul style="list-style-type: none"> • Procurar mantener un precio económico para que la empresa se muestre competitiva en el mercado y que los productos sigan demandándose de la misma manera en el mercado. • Los trabajadores aptos y la maquinaria óptima con la que cuenta la empresa le permite a la misma brindar un producto competitivo. • Al contar con un técnico textil la empresa no tendrá inconvenientes en el mantenimiento lo que no genera un mayor gasto lo cual es beneficioso para el costo de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar mantener los más óptimos costos de producción para que los clientes no sean afectados al existir un cambio en el precio de venta y seguir siendo competitivos. • El mantener un funcionamiento adecuado de la empresa le permitirá responder a obligaciones financieras que serán muy necesarias para la oportunidad de ampliación de la misma. • Poner a trabajar al máximo la maquinaria de producción y regular adecuadamente las actividades que se realicen, permitirá lograr cubrir la demanda insatisfecha existente.
DO	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar aspectos administrativos como misión, visión, objetivos y organigrama estructural, permitirá a la empresa tener un mejor clima laboral y cultura organizacional. • La empresa cuenta con clientes que exigen una mayor producción a la empresa, por lo que hay que mejorar principalmente los tiempos para cada una de sus actividades, ya que esta es una debilidad de la empresa. • Brindar los espacios adecuados, permitirá que los trabajadores realicen mejor sus funciones, mejorando así la ergonomía del trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un constante análisis de la competencia para estar a la vanguardia de las exigencias del mercado. • Procurar cumplir con las órdenes de producción que realizan los clientes, para que ellos siempre prefieran los productos de la empresa. • Si se siguen incumpliendo las órdenes de producción existe un alto riesgo que los clientes prefieran una empresa que si satisfaga sus necesidades.

Fuente: Empresa Marlon Sport
Elaborado por: Los autores
Año: 2015

1.10. Determinación del problema

A través del análisis FODA se pudo determinar que la empresa no logra satisfacer a su demanda, ya que no tiene establecidos los tiempos que se requieren para cada actividad, el no saber el dato exacto de cuántos kilos de materia prima necesita para la elaboración de sus pedidos es lo que impide el uso adecuado de dicho recurso, otro factor en cuanto a la disponibilidad de tiempo es que no pueden dedicarse solamente a las actividades de la empresa ya que también realizan otras actividades como por ejemplo pagos al banco, adquisición de materia prima conjuntamente con los viajes a la entrega del producto terminado y vale mencionar actividades de aspecto familiar. Además no cuenta con la infraestructura (edificio) necesaria para realizar su proceso productivo, la cual ocasiona un clima caluroso que no permite una buena oxigenación por lo que los trabajadores internos deben realizar pausas activas como salir a tomar aire y refrescarse, es decir, la infraestructura inadecuada no cumple con requisitos mínimos para cumplir con sus procesos y mantener un embodegamiento de los productos. Es bueno recalcar que cuenta con aspectos favorables como son su ubicación y su fácil adquisición de recursos que le permiten desarrollarse como empresa, por lo tanto es un factor que se debe aprovechar para lograr cumplir con el objetivo que es cubrir totalmente el requerimiento de sus clientes

Análisis de la situación actual de la empresa

Con la información recolectada se puede evidenciar que la empresa Marlon Sport no cuenta con una planeación en casi todas sus actividades, tanto en lo administrativo como en el proceso de producción es por eso que a lo largo de este estudio se presentarán propuestas que ayudarán a que la empresa se convierta en una organización competitiva sin dejar de la lado la mejora continua en todos los procesos que llegará a manejar.

Problemas que se llegó a identificar son:

- No existe el uso de la capacidad máxima de producción de la empresa.
- Tiempos no establecidos en cada actividad del proceso productivo.
- Tiempos no establecidos para la mano de obra.
- No cumple con las órdenes de producción de los clientes.
- Falta de espacio físico (Infraestructura).
- Falta de mejora continua
- Falta de innovación y tecnología.
- Falta de planeación, organización, dirección y control en cada una de los procesos.

Para la solución de estos problemas es importante mencionar que se necesita el apoyo de todos los integrantes de la empresa ya que se trata de un cambio en la manera actual de trabajar, es por eso que se necesita el apoyo, disciplina y constancia de cada uno de los trabajadores.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El desarrollo del marco teórico presentado a continuación respeta las definiciones y conceptos dados por diferentes autores, los mismos que nos permitirán brindar conocimientos más profundos, relacionados directamente al tema de la ampliación en el área de producción y comercialización de la empresa “Marlon Sport”.

2.1. Diagnostico situacional

(Parra, 2010) Dice que: *“Diagnóstico situacional es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la Misión. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa”*.

Como aporte personal se dice que diagnóstico situacional es hacer un análisis a la situación actual de la empresa, para evaluar qué cambios ha tenido la misma luego de un transcurso de tiempo anterior el cual le ha permitido de alguna manera estar en un estado ya sea favorable o desfavorable en la actualidad.

2.2. Organización

(Cipriano Luna González, 2014, pág. 74) Define: *“La organización es un grupo de personas con una meta común, unidos por un conjunto de relaciones de responsabilidad autoridad. Una de las responsabilidades de la administración es organizar los recursos de la empresa disponibles para realizar operaciones efectivas”*.

Para argumentar ésta definición se dice que una organización está conformada por un grupo de personas y recursos que están correctamente alineados a conseguir objetivos comunes, que les permita obtener el correcto desarrollo de la misma, a través de un adecuado proceso administrativo.

2.3. La microempresa

2.3.1. Definición

(Tulio, 2015, pág. 1) Dice: La microempresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Concordando con la definición anterior microempresa se denomina a aquella que desempeña sus funciones con pocos recursos y a medida que transcurre el tiempo puede ir creciendo o desarrollándose. Surge por iniciativa emprendedora y una de sus características es ser de estructura familiar.

2.3.2 Características

(Burneo & Miño, Wilson , 2010) Definen: En el Ecuador se clasifican las micro, pequeñas y medianas empresas (mi pymes) sobre la base del número de empleados efectivos y el valor bruto de las ventas anuales, o el valor de los activos totales.

La microempresa tiene entre uno y nueve empleados, con un valor bruto de ventas anuales menores a 100.000 dólares y con un valor de activos totales menor a 20.000 dólares, sin incluir inmuebles y vehículos.

La pequeña empresa cuenta con diez a 49 empleados; además, tiene un valor bruto de ventas anuales de entre 100.001 y 1.000.000 de dólares y un valor de activos totales de entre 100.001 y 750.000 dólares.

La mediana empresa tiene un rango que oscila entre 50 y 199 empleados; además, su valor bruto de ventas anuales está entre 1.000.001 y 5.000.000 de dólares, y el valor de activos totales se ubica entre 750.001 y 4.000.000 de dólares.

En el Ecuador, en 2004 se encontraban inscritas apenas 33.890 firmas, de las cuales 18.029 (un 53,2%) son microempresas; 10.969 (el 32,4%) son pequeñas; 4.093 (el 12,1%) son medianas; y 799 (un 2,4%) son grandes empresas.

2.4. Empresa textil

2.4.1. Definición

(Quiminet, 2012) Dice: *“La empresa textil crea las telas, hilos, fibras, los diseños o bordados, siendo uno de sus principales objetivos satisfacer las necesidades de consumo masivo en cuanto a prendas de vestir, telas para decorar, para el acabado de muebles, sillas o sillones, hilos para dar color a telas, entre otros Actualmente en la industria textil se incluye la fabricación de calzado”.*

Se puede establecer que la industria textil al ser una actividad artesanal abarca todo el proceso productivo y de comercialización de fibras o materiales hilables, tela, ropa, es decir todo lo referente a tejeduría teniendo un gran impacto en la sociedad y por ende en la economía.

2.4.2. Materiales usados por la empresa textil

Los materiales que más se utilizan en la empresa textil son los siguientes:

a) Nylon

(Kary, 2013) Define: “Es una fibra química textil sintética, obtenida a partir de derivados de productos petrolíferos y aceites, que generan un monofilamento continuo, resistente y ligero con el que se fabrican los tejidos”.

b) Poliéster

(MrZoph, 2013) Define: “El poliéster, es una fibra resistente e inarrugable desarrollada en 1941. Es la fibra sintética más utilizada, y muy a menudo se encuentra mezclada con otras fibras para reducir las arrugas, suavizar el tacto y conseguir que el tejido se seque más rápidamente”.

c) Licra

(Laverde, 2012) Define “Es una tela de textura suave, lisa, y sobre todas las cosas, muy liviana, resiste al sudor, de las más exigentes actividades que realiza un deportista, y permiten que se adapten aerodinámicamente al cuerpo, sin desde luego, limitar los movimientos, se usa en vestidos de baño, ropa íntima medias, ropa para deportes.”

d) Algodón

(Antuñano, 2013) Define: El algodón es la planta textil de fibra más importante del mundo y su cultivo es de los más antiguos, en un principio la palabra algodón significaba tejido fino, distintas características hacen del algodón un producto único: sus fibras son blandas y aislantes, resisten la rotura por tracción como para permitir la confección de tejidos, admiten el blanqueado y teñido. Debido a ello, el algodón se convirtió desde hace mucho en un producto de importancia fundamental para el hombre.

e) Lana

(Franco, 2010) *Dice: " lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas y de otros animales mediante un proceso denominado esquila, se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como sacos, cobijas, ruanas, tapetes, guantes, calcetines, suéteres, mochilas, entre muchos otros"*

f) Fibra Acrílica

(Katy, 2013) *Define: fibra acrílica un polímero constituido por macromoléculas lineales cuya cadena contiene un mínimo del 85% en masa de unidad estructural correspondiente al acrilonitrilo. Las propiedades de las fibras acrílicas recomiendan su empleo como alternativa de la lana en el campo del vestido y de los textiles para interiores. Entre estas propiedades se pueden citar la alta voluminocidad con tacto cálido parecido a la lana, su excelente resiliencia, su baja densidad y su tacto agradable.*

Como se puede observar la industria textil utiliza estas fibras para la elaboración de sus productos, ya que son de confortables, delicadas y tienen durabilidad, lo cual le permiten entregar al consumidor productos de calidad.

2.5. Las medias

(wordpress, 2009) *Define: "Los calcetines están diseñados para ser llevados con el calzado que cubre el pie entero, como calzado deportivo, botas o zapatos de vestir. A veces, se llevan con sandalias y zapatillas de casa. Los calcetines también se pueden llevar solos, generalmente dentro de casa."*

Los calcetines es una prenda de vestir que a lo largo del tiempo se ha ido mejorando, las industrias han nuevos modelos para que el consumidor se sienta realizado y cómodo con dicha prenda.

2.6. Marketing

(Escudero, 2011, pág. 70) Puntualiza: *“El marketing es el conjunto de actividades y recursos puestos en práctica para detectar una necesidad, desarrollar el producto que la satisface y hacerlo llegar hasta el consumidor. Marketing también se puede definir como el conjunto de medidas organizadas para servir al cliente estudiando continuamente sus necesidades cambiantes”*.

Apoyando el análisis anterior se dice que Marketing es una herramienta con la cual se puede acceder a los consumidores a través de estrategias, además esta permite conocer las necesidades del comprador y estar siempre pendiente de las mismas.

2.7. Comercialización

(Rivadeneira, 2012) Define: *“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales”*.

(Gabriel, 2010, pág. 41) Manifiesta que: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*.

Concordando con las definiciones aportamos que la comercialización es el medio por el cual la organización llega al cliente a través de los medios y acciones necesarios, un aspecto importante que influye en la comercialización es las vías de acceso para la distribución del producto.

2.8. Encuesta

(Quispe Limaylla, 2013, pág. 14) Define:” *La encuesta es una forma de obtener datos directamente de la gente en una forma sistemática y estandarizada, por lo cual se aplica una*

serie de preguntas, las cuales deben ser estructuradas previamente. Las preguntas por lo general se presentan escritas en un formato llamado cuestionario

Dando un criterio a lo significa encuesta se establece que es una técnica de investigación la cual permite obtener datos de una fuente primaria por medio de preguntas las cuales son respondidas por los individuos a encuestar, dependiendo del tema de investigación.

2.9. Entrevista

(Yanes Mesa, 2014, pág. 14) Dice que: *“Es el dialogo entre un periodista y el entrevistado; puede tener tres objetivos: obtener una información sobre un hecho presencial, conocer sus comentarios sobre algo sucedido, o hacer una semblanza del personaje”*.

Argumentando lo descrito anteriormente se dice que la entrevista es la acción de desarrollar una conversación con un individuo con el fin de reunir información sobre algún tema de interés para el investigador.

2.10. Observación

(Yuni & Urbano, Claudio Ariel, 2014, pág. 39) Dice que: *Es una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad (natural o social) mediante el empleo de los sentidos (con o sin ayuda de soportes tecnológicos), conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador.*

Partiendo con la definición anterior la observación es otra de las técnicas de investigación donde el recolector de información pone a prueba todos sus sentidos y es el, el que determina la información la cual utilizara para su estudio.

2.11. Procesos

(Medwaw, 2011) Define: *“Los procesos son aquello que constituye el núcleo de una organización, son las actividades y tareas que realiza a través de las cuales producen o genera un servicio o producto para sus usuarios.*

Por medio de la definición anterior se puede establecer que proceso es un conjunto de actividades que se encuentran correlacionadas, y sirven para transformar elementos de entrada en elementos finales para el consumo.

2.12. Eficiencia

(Jorge, 2011) Define: *“Eficiencia, la relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados”.*

Con la participación de la definición anterior se puede decir que eficiencia es cumplir objetivos establecidos con los recursos suficientes y necesarios, optimizando en lo posible el gasto de los mismos, pero con un resultado de calidad.

2.13. Eficacia

(Galizia, 2013) La eficacia se basa en lo que se llama “operacionalización”: todo aquello que es tangible y que nos sirve para cumplir el objetivo que se ha planificado. Estrategias de marketing, planeamiento, establecimiento de métricas, estadísticas...pero sobre todo, buenas ideas, creatividad e innovación.

Para aportar con la definición anterior se dice que la eficacia mide el grado de cumplimiento de los objetivos o metas propuestos por la organización; esto es, mide la capacidad de obtener o lograr resultados.

2.14. FODA

(Galicia, 2012) Define: *El análisis FODA es una herramienta clásica para evaluar la situación estratégica de una empresa y definir cursos de acción.*

Se dice que el análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

2.15. Factibilidad

2.15.1. Definición

(Rodríguez Moreno & Flores Mola, José, 2010) Dicen que: *“Factibilidad es definir las posibilidades de éxito para conseguir solucionar esas necesidades, que es realizable en la realidad y se espera que su resultado sea exitoso”.*

(Alegsa, 2010) Dice que: *“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto”.*

Se entiende que factibilidad es determinar si un proyecto es viable o no mediante una investigación profunda en un proceso de tiempo determinado.

2.15.2. Tipos de factibilidades

- a) **Factibilidad técnica:** si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.

- b) **Factibilidad económica:** relación beneficio costo.
- c) **Factibilidad operacional u organizacional:** si el sistema puede funcionar en la organización.

2.16. Estudio de factibilidad

(Alegsa, 2010) Define a: *“El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar”.*

Entonces se concluye que el estudio de factibilidad es para saber si el proyecto es rentable o no, pero también se tienen que considerar los gastos en los cuales se incurrirán al momento de levantar la información necesaria que nos permita determinar la finalidad del estudio que es la viabilidad del proyecto.

2.17. Estudio de mercado

(Solisurdiain, 2011) Su concepto es que: *“El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, el estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado”.*

Con la definición anterior se tiene bases para definir que el estudio de mercado es una vinculación de los clientes y el ofertante, a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado.

2.17.1. Tipos de estudio de mercados

Estudios cualitativos: Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras.

Estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

2.18. Mercado

(Camino & Mencía de Garcillán Lopez Rúa , 2012, pág. 71) Definen como: “*mercado al lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones*”.

Tomando en cuenta el criterio anterior se entiende por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

2.19. Demanda

(Santiago, 2012) Define: “*Demanda es la expresión de la voluntad y capacidad de un comprador potencial de adquirir una cierta cantidad de ítems por una serie de precios*

posibles y razonables que el comprador ofrece. Se puede pensar en la demanda como una lista de precios y cantidades en la mente del comprador”.

Otorgando un criterio, se puede mencionar que la demanda es la capacidad de gasto o inversión que una o varias personas pueden realizar en un lugar donde exista la respectiva oferta de productos o servicios.

2.20. Oferta

(Santiago, 2012) Define: “Oferta es la voluntad y capacidad de los vendedores o proveedores de proporcionar distintas cantidades de un producto a precios relevantes”.

Concordando con la definición anterior oferta es la cantidad de productos que se brindan al consumo en un mercado determinado a un precio impuesto por cada vendedor.

2.21. Precio

(María, Rodán Cataluña, & Díez de Castro, 2013, pág. 31) Define: “El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que es comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor”.

El precio es el pago o recompensa que se le da a un producto o servicio, cabe recalcar que no tiene que ser necesariamente dinero, ya que el comprador puede dar por parte de pago otra cosa como por ejemplo un producto o un servicio.

2.22. Organización estructural

(Jorge A. E., 2013) Su concepto es que: Organización es todo conjunto de personas relacionadas para alcanzar un fin o una meta. En un sentido estricto, organización es una

estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido. Esa estructura marca cómo se distribuye el trabajo, cómo se agrupan las personas en unidades de actividad específica y las unidades en entidades mayores, qué poder tiene cada uno, de quien depende, a quien dirigirse si surgen problemas, etc. El diseño y rediseño periódico de esa estructura lo realizan los directivos de la organización, en ejercicio de una de sus funciones: la función de organización estructural.

La organización estructural como su nombre lo indica es como se encuentra organizada la empresa, además esta estructura tiene funciones las cuales tienen que ser cumplidas por los trabajadores para la obtención de los objetivos planteados por empresa.

2.23. Misión

(Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, Artemio, 2012, pág. 22) Dicen: “La misión de una compañía difiere de la visión en que abarca tanto el propósito de la compañía como la base de la competencia y la ventaja competitiva. Mientras que la declaración de visión es amplia, la declaración de misión ha de ser más específica y centrada en los medios a través de los cuales la empresa competirá”.

Aportando al criterio anterior se dice que la misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización.

2.24. Visión

(Kaplan & David P. Norton, 2014, pág. 63) Indican:” visión empresarial es el estado futuro deseado para la organización. Se trata de la aspiración en torno a lo que un estratega, como puede ser el presidente de la empresa, intenta centrar la atención y las energías de los miembros de la empresa”.

Se considera que visión se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

2.25. Macrolocalización

(Rivadeneira, 2012) Dice que: *“Considera que es ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad”.*

Se hace referencia a la ubicación general del proyecto la tiene que contar con todas las necesidades para que el proyecto se realice de una manera ventajosa, en la macrolocalización se debe tomar en cuenta aspectos como mano de obra materiales primas, energía eléctrica, mercado, transporte, facilidades de distribución, aspectos socioeconómicos etc.

2.26. Microlocalización

(Rivadeneira, 2012) Dice que: *Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.*

En la microlocalización se deben tomar en cuenta aspectos más profundos que no tienen que ser pasados por alto como la localización urbana, suburbana o rural, el transporte

del personal, disponibilidad de servicios, ya que todos estos aspectos son importantes para el desarrollo del proyecto.

2.27. Localización

(Jose, 2012) Define: *La localización geográfica de la empresa puede llegar a ser determinante en muchas ocasiones para la supervivencia a largo plazo del negocio. La decisión sobre la localización geográfica de la empresa es uno de los puntos clave entre las razones para crear un plan de negocio, dada su implicación en el desarrollo de la empresa.*

La localización es un punto muy delicado ya que es el lugar donde la empresa se encuentra realizando todas sus funciones y procesos, y es además el lugar a donde el cliente ira para adquirir el bien o servicio que la organización brinde, es por eso que la institución debe encontrarse en un sitio que sea cercano a su mercado para no crear inconvenientes.

2.28. Estudio financiero

(Federico, 2012) Recalca que: *El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.*

Por medio del estudio de mercado se establece si un proyecto es rentable o no, además este permite saber si una empresa tiene la capacidad de invertir y si esta inversión dará resultados favorables.

2.29. Ingresos

2.29.1 Definición

(Rodríguez Martín, 2015) *Define: "Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma."*

Reforzando a este concepto, se dice que ingreso hace referencia a las entradas económica que recibe la empresa cuando realiza ventas ya sea de servicio o de bienes.

2.29.2. Clasificación de ingresos

Los ingresos se clasifican en dos grupos:

- Aquellos que se imputan al resultado del periodo, estos son aquellos ingresos que tienen en cuenta para determinar el resultado (beneficio o pérdida) contable de un periodo.
- Aquellos no considerados resultados del periodo y se imputan directamente como un aumento del patrimonio neto.

2.30. Gastos

2.30.1. Definición

(Javier & Rafael, 2010) *Define: Gasto es un egreso que no se identifica directamente con un ingreso, aunque contribuye a la generación del mismo, no se espera que pueda generar ingresos directamente en el futuro, no es recuperable.*

Para aportar la definición se dice que un gasto es un consumo voluntario de activo a cambio de una contraprestación, en el caso de que dicho consumo fuera involuntario y sin análisis se incurriría en una pérdida.

2.30.2. Clasificación de los gastos

- Aquellos que imputan al resultado del periodo. Son aquellos que tienen en cuenta para determinar el resultado (beneficio o pérdida) contable de un periodo.
- Aquellos no considerados resultados del periodo y que se imputan directamente como una disminución del patrimonio neto.

2.31. Inversión

(Norelisleal, 2013) Dice que: *“las inversiones es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias”*.

(Muñoz, 2015) Manifiesta que: *“La inversión se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación”*.

(Meza, 2010, págs. 20-21) Expresa: *“La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación.*

Tomando en cuenta las definiciones anteriores se puede concluir que inversión es la decisión de asignar un activo o recurso económico en un proyecto u organización con el fin de obtener beneficios posteriores.

2.32. Capital de Trabajo

(Fransisco, 2012) Define: *“El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio, Una empresa para lograr seguir en la marcha de su negocio, necesita de recursos para cubrir insumos, materias prima, pago de mano de obra compra de activos fijos, pago de gastos de operación etc. Este capital debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo”.*

Se dice que el capital de trabajo es la capacidad económica que tiene la empresa para llevar acabo sus actividades, las cuales le permitirán generar más ingresos a la institución, lo que es favorable porque se incrementaría su capital de trabajo y no necesitará de fuentes externas para poder responder ante crisis si se llegaran a presentar.

2.33. Presupuesto

(Antonio, 2014) Define *“El presupuesto de una empresa es un plan que recoge todas las operaciones y recursos para lograr los objetivos marcados, expresado en términos monetarios. Queramos o no, el presupuesto de una empresa es algo a tener muy en cuenta a la hora de realizar cualquier acción. Marcar un presupuesto es adelantarse al futuro para evitar contratiempos o problemas.”*

Para ampliar la definición anterior se define al presupuesto como un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

2.34. Financiamiento

(HERNANDEZ, 2010) Dice que: “Financiamiento de un proyecto consiste pues en la obtención de los recursos de capital en condiciones más favorables y ventajosas, que se obtiene de las instituciones financieras”.

Concordando con el criterio anterior se dice que financiamiento es abastecerse de recursos económicos con el fin de poder operar adecuadamente en la empresa, recursos que por lo general se consiguen de instituciones financieras.

2.35. VAN

2.35.1. Definición

(Área de pymes, 2014) Lo define como: “un método clásico de la valoración de inversiones en activos fijos, proporcionando una valoración financiera en el momento actual de los flujos de caja netos proporcionados por la inversión”.

Para ampliar su definición se dice que el Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

2.35.2. Operatividad

- Mediante una tasa de descuento actualiza todos y cada uno de los flujos de caja que produce la inversión.
- Tiene en cuenta la cronología de los distintos flujos de caja.

2.35.3. Ventajas

- Tiene en cuenta el valor del dinero en cada momento.
- Es un modelo sencillo de llevar a la práctica.
- Nos ofrece un valor a actual fácilmente comprensible.
- Es muy flexible permitiendo introducir en el criterio cualquier variable que pueda afectar a la inversión, inflación, incertidumbre, fiscalidad, etc.

2.35.4. Desventajas

- Hay que tener un especial cuidado en la determinación de la tasa de descuento.
- Cuando las tasas de descuento son distintas para cada periodo se precisa o bien una hoja de cálculo o hacerlo a mano.

2.36. TIR

2.36.1. Definición

(Área de pymes, 2014) Lo define como: “Tasa de rendimiento en tanto por cien anual y acumulativo que provoca la inversión”.

Para aportar a la definición anterior se menciona que la tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

2.36.2. Operatividad

- Nos proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto anualizada y por tanto comparable.
- Tiene en cuenta la cronología de los distintos flujos de caja.

- Busca una tasa de rendimiento interno que iguale los flujos netos de caja con la inversión inicial.

2.37.3. Ventajas

- Tiene en cuenta el valor del dinero en cada momento.
- Nos ofrece una tasa de rendimiento fácilmente comprensible.
- Es muy flexible permitiendo introducir en el criterio cualquier variable que pueda afectar a la inversión, inflación, incertidumbre, fiscalidad, etc.

2.36.4. Desventajas

- Cuando el proyecto de inversión se de larga duración nos encontramos con que su cálculo se difícil de llevar a la práctica.
- Nos ofrece una tasa de rentabilidad igual para todo el proyecto por lo que nos podemos encontrar con que si bien el proyecto en principio es aceptado los cambios del mercado lo pueden desaconsejar.
- Al tratarse de la resolución de un polinomio con exponente n pueden aparecer soluciones que no tengan un sentido económico.

2.37. Punto de Equilibrio

(Rodrigo, 2010, pág. 345) Define: *“Como aquel nivel de producción que en un cierto periodo satisface la condición de igualdad entre los ingresos totales, o sea que permite que la utilidad contable durante el periodo en consideración sea nula”*

También se puede decir que es volumen mínimo de ventas que tienen que tener una empresa para comenzar a generar utilidad, es el punto en que la empresa no tiene ni pérdida ni ganancia.

2.38. Estados financieros

(García, 2013) Define: Los estados financieros, como el estado de resultados, el de variaciones en el capital contable o el de flujo de efectivo, nos proporcionan información sobre el resultado de la operación de una empresa por un periodo (normalmente de un año), siendo el más conocido el estado de resultados que nos muestra la utilidad o pérdida del periodo; por otro lado, el estado de posición financiera o balance general nos muestra la situación financiera a una fecha dada.

La combinación de todos los estados financieros sirve primariamente para evaluar el rendimiento de una empresa y su salud financiera; así fue durante mucho tiempo, cuando los grandes capitanes de la industria eran también los dueños de las mismas y querían saber cómo lo habían hecho (bien o mal), y lo sigue siendo para muchas empresas pequeñas y medianas.

Con el criterio antes mencionado se define a los estados financieros o estados contables como un registro formal de las actividades financieras de una empresa, persona o entidad.

2.39. Flujo de caja

(Martín López, 2015) Recursos generados por la empresa (flujos de entradas y salidas de caja) en un determinado período de tiempo, pudiendo estar asociados a un proyecto de inversión concreto o a la empresa en su conjunto.

Es el medio en donde se observara las entradas y salidas de una inversión y debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

2.40. Sistema de producción

Según (Quijano Ponce de León, 2009) Los sistemas de producción son los responsables de la producción de bienes y servicios de las organizaciones. Los administradores de operaciones toman decisiones que se relacionan con la función de operaciones y los sistemas de transformación que utilizan. De igual manera los sistemas de producción tienen la capacidad de involucrar las actividades diarias de adquisición y consumo de recursos. Estos son sistemas que manejan los gerentes de primera línea dada la importancia que tienen como factor de decisión empresarial. El análisis de este sistema permite conocer de una forma más efectiva las condiciones en que se encuentra la empresa con referencia en el sistema productivo.

Se entiende como un sistema de producción a la utilización de los recursos que se necesita para la producción de un bien o servicio, este es un instrumento muy necesario para los responsables de administrar la producción ya que gracias al sistema podrá producir el bien o servicio de una manera eficaz y eficiente, además este sistema le permitirá tomar decisiones de una manera acertada basándose en criterios técnicos.

2.40.1. Clasificación de sistemas de producción.

2.40.1.1 Sistema de producción continúa

(Chain, 2014) Este método de producción se utiliza para fabricar, producir, o procesar materiales sin interrupción, a través de un proceso de flujo continuo que permite mantener los materiales en continuo movimiento y, generalmente, funcionando las 24 horas al día, 7 días a la semana con alguna parada de mantenimiento aunque poco frecuentes. Sus principales características son:

- *El flujo de producción es ininterrumpido.*
- *Los productos están estandarizados.*
- *Toda la producción sigue unos estándares de calidad.*
- *Se produce con anticipación a la demanda.*
- *Los procedimientos de trabajo están prefijados.*

2.40.1.2 Sistema de producción intermitente o por lotes.

(Chain, 2014) Los procesos de transformación de este tipo se suceden a intervalos irregulares y sin continuidad de flujo. Los productos son fabricados en base a los pedidos del cliente y, por eso, los bienes se producen en pequeña escala. En este sistema, se producen grandes variedades de productos en los que tamaño, diseño y otras características intrínsecas al bien pueden variar, por lo que la flexibilidad es una de las principales características que las diferencian de los tipos de sistemas de producción continua.

Como se puede observar en las definiciones anteriores existen dos tipos de sistemas estos son: sistema de producción continua y sistema de producción intermitente o por lotes, pero en el que se centrará este proyecto será en el sistema de producción intermitente o también conocido por el nombre sistema de producción por lotes, ya que la empresa a estudiar realiza una producción por lotes.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado es uno de los factores más importantes para la realización de este proyecto, ya que se investigan y analizan factores relacionados directamente con la factibilidad y ejecución del mismo, por lo tanto se debe realizar este estudio con mucha responsabilidad, respeto y confidencialidad.

3.1 Introducción

Con la presente investigación se pretende analizar variables como la oferta, la demanda, la competencia, precios, preferencias, aceptación del producto, entre otros aspectos que presenten importancia en este estudio. Toda esta información será tratada y analizada con el fin de realizar un mejor análisis en cuanto a la elaboración de la propuesta de este proyecto.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita analizar el entorno en el cual está inmersa la empresa, lo cual ayudará a conocer si el proyecto que se está tratando es conveniente para la organización.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar la oferta que realiza la empresa y su proyección.
- Determinar la demanda de los clientes y su proyección.
- Identificar la demanda insatisfecha.

- Determinar gustos y preferencias de los clientes.
- Analizar la competencia.
- Analizar si el precio que maneja la empresa es competitivo.

3.3 Identificación del producto

El producto que oferta la empresa Marlon Sport a sus clientes son las medias tobilleras para mujer elaboradas a base de orlón, poliéster y látex. Fibras que brindan comodidad y confort para el uso de los consumidores y más que todo a un precio cómodo para el mercado.

3.4 Población.

La información que se requiere para este estudio será obtenida de los clientes de la empresa MARLON SPORT, ya que la idea de este proyecto es satisfacer la demanda insatisfecha que ellos tienen actualmente.

Cuadro N° 3.1. Población clientes.

CLIENTES DE LA EMPRESA MARLON SPORT.		
LUGAR	NOMBRE	CANTIDAD
QUITO	TIXITEXTILES	1
QUITO	FERNANDO ROJAS	1
IBARRA	EDGAR TOAPANTA	1
ATUNTAQUI	VIVICIO SÁNCHEZ	1
ATUNTAQUI	ÁNGEL PASTRANA	1

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

En vista de que el número de clientes de la empresa es una población pequeña se procederá a aplicar un censo en donde a cada uno de ellos se le administrará una encuesta, la cual permitirá analizar e interpretar los datos que arrojen dichas encuestas.

3.5 Aplicación y resultados de las encuestas realizadas

3.5.1 Tabulación y análisis de los datos

¿Considera que el producto que la empresa MARLON SPORT le ofrece, tiene gran acogida por sus clientes?

Cuadro N° 3.2 Aceptación del producto por la demanda.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N° 3.1. Aceptación del producto por la demanda.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Los resultados demuestran que existe una total conformidad de parte de los mayoristas, ya que a la hora de comercializar el producto es demandado con rapidez por parte de los consumidores, indicando así que el producto tiene una gran acogida y rápida distribución en el mercado.

Si la empresa aumentara su nivel de producción ¿Cuántas docenas mensuales incrementarían en sus pedidos?

Cuadro N^o 3.3 Incremento de la producción.

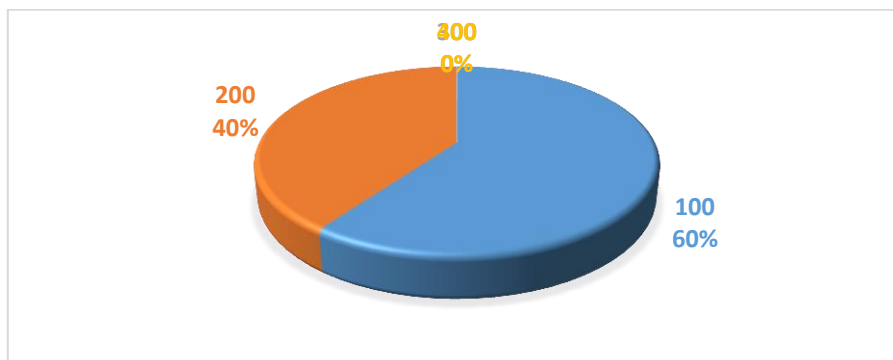
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100	3	60%
200	2	40%
300	0	0%
400	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.2. Incremento de la producción.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Aquí se puede evidenciar claramente que la cantidad total que aumentará en los pedidos de los consumidores si la empresa realizara una expansión es de 700 docenas, sumado el incremento de todos en sus pedidos mensuales y teniendo como base estos datos se puede realizar el análisis correspondiente en cuánto a lo que se necesita para poder cumplir esta meta.

¿Le gustaría que la empresa le ofreciera otro diseño de media?

Cuadro N^o 3.4. Diseño de Media.

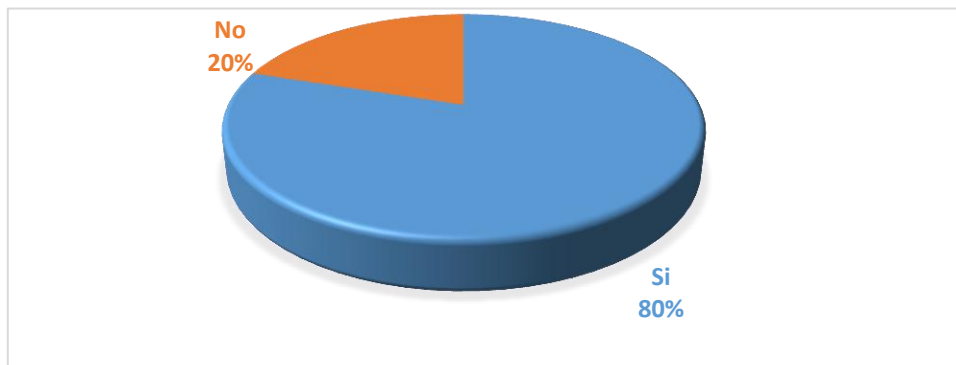
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	80%
No	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.3 Diseño de Media.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Se nota claramente que la mayoría de clientes además de requerir más volumen de producción de la media tobillera de mujer que se les entrega, incluso tienen la necesidad de otro tipo de media que se detallarán a continuación en la siguiente pregunta.

Si su respuesta fue si, ¿cuál o cuáles diseños requerirían?

Cuadro N^o 3.5. Requerimiento de diseños.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casual	1	20%
Tobillera de hombre	2	40%
Escolar	0	0%
De niños	1	20%
Canillera sport	0	0%
Ninguno	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

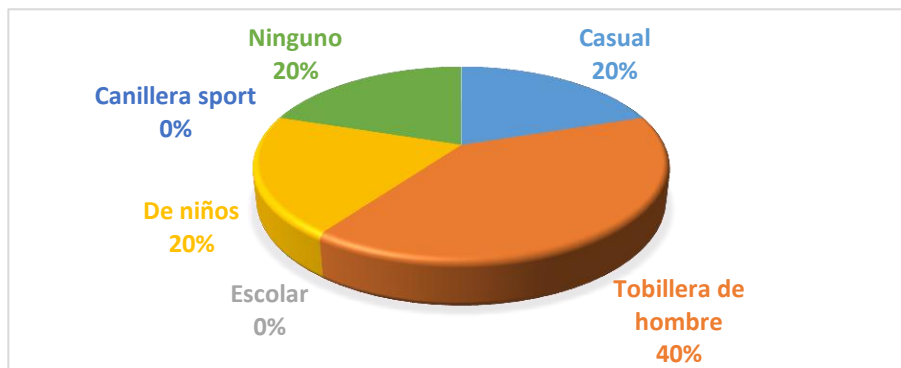


Gráfico N° 3.4. Requerimiento de diseños.

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Interpretando los datos que nos refleja ésta pregunta se puede notar que la media tobillera de hombre también tiene una gran solicitud en el mercado, vale recalcar que quienes conforman éste porcentaje de media casual son los dos clientes de la ciudad de Quito, siendo entonces solicitada la media deportiva de hombre para la ciudad de Ibarra, la media de niños para uno de los clientes de Atuntaqui y ningún pedido de otro tipo, por el otro cliente de la última ciudad mencionada.

¿Cuál es el precio promedio por docena que estaría dispuesto a pagar por dicho modelo?

Cuadro N^o 3.6. Precio promedio.

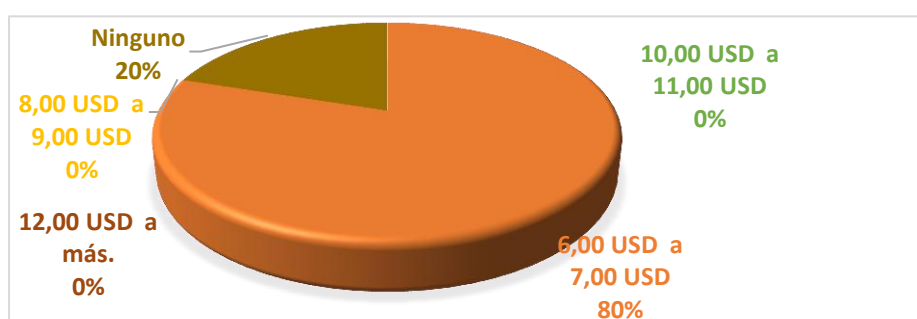
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6,00 USD a 7,00 USD	4	80%
8,00 USD a 9,00 USD	0	0%
10,00 USD a 11,00 USD	0	0%
12,00 USD a más.	0	0%
Ninguno	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.5. Precio promedio.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Todos los clientes que hicieron el pedido de otro tipo de medias promediaron el precio de venta de dichos tipos entre seis a siete dólares, este dato nos permite conocer el nivel de precios que manejan también otras empresas que posiblemente les llegan a ofrecer este tipo de producto que ellos solicitan, lo que demuestra que éste promedio de precios es el más apto en el momento en el que la empresa esté en la capacidad de brindarles otro tipo de producto adicional al que ya les está brindando.

¿Actualmente existe alguna empresa que le brinde un producto similar al que le entrega la empresa Marlon Sport?

Cuadro N^o 3.7. Competencia.

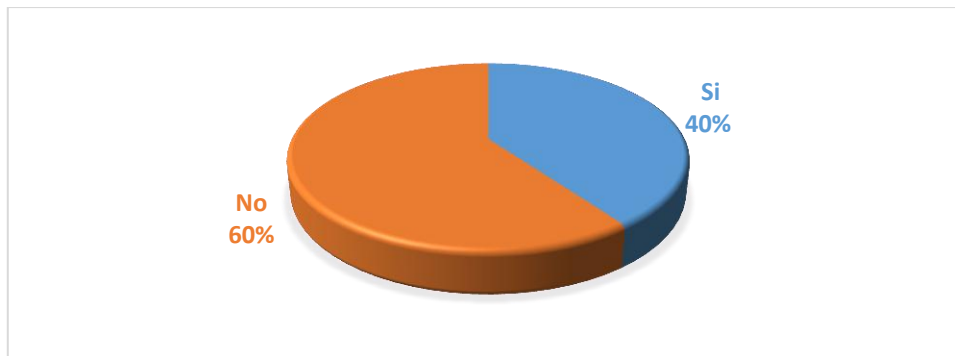
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	40%
No	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.6. Competencia.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

En lo relacionado a si existe otra empresa que brinde un producto similar al que ofrece la “Marlon Sport”, dos de los clientes supieron mencionar que sí, pero aclararon que le dan preferencia a “Marlon Sport” ya que los precios que manejan son más económicos que los que brinda la competencia.

¿Qué es lo que más le gusta del producto que le ofrece actualmente la empresa?

Cuadro N^o 3.8. Características del producto.

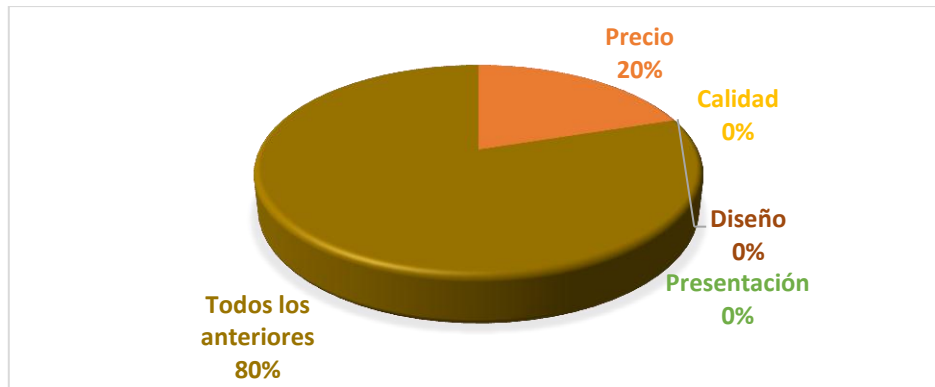
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	1	20%
Calidad	0	0%
Presentación	0	0%
Diseño	0	0%
Todos los anteriores	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.7. Características del producto.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

La mayoría de los clientes optaron por escoger la opción todas las anteriores dándonos a notar que tanto el precio como la calidad, presentación y diseño es lo que les gusta del producto y tan solo uno puso más énfasis en que el precio es lo que hace que el prefiera dicho producto, reflejando esto entonces una vez más que es una de las principales fortalezas con la que cuenta la empresa.

¿Sugiere algún mejoramiento en cuanto al producto que le ofrece la empresa “MARLON SPORT” actualmente? Si su respuesta es sí indique cual.

Cuadro N^o 3. Modificación para el producto.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	SUGERENCIA
Si	1	20%	Más diseños.
No	4	80%	
TOTAL	5	100%	

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

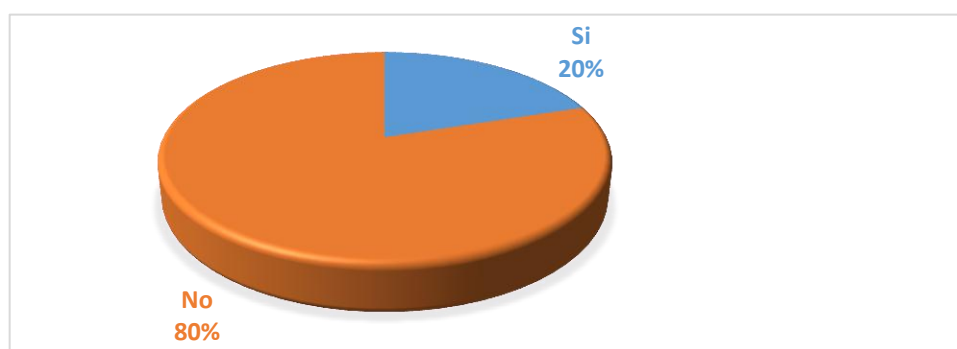


Gráfico N^o 3.8. Modificación para el producto.

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

En cantidad superior se muestran los clientes que están satisfechos en cuanto a las características del producto que la empresa les entrega, a excepción de uno que sugiere se añadan un poco más de diseños al producto demandado.

Los pedidos que usted realiza son:

Cuadro N^o 3.10. Pedido de los producto.

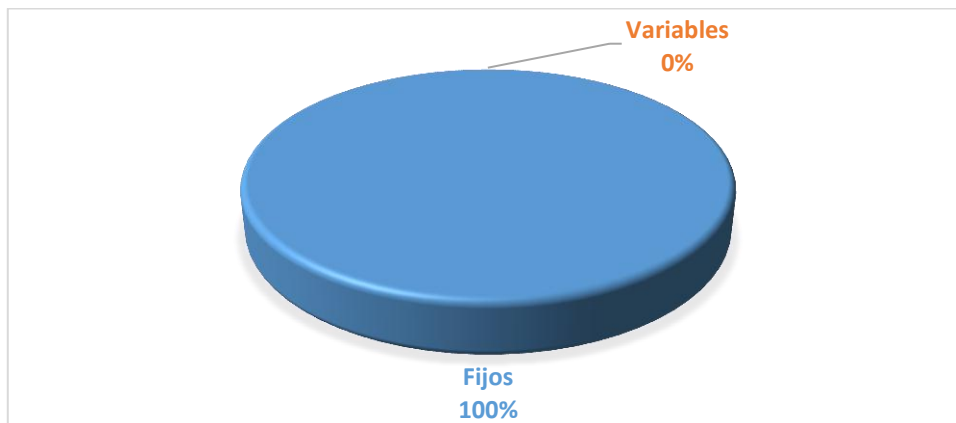
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAGE
Fijos	5	100%
Variables	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gráfico N^o 3.9. Pedido de los producto.



Fuente: Clientes de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Análisis:

Todos los clientes manifestaron que sus pedidos son fijos ya que ellos almacenan el producto en sus bodegas y a lo largo del mes el producto es vendido y distribuido a los minoristas los cuales son sus clientes.

3.6 Establecimiento e identificación del mercado meta

El mercado meta al cual está enfocada la empresa Marlon Sport es a sus clientes actuales los cuales son dos clientes de Quito, dos de Atuntaqui y un cliente de la ciudad de Ibarra, quienes en el mercado son reconocidos como mayoristas. Lo fundamental para la empresa en este momento es llegar a satisfacer su demanda totalmente ya que en la actualidad no se logra cumplir con los requerimientos exigidos.

3.7 Análisis de la demanda

La demanda actual de la empresa Marlon Sport está conformada por clientes que se detallan a continuación:

Cuadro N^o 3.11. Cantidades entregadas actualmente.

<i>LUGAR</i>	<i>N°</i>	<i>NOMBRE</i>	<i>RUC</i>	<i>CANTIDAD DOCENAS ENTREGADAS ACTUALMENTE</i>	<i>CANTIDAD REQUERIDA SEGÚN ENCUESTA</i>	<i>CANTIDAD DOCENAS ANUALES</i>
QUITO	1	TIXITEXTILES	1792275172001	400	600	7200
QUITO	1	FERNANDO ROJAS	1707814008001	400	600	7200
IBARRA	1	EDGAR TOAPANTA	1001766037001	150	250	3000
ATUNTAQUI	1	VIVICIO SÁNCHEZ	1001602802001	150	250	3000
ATUNTAQUI	1	ÁNGEL PASTRANA	1004822795001	100	200	2400
TOTAL	5			1200	1900	22800

Fuente: Propietario de la empresa.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

3.7.1 Proyección de la demanda

Para la realización de esta proyección se tomará en cuenta la tasa de crecimiento de las mujeres del país entre 15 años en adelante; tomando como referencia los datos del

INEC, los cuales indican que Ecuador tiene una tasa de crecimiento poblacional entre mujeres de 15 años en adelante es de 1,37% según la última información del año 2014.

Cuadro N^o 3.12. Proyección de la demanda en docenas.

Ciudad	N ^o	Tasa de crecimiento	AÑO 2016 año 0	AÑO 2017 año 1	AÑO 2018 año 2	AÑO 2019 año 3	AÑO 2020 año 4	AÑO 2021 año 5
Quito	1	1,37%	4800	7200	7299	7399	7500	7603
Quito	1	1,37%	4800	7200	7299	7399	7500	7603
Atuntaqui	1	1,37%	1200	3000	3041	3083	3125	3168
Atuntaqui	1	1,37%	1800	3000	3041	3083	3125	3168
Ibarra	1	1,37%	1800	2400	2433	2466	2500	2534
TOTAL	5		14400	22800	23112	23429	23750	24075

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

La empresa en el año cero que es el año 2016 entrega solamente 14400 docenas anuales, pero el requerimiento real de los clientes es de 22800 docenas anuales, donde la diferencia significa la demanda insatisfecha que existe, las cantidades respectivamente son proyectadas con el crecimiento poblacional.

3.8 Análisis de la oferta.

La propuesta para cumplir con el requerimiento real de los clientes actuales, se detalla a continuación con los tiempos y el uso adecuado de la maquinaria.

Cuadro N^o 3.13. Maquinaria necesaria.

PROPUESTA PARA LA UTILIZACIÓN DE LA MAQUINARIA			
	DOCENAS EN UNA HORA	DOCENAS 22 HORAS DIA	DOCENAS 30 DIAS MES
MAQUINA 1	1,5	33	990
MAQUINA 2	1,5	33	990
TOTAL	3	66	1980

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Para la producción de las 1900 docenas mensuales que es el requerimiento real de los clientes, se requiere elevar las horas máquina a 22 horas diarias y solamente utilizando dos máquinas. Esto nos dará un resultado final de 1980 docenas mensuales, donde quedarían 80 docenas en exceso, en las cuales se sigue considerando un promedio de una docena con falla diaria dando un total al mes de 22 docenas con falla (promedio) y teniendo la diferencia de 58 docenas que se quedarían en productos en proceso.

Los tiempos que se necesitan para las otras actividades de producción se detallan a continuación:

Cuadro N^o 3.14. Virado para coser.

VIRADO PARA COSER				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 90 DOCENAS DIARIAS(minutos)
OPERARIO	0,06	1,44	42	129,60

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo para el virado para coser de las 90 docenas equivale a 2 horas con 10 minutos.

Cuadro N^o 3.15. Cosido.

COSIDO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 90 DOCENAS DIARIAS(minutos)
COSEDORA	0,05	1,2	50	108,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo para coser las 90 docenas diarias es de 2 horas con 48 minutos.

Cuadro N^o 3.16. Urlado.

URLADO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 90 DOCENAS DIARIAS(minutos)
URLADORA	0,07	1,68	36	151,20

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo para urlar las 90 docenas diarias es de 2 horas con 31 minutos.

Cuadro N^o 3.17. Cortado de hilos y virado para planchado.

CORTADO DE HILOS Y VIRADO PARA PLANCHADO				
RESPONSABLE	TIEMPO EN 1 MEDIA(segundos)	TIEMPO EN 1 DOCENA(minutos)	DOCENAS EN 1 HORA	TIEMPO 90 DOCENAS DIARIAS (minutos)
VIRADORAS	0,03	0,72	83	64,80

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El tiempo para el cortado de hilos y virado para el planchado equivale a 1 hora con 4 minutos.

Para realizar las 90 docenas diarias también se incluyen las respectivas pausas activas que son de 10 minutos para el cosido de bloques promedio de 20 docenas, situación que sucede tanto en el cosido como en el urlado.

Cuadro N^o 3.17.1 Pausas Activas.

COSIDO		URLADO	
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
20 docenas	10 minutos	20 docenas	10 minutos
10 docenas	5 minutos	10 docenas	5 minutos
90 docenas	45 minutos	90 docenas	45 minutos

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

3.8.1 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la población de mujeres de 15 años en adelante que es de 1,37% según datos del INEC, de igual forma que en la proyección de la demanda, ya que la oferta de la empresa es directamente proporcional a los pedidos que le realizan sus clientes siendo el principal factor para la variación de sus pedidos el crecimiento poblacional.

Cuadro N^o 3.18. Oferta

OFERTA	
AÑOS	OFERTA
2016	14400
2017	22800
2018	23112
2019	23429
2020	23750
2021	24075

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

3.9 Demanda insatisfecha

Cuadro N^o 3.19. Demanda Insatisfecha.

ANÁLISIS ENTRE OFERTA Y DEMANDA			
Años	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha
0	14400	22800	-8400
1	22800	22800	0
2	23112	23112	0
3	23429	23429	0
4	23750	23750	0
5	24075	24075	0

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Para determinar la demanda insatisfecha se ha tomado en cuenta la proyección de la oferta y la proyección de la demanda, existiendo entonces solamente una demanda insatisfecha en el año cero ya que al momento de implementar el proyecto en el siguiente año (año uno) se llega a satisfacer totalmente el requerimiento de los clientes y para los años posteriores se incrementa la oferta en relación directa a la demanda. Conforme va incrementando la demanda se incrementarán los tiempos en las horas máquina.

3.10 Demanda por captar.

En el caso de la empresa Marlon Sport se pretende captar el 100% de la demanda insatisfecha con el fin de obtener la satisfacción máxima de los clientes actuales, pero adicional a esto también se propone captar nuevos clientes quienes se sumen a demandar la totalidad de la producción de la empresa, utilizando al máximo su capacidad productiva.

Propuesta para explotar la capacidad máxima.

Es importante mencionar que al realizar el diagnóstico de la empresa se encontró que la maquinaria con la que cuenta la misma, es capaz de producir (1.205) docenas mensuales adicionales a las 1900 docenas que actualmente requiere el mercado al cual está focalizado es por eso que se propone que la institución amplíe su mercado para que pueda explotar en su totalidad toda la capacidad de la maquinaria instalada y consecuentemente aumenten sus ingresos.

- **Tiempos en las actividades y uso de la maquinaria para explotar la capacidad máxima de la empresa:**

Cuadro 3.18 Capacidad máxima.

	CAPACIDAD MÁXIMA DE LA MAQUINARIA DE TEJIDO		
	DOCENAS EN UNA HORA	DOCENAS 23 HORAS DIA	DOCENAS 30 DIAS MES
MAQUINA 1	1,5	34,5	1035
MAQUINA 2	1,5	34,5	1035
MAQUINA 3	1,5	34,5	1035
TOTAL	4,5	103,5	3105

TIEMPOS M. O. PARA LA CAPACIDAD MAXIMA DE PRODUCCIÓN		
VIRADO PARA COSER		
1,44 minutos ----- 1 docena.		
X ----- 103,5 docenas.		
X= 2 horas 29 minutos		
COSIDO		
1,2 minutos ----- 1 docena.		
X ----- 103,5 docenas.		
X= 2 horas 4 minutos		
+		
2 horas 56 minutos		
PAUSAS ACTIVAS		
45 minutos ----- 90 docenas.		
X ----- 103,5 docenas.		
X= 52 minutos		
URLADO		
1,68 minutos ----- 1 docena.		
X ----- 103,5 docenas.		
X= 2 horas 53 minutos		
+		
3 horas 45 minutos		

CANTIDAD REQUERIMIENTO CLIENTES	CAPACIDAD MÁXIMA DE PRODUCCIÓN
1900 DOCENAS	3105 DOCENAS
DIFERENCIA	1205 DOCENAS

DISPONIBLES

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

A través de la entrevista realizada al propietario, se conoció que las plazas de interés para el mismo son Ambato y Guayaquil ya que son ciudades donde se conoce que existe una gran acogida de productos textiles.

Se propone realizar un estudio de mercado dirigido a clientes mayoristas que existen en aquellas ciudades, la encuesta que se realizaría se la presenta en el anexo F.

Esta encuesta le permitirá a la empresa considerar aspectos como la aceptación del producto en mercado, el precio que está dispuesto a pagar, la probabilidad de que se realicen los pedidos por parte de los clientes, la competencia, las características que le llama la atención a los clientes y otros aspectos importantes a la hora de introducirse en el mercado.

3.11 Análisis y proyección de precios.

Para la realización de la proyección de los precios se ha tomado en cuenta los datos del INEC el cual muestra que la inflación del año 2015 ha tenido un porcentaje de 3,38%.

Cuadro N° 3.20. Análisis y proyección de precios.

PROYECCIÓN DE PRECIOS							
DETALLE	INFLACIÓN 2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Media tobillera deportiva para mujer docena.	3,38%	\$ 3,70	\$ 3,83	\$ 3,95	\$ 4,09	\$ 4,23	\$ 4,37

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

3.12 Estrategias de mercado.

Plaza.

La plaza comercial a la que se seguirá enfocando la empresa es a sus dos clientes de Quito, a sus dos clientes de Atuntaqui y al cliente de Ibarra, siendo la principal meta el cumplimiento total de sus órdenes de producción y de antemano una constante evolución de la empresa.

Producto.

El producto que se seguirá manteniendo como única oferta será la media tobillera de mujer, conservando indudablemente sus principales cualidades que son: la buena calidad, excelente presentación y tomando en cuenta una de las sugerencias que mencionó uno de los clientes en la encuesta que se realizó, se procurará implementar más diseños en el producto.

Precio.

Utilizar precios competitivos en el mercado que sean beneficiosos tanto para la empresa como para sus clientes que actúan como mayoristas, es una de las estrategias que se mantendrá vigente, con el fin de permitir una rápida circulación del producto en el mercado.

Promoción.

La forma en la cual se da a conocer actualmente el producto en el mercado es a través de su empaque en el cual contienen fajas de papel donde se indica el nombre de la empresa, la dirección donde está ubicada y las propiedades o características del producto.

Para el caso de aplicar descuentos con el objetivo de brindar promociones a los clientes, no se aplicaría puesto que ya se manejan precios económicos y no se puede brindar o utilizar ese tipo de estrategias de mercado.

3.13 Conclusiones

Se logró determinar mediante la encuesta a los clientes, las cantidades reales que la empresa necesita producir para lograr una satisfacción total de los mismos.

Se llegó a conocer que el producto que oferta la empresa tiene una pronta distribución en el mercado y es por lo que los clientes de la empresa que son mayoristas exigen más cantidad de productos en relación a la cantidad que están recibiendo actualmente.

Se determinó el tiempo adecuado para lograr elaborar los pedidos completos para cada uno de sus clientes.

Se resaltaron las estrategias de mercado que la empresa utiliza para poder dar a conocer su producto y que este tenga acogida por sus clientes.

Sería conveniente que se amplié el mercado ya que la capacidad instalada de maquinaria puede producir docenas adicionales a las que actualmente demanda su mercado actual.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se determinarán varios aspectos técnicos como son la localización, el tamaño del proyecto, la ingeniería del proyecto, sus procesos productivos, entre otros, lo cual permitirá establecer inversiones fijas y variables para la ejecución del mismo.

A demás se presentarán propuestas para mejorar la situación actual de la empresa enfocándose en la aplicación de algunas técnicas de Lean Manufacturing con miras a la mejora del proceso que se está utilizando.

4.1 Localización del proyecto.

En la localización del proyecto se representará tanto la macrolocalización como la microlocalización del proyecto, recalcando que no se realizó un estudio de alternativas de localización ya que la empresa Marlon Sport ya cuenta con un lugar de domicilio en donde realiza sus procesos productivos.

4.1.1 Macro localización.

La empresa “Marlon Sport” se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, Parroquia Natabuela.

4.2 Propuestas de mejora

4.2.1 Demanda Insatisfecha

Se pudo evidenciar a través del estudio de mercado que la empresa en la actualidad deja una demanda insatisfecha de 700 docenas mensuales en total, lo cual justifica que con un adecuado sistema de producción que le permita tener una mejora continua, más espacio físico que le permita realizar de mejor manera sus actividades, la materia prima necesaria, los tiempos adecuados establecidos tanto para la maquinaria y el talento humano, se logrará cumplir con el objetivo principal que actualmente tiene la empresa que es satisfacer la demanda exigida por los clientes.

4.2.2 Tecnología

En cuanto a la tecnología se seguirá seguir utilizando la que actualmente tiene la empresa pero se le añadirá más horas de trabajo a las máquinas con el fin de que se incremente el nivel de producción.

Es bueno dar a conocer que la maquinaria que utiliza la empresa es antigua a comparación de la tecnología actual, es por eso que en un futuro luego de lograr satisfacer a los clientes actuales y de explotar la capacidad máxima se sugiere innovar en el aspecto tecnológico con el fin de que la empresa sea más competitiva en el mercado y se le pueda abrir más oportunidades en el mismo.

4.2.3 Mantenimiento

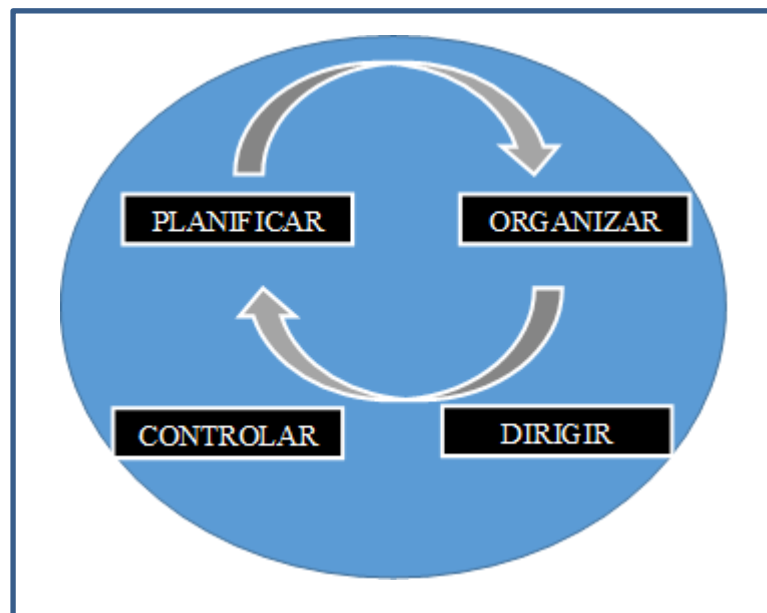
El mantenimiento que se da a la maquinaria es preventivo y correctivo ya que se ejecutan tareas diariamente para evitar daños en el transcurso del proceso productivo pero es

necesario mencionar que a pesar de dicho mantenimiento existen daños que no se pueden evitar y que no se sabe con seguridad cuando van a ocurrir ahí es cuando se aplica un mantenimiento correctivo.

Para mejorar el tema de mantenimiento se propone utilizar la técnica **TPM- Mantenimiento Productivo Total**, esta técnica buscará maximizar la eficiencia global del equipo, suministrar un sistema de mantenimiento según el ciclo de vida del equipo, Involucrar a los departamentos en el plan, diseño, uso y mantenimiento del equipo.

Cabe recalcar que para la aplicación de esta herramienta se debe realizar las siguientes fases:

Cuadro 4.1 Fases



Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Fase 1.- Preparación: La gerencia deberá comprometerse para implementar esta técnica, además debe motivar y concientizar a que al momento de poner en marcha esta propuesta se tenga ciertas interrupciones.

Fase 2.- Introducción: Se deberá comunicar a cada trabajador la importancia de implementar esta idea con el fin de crear conciencia y motivación en cada uno de ellos.

Fase 3.- Implementación: Para tener un mantenimiento preventivo se recomienda que se realicen las siguientes actividades.

Cuadro 4.2 Tareas para el mantenimiento preventivo

Paso	Actividades
Limpieza inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar anomalías • Inspección y corrección básica por parte del operario. • Tener cuidado a la hora de la aplicación de lubricantes siendo el tipo correcto y la cantidad adecuada.
Eliminación de fuentes de contaminación	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar las fuentes de mugre o suciedades de la máquina • Mejorar puntos críticos de limpieza e inspección.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Es importante aclarar que cuando ocurre un daño a pesar de tener un mantenimiento preventivo, se procede a realizar un mantenimiento correctivo.

Fase 4.- Control.- El control se realizara a través de una ficha técnica que le podrá observar en el anexo G que se deberá llenar al terminar de ejecutar cada actividad, esta ficha será revisada diariamente por el responsable de la producción.

4.2.4. Planificación de la producción

Esta planificación será establecida en fichas que le permitirán al responsable de producción saber cuántas unidades debe producir y serán controladas a través de unas fichas que se pueden ver en los anexos H y I, lo que permite tener un mayor control en el proceso productivo.

4.2.5 Talento Humano

La empresa actualmente trabaja con el propietario y su familia (cuatro trabajadores internos) los cuales realizan las funciones del control de calidad del producto, virado, cosido, cortado de hilos, urlado y la entrega del producto, contando además con los acabados del proceso productivo que es el planchado y empacado lo cual es realizado por las trabajadoras externas (tres trabajadoras). Con la determinación de tiempos es importante mencionar que es recomendable incorporar al grupo de trabajo a una obrera que se dedique netamente a las funciones de coser y urlar, para que la obrera responsable actualmente de dichas funciones, se dedique a realizar las funciones del operario (virador) las cuales eran realizadas por el propietario de la empresa y por ende que el propietario de la empresa realice las funciones relacionadas a los aspectos administrativos y de distribución del producto, permitiendo así que no se generen inconvenientes o contratiempos.

4.2.6 Fuente de Materia Prima

Existe la facilidad para la adquisición de la materia prima para la producción de este tipo de medias por parte de su proveedor, debido a la cercanía que tiene a la ciudad de Otavalo lugar de donde actualmente se adquiere la materia prima y además le ofrecen financiamiento para realizar los pagos de 30 hasta 60 días.

4.2.7 Espacio Físico

El espacio físico donde se encuentra ubicada actualmente el área de producción de la empresa tiene una dimensión de 5 metros de ancho por 5 metros de largo, vale recalcar que la infraestructura cuenta con una sola planta donde también se encuentra la vivienda del propietario y su familia. Se llegó a determinar que la alternativa con la que dispone el propietario para la ampliación del edificio es construir una segunda planta, espacio que será utilizado para la adecuación de cada una de las áreas de trabajo.

4.3 Ingeniería del proyecto

La distribución física adecuada de las instalaciones divide al área de producción en diferentes espacios que tendrán secuencia e interacción entre las diferentes actividades que se realizan en el proceso productivo, con el fin de tener coordinación obteniendo un adecuado desenvolvimiento.

4.3.1 Planta de producción

La planta se distribuirá en las siguientes áreas:

- Área de producción.
- Área de bodega.

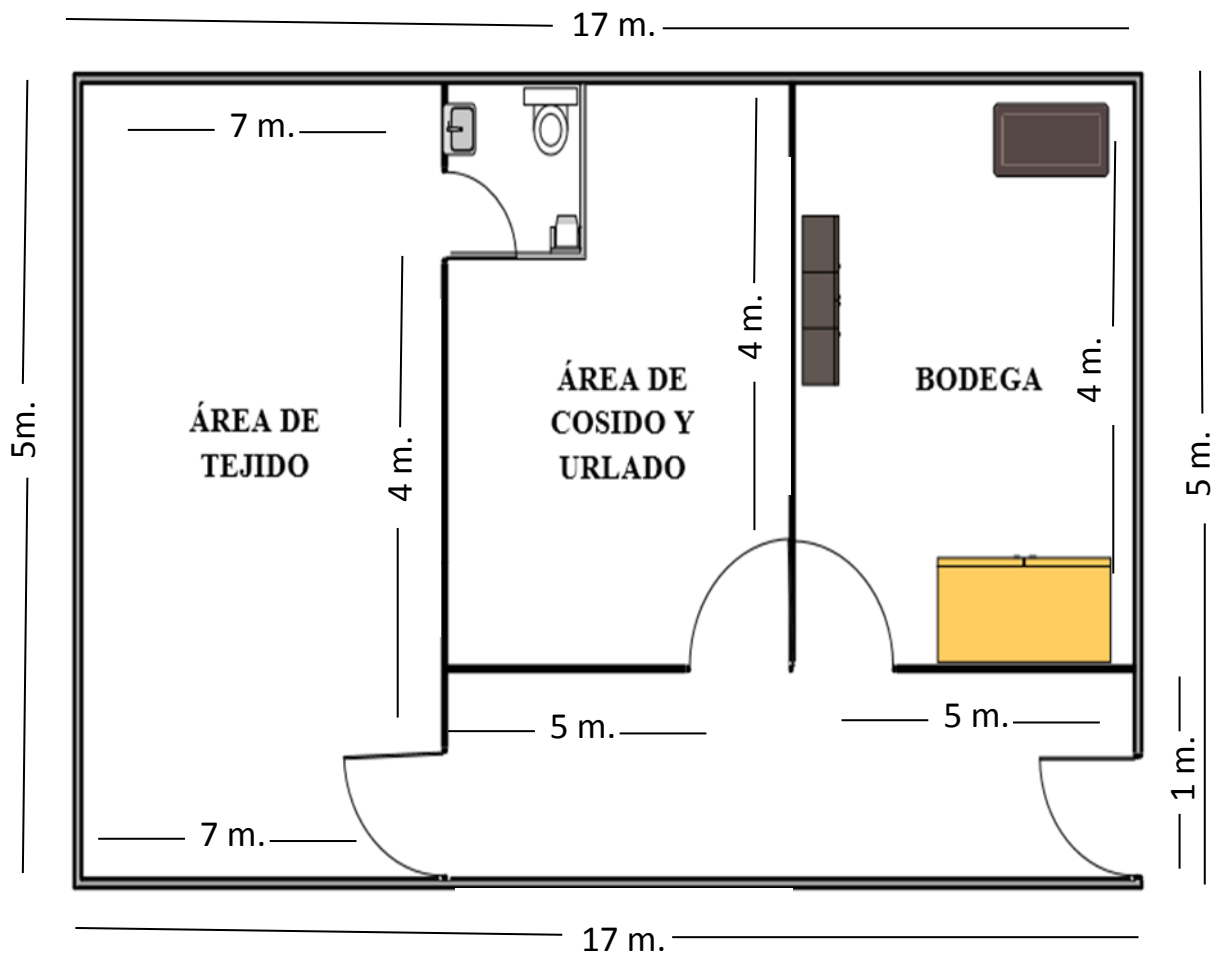
Como se ha mencionado anteriormente la distribución a los clientes actuales de la ciudad de Quito, se la realiza la entrega de los productos de bodega a bodega es decir, el producto sale de la fábrica y se lo entrega en la bodega de los clientes, resaltando que a los

clientes de la ciudad de Atuntaqui e Ibarra se les solicita que retiren su producto de las instalaciones de la empresa; siendo este el método de distribución que la entidad utiliza.

4.3.4 Diseño y construcción de las instalaciones de la planta.

Con la ayuda de un profesional de la construcción (PABLO SUÁREZ) se logró determinar que al contar con la construcción de la segunda planta el edificio será adecuado y distribuido de la siguiente manera:

Ilustración N°4.3. Planta de producción.



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

4.4 Inversión requerida.

Este punto es de primordial importancia puesto que se necesita crear un presupuesto sobre cuánto se requiere del recurso económico para lograr ejecutar la ampliación de la empresa tanto en infraestructura, en talento humano y en materia prima necesaria para el incremento de producción siendo éste el caso, ver en el capítulo V.

4.4.1 Infraestructura

El presupuesto para la creación de la segunda planta se lo realizó con la ayuda de un profesional (PABLO SUÁREZ), quien señala que con los detalles que ha mencionado el propietario de la empresa adecuar la infraestructura tendría un valor de \$ 13.500 dólares, los cuales están detallados en el Anexo J.

4.4.2 Materia prima.

Lógicamente al aumentar la producción se incrementa de igual manera la adquisición de materia prima y refiriéndose al aspecto monetario el valor tanto para las 1900 docenas como para la capacidad máxima de producción se detalla a continuación

Cuadro N° 4.4 Materia Prima 1900 docenas.

Materia Prima Directa	Peso docena en kg	Precio kg	Total	COSTO MENSUAL 1900 doc.
Poliéster 70%	0,154	\$ 5,00	\$ 0,77	\$ 1.463,00
Orlón 25%	0,055	\$ 8,00	\$ 0,44	\$ 836,00
Elástico 5%	0,011	\$ 10,00	\$ 0,11	\$ 209,00
TOTAL	0,220		\$ 1,32	\$ 2.508,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N° 4.5 Materia Prima capacidad máxima 3105 docenas

Materia Prima Directa	Peso docena en kg	Precio kg	Total	COSTO MENSUAL 3105 doc.
Poliéster 70%	0,154	\$ 5,00	\$ 0,77	\$ 2.390,85
Orlón 25%	0,055	\$ 8,00	\$ 0,44	\$ 1.366,20
Elástico 5%	0,011	\$ 10,00	\$ 0,11	\$ 341,55
TOTAL	0,220		\$ 1,32	\$ 4.098,60

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El porcentaje que se muestra en cada materia prima, es la cantidad que interviene cada material para constituir el peso de la docena representado en kg. Siendo el peso total de la docena 0,220 Kg. Entonces el peso de cada MP se lo multiplica por el valor real del Kg entero y posteriormente el valor resultante de esa operación es multiplicado por las 1900 y por las 3105 docenas que se van a producir al mes.

4.5 Proceso de transformación.

A continuación se presenta el proceso productivo de la empresa “Marlon Sport”.

- Selección y compra de materia prima (poliéster, orlón, látex)
- Almacenamiento de materia prima.
- Selección del material necesario para el inicio la confección
- Tejido de medias
- Control de Calidad
- Virado
- Cocido de puntas

- Urlado
- Planchado
- Empacado
- Almacenamiento en bodega
- Comercialización del producto terminado

4.5.1 Simbología del flujograma de procesos

La simbología que se utilizara para la elaboración del flujograma será la siguiente:

Ilustración N° 4.4. Simbología Flujogramas.









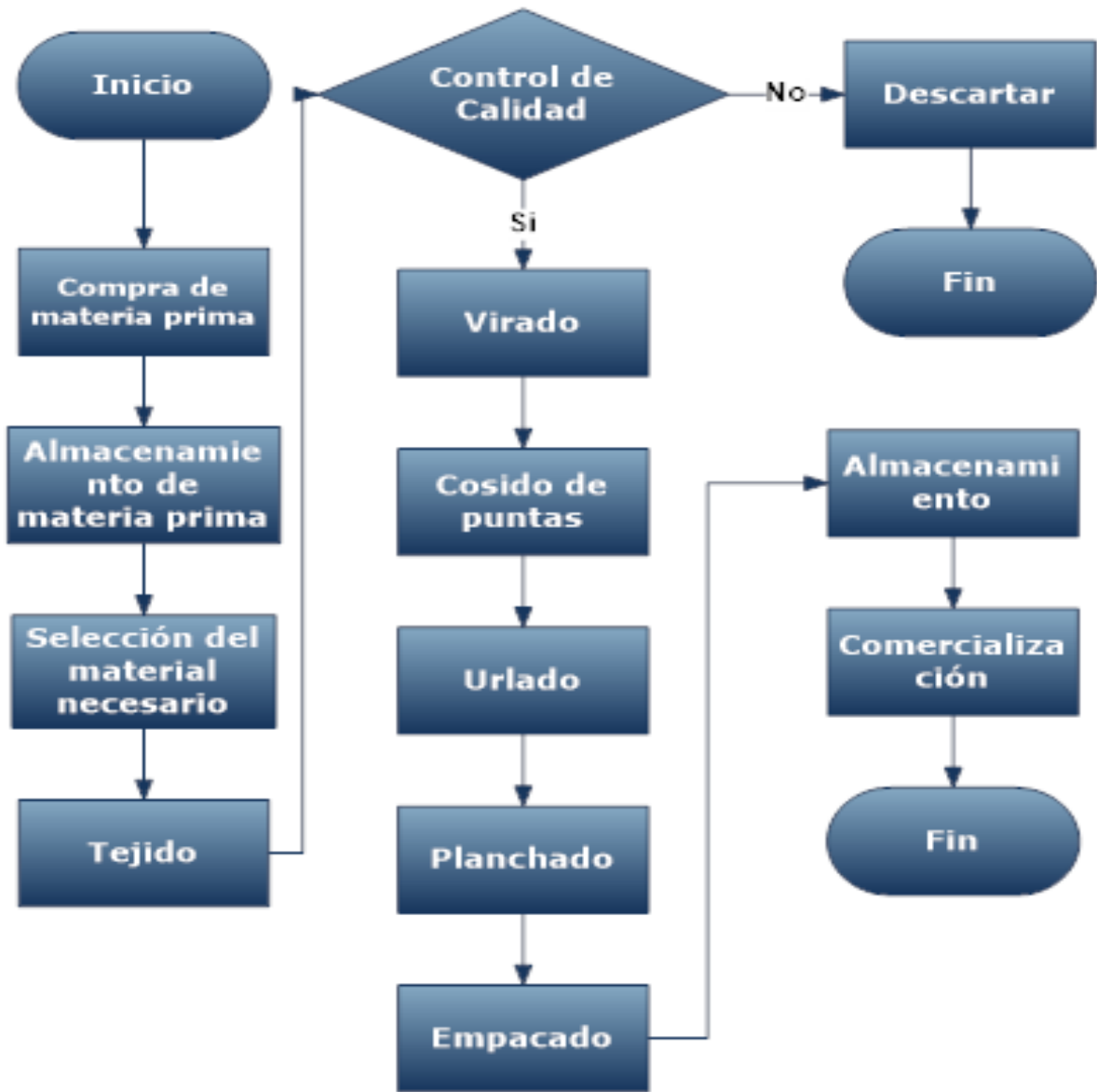
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
Archivo 	Archivo temporal o definitivo de algún documento.
Documento 	Documento generado o requerido por el procedimiento. Cuando existen copias, se pueden representar y enumerar asignando al original, indistintamente, la letra "O" o el número "1", y al duplicado y demás copias la numeración correlativa.
Terminal 	Identifica el inicio y el fin de un procedimiento, según la palabra que se utilice dentro del óvalo.
Actividad 	Representa una actividad, la cual se describe brevemente dentro del rectángulo.
Conector 	Indica continuidad de una acción con otra dentro de una misma página.
Líneas de Flujo 	Conectan elementos del procedimiento e indican la secuencia a seguir.
Conector de Página 	Conecta una actividad con otra de una página diferente. Opcionalmente se puede colocar el número de la página a la que se conecta.
Decisión 	Señala un punto en el proceso en el que hay que tomar una decisión. A partir de allí, el procedimiento puede tomar dos (2) vías, y la selección de una de ellas depende de la respuesta a la pregunta que se describe dentro del rombo.

Ilustración N° 4.5. Simbología.

Gráfico N° 4.1. Flujograma del proceso de transformación



Fuente: Empresa Marlon Sport.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

Como propuesta se establece que para mejorar en tiempos dentro de la empresa se suspenderá la actividad virado para planchar, ya que este trabajo lo realizarán las trabajadoras externas quienes supieron manifestar a través de una entrevista que este cambio no afectaría en su rendimiento.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se mostrará una evaluación económica de la empresa, la cual estará representada en estados financieros, los cuales nos permitirán medir la rentabilidad del proyecto a través de la aplicación de diferentes herramientas como el VAN, la TIR, flujo de caja proyectado, entre otros, los cuales sustentarán la factibilidad del proyecto y los criterios de decisión de inversión.

5.1. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial es un informe financiero el cual refleja la situación económica de la empresa, se enfoca en indicar como está conformado el patrimonio tomando en cuenta los activos y pasivos de la organización.

La empresa “Marlon Sport” tiene como estado de situación inicial las siguientes cantidades:

Cuadro N^o 5.1. Estado de situación inicial propuesto.

EMPRESA "MARLON SPORT"		
Estado de Situación Inicial Propuesto		
ACTIVOS CORRIENTES		
Caja-Bancos	5000	
TOTAL CORRIENTE		5000
FIJO		
Edificio e Instalaciones	12000	
Vehiculo	8500	
Maquinaria y Equipo	16400	
Inventarios Materia Prima	2508	
TOTAL FIJO		39408
TOTAL ACTIVOS		44408
PASIVOS		
Préstamo Bancario (inversión financiada)	20000,00	
TOTAL PASIVOS		20000,00
PATRIMONIO		
Capital Social	24408,00	
TOTAL PATRIMONIO		24408,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		44408

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Este es el balance de situación inicial donde ya se encuentra incluida la inversión financiada, además se cambia la cuenta existencias materia prima por inventarios materia prima ya que se propone el manejo de un Kardex con el método PEPS.

- El formato quedará de la siguiente manera:

Cuadro N^o 5.2. Kardex.

Control de Existencias en el Inventario

Producto		Cantidad necesaria para 1900 docenas						Método				
Poliéster								PEPS				
#	FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		CONCEPTO	FRA NO.	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	TOTAL
1		compras		292,3	\$ 5,00	\$ 1.461,50				292,30	\$ 5,00	\$ 1.461,50
2												
3												
4												
5												
		Costos				\$ 1.461,50			\$ -			

Producto		Cantidad necesaria para 1900 docenas						Método				
Orlón								PEPS				
#	FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		CONCEPTO	FRA NO.	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	TOTAL
1		compras		104,51	\$ 8,00	\$ 836,08				104,51	\$ 8,00	\$ 836,08
2												
3												
4												
5												
		Costos				\$ 836,08			\$ -			

Producto		Cantidad necesaria para 1900 docenas						Método				
Elástico								PEPS				
#	FECHA	DETALLE		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		CONCEPTO	FRA NO.	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	CANTIDAD EN Kg.	VR. UNITARIO	TOTAL
1		compras		20,9	\$ 10,00	\$ 209,00				20,90	\$ 10,00	\$ 209,00
2												
3												
4												
5												
		Costos				\$ 209,00			\$ -			

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.3. Proyección de Ingresos

Los ingresos son un factor de gran relevancia en el ámbito financiero de una empresa, es por eso que esta proyección se realiza tomando en cuenta la cantidad de productos que los clientes requieren y se proyectará para cinco años.

Cuadro N^o 5.3. Proyección de ingresos.

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS						
DESCRIPCIÓN	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Cantidad entregada actualmente.	14400	22800	23112	23429	23750	24075
Precio venta.	\$ 3,70	\$ 3,83	\$ 3,95	\$ 4,09	\$ 4,23	\$ 4,37
TOTAL INGRESOS	\$ 53.280,00	\$ 87.211,37	91394,29	95777,84	100371,64	105185,77

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.4 Identificación de egresos.

Se procede a proyectar los egresos tomando en cuenta los tres elementos del costo de producción los cuales son: Materia Prima, Mano de Obra y Gastos Generales de Fabricación. Para la proyección de la mano de obra; se propone asegurar a los trabajadores internos con el sueldo básico y lógicamente otorgarles los beneficios de ley correspondientes y también que no se calcule en el costo de producción como anteriormente lo venían haciendo si no especificándolo de mejor manera como más adelante se indica. Además se consultó con las trabajadoras externas a través de una entrevista sí podrían realizar el virado de las medias ellas mismas para el posterior planchado y supieron mencionar que no sería problema y no afectaría significativamente su rendimiento para el acabado del proceso productivo eliminando entonces esas actividades para las trabajadoras internas de la empresa, quedando simplemente al interior de la entidad las actividades de operario de maquinaria, virado para coser, cosido, urlado, almacenamiento y distribución.

5.5 Proyección de egresos

Cuadro N^o 5.4. Proyección costo MPD.

MATERIA PRIMA									
Materia Prima Directa	Peso docena en kg	Precio kg	Total	2016 AÑO 0 (Total *Q)	2017 AÑO 1 (Total *Q)	2018 AÑO 2 (Total *Q)	2019 AÑO 3 (Total *Q)	2020 AÑO 4 (Total *Q)	2021 AÑO 5 (Total *Q)
Poliéster 70%	0,154	\$ 5,00	\$ 0,77	\$ 11.088,00	\$ 17.556,00	\$ 17.796,52	\$ 18.040,33	\$ 18.287,48	\$ 18.538,02
Orlón 25%	0,055	\$ 8,00	\$ 0,44	\$ 6.336,00	\$ 10.032,00	\$ 10.169,44	\$ 10.308,76	\$ 10.449,99	\$ 10.593,15
Elástico 5%	0,011	\$ 10,00	\$ 0,11	\$ 1.584,00	\$ 2.508,00	\$ 2.542,36	\$ 2.577,19	\$ 2.612,50	\$ 2.648,29
TOTAL	0,220		\$ 1,32	\$ 19.008,00	\$ 30.096,00	\$ 30.508,32	\$ 30.926,28	\$ 31.349,97	\$ 31.779,46

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N^o 5.5. Proyección Mano de obra directa.

MANO DE OBRA						
Actividad	Costo en docena	2017 AÑO 1	2018 AÑO 2	2019 AÑO 3	2020 AÑO 4	2021 AÑO 5
Planchado y empacado	\$ 0,18	\$ 4.104,00	\$ 4.160,22	\$ 4.217,22	\$ 4.275,00	\$ 4.333,56
Urladora y Cosedora	\$ 0,26	\$ 6.021,59	\$ 6.104,09	\$ 6.187,71	\$ 6.272,49	\$ 6.358,42
Operario virador	\$ 0,26	\$ 6.021,59	\$ 6.104,08	\$ 6.187,71	\$ 6.272,48	\$ 6.358,42
TOTAL	\$ 0,71	\$ 16.147,18	\$ 16.368,40	\$ 16.592,64	\$ 16.819,96	\$ 17.050,40

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N^o 5.6. Beneficios del trabajador

Cargo	Salario año 2017	Salario año 2018	Salario año 2019	Salario año 2020	Salario año 2021
Urladora y Cosedora	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
TOTAL MENSUAL	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
TOTAL ANUAL	\$ 4.528,08	\$ 4.681,13	\$ 4.839,35	\$ 5.002,92	\$ 5.172,02

DESCRIPCIÓN	Salario año 2017	Salario año 2018	Salario año 2019	Salario año 2020	Salario año 2021
Salarios	\$ 4.528,08	\$ 4.681,13	\$ 4.839,35	\$ 5.002,92	\$ 5.172,02
Aporte Patronal	\$ 550,16	\$ 568,76	\$ 587,98	\$ 607,85	\$ 628,40
Decimo Tercero	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
Decimo Cuarto	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
Vacaciones	\$ 188,67	\$ 195,05	\$ 201,64	\$ 208,46	\$ 215,50
fondos de reserva		\$ 389,94	\$ 403,12	\$ 416,74	\$ 430,83
total anual	\$ 6.021,59	\$ 6.615,06	\$ 6.838,65	\$ 7.069,79	\$ 7.308,75
total mensual	\$ 501,80	\$ 551,25	\$ 569,89	\$ 589,15	\$ 609,06
costo en 1900 docenas	\$ 0,26	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,32

Cargo	Salario año 2017	Salario año 2018	Salario año 2019	Salario año 2020	Salario año 2021
Operario virador	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
TOTAL MENSUAL	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
TOTAL ANUAL	\$ 4.528,08	\$ 4.681,13	\$ 4.839,35	\$ 5.002,92	\$ 5.172,02

DESCRIPCIÓN	Salario año 2017	Salario año 2018	Salario año 2019	Salario año 2020	Salario año 2021
Salarios	\$ 4.528,08	\$ 4.681,13	\$ 4.839,35	\$ 5.002,92	\$ 5.172,02
Aporte Patronal	\$ 550,16	\$ 568,76	\$ 587,98	\$ 607,85	\$ 628,40
Decimo Tercero	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
Decimo Cuarto	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00
Vacaciones	\$ 188,67	\$ 195,05	\$ 201,64	\$ 208,46	\$ 215,50
fondos de reserva		\$ 389,94	\$ 403,12	\$ 416,74	\$ 430,83
total anual	\$ 6.021,59	\$ 6.615,06	\$ 6.838,65	\$ 7.069,79	\$ 7.308,75
total mensual	\$ 501,80	\$ 551,25	\$ 569,89	\$ 589,15	\$ 609,06
costo en 1900 docenas	\$ 0,26	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,32

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N° 5.7. Proyección sueldo básico unificado.

	multiplicados x 3,38% inflacion				
PROYECCIÓN	Salario base año 2017	Salario base año 2018	Salario base año 2019	Salario base año 2020	Salario base año 2021
\$ 365,00	\$ 377,34	\$ 390,09	\$ 403,28	\$ 416,91	\$ 431,00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Cuadro N° 5.8. Gastos generales de fabricación.

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN						
DETALLE	Costo en docena	2017 AÑO 1	2018 AÑO 2	2019 AÑO 3	2020 AÑO 4	2021 AÑO 5
AGUJAS	\$ 0,01	\$ 144,00	\$ 145,97	\$ 147,97	\$ 150,00	\$ 152,05
SINKERS	\$ 0,003	\$ 60,00	\$ 60,82	\$ 61,66	\$ 62,50	\$ 63,36
LUZ	\$ 0,06	\$ 1.292,28	\$ 1.309,98	\$ 1.327,93	\$ 1.346,12	\$ 1.364,57
FUNDAS CELOFAN	\$ 0,01	\$ 319,20	\$ 323,57	\$ 328,01	\$ 332,50	\$ 337,05
PLASTIFECHAS	\$ 0,01	\$ 136,80	\$ 138,67	\$ 140,57	\$ 142,50	\$ 144,45
FUNDAS GRANDES	\$ 0,01	\$ 150,00	\$ 152,06	\$ 154,14	\$ 156,25	\$ 158,39
FAJAS	\$ 0,04	\$ 866,40	\$ 878,27	\$ 890,30	\$ 902,50	\$ 914,86
TOTAL	\$ 0,13	\$ 2.968,68	\$ 3.009,35	\$ 3.050,58	\$ 3.092,37	\$ 3.134,74

5.7 Costo de Producción actualizado.

Cuadro N° 5.9. Costo de producción actualizado.

COSTO DE PRODUCCIÓN DOCENA	
M.P.D	\$ 1,32
M.O.	\$ 0,71
G.G.F.	\$ 0,13
TOTAL	\$ 2,16

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.7.1 Estado de costos de producción.

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTA			
MENSUAL			
MPD	\$	2.508,00	1900 * \$ 1,32
MO	\$	1.345,60	1900 * \$ 0,71
GGF	\$	247,39	1900 * \$ 0,13
GASTO VENTAS	\$	63,33	1900 * \$ 0,03
COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	\$	4.100,99	1900 \$ 2,16
(+) INVENTARIO INICIAL	\$	-	
(=) ARTICULOS DIDPONIBLES PARA LA VENTA	\$	4.100,99	
(-) INVENTARIO FINAL	\$	140,30	65 * \$ 2,16
(=) ESTADO DE COSTOS DE PROD. Y VENTA	\$	3.960,69	

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Gasto Ventas.

- **Transporte:** En transporte se toma en cuenta el combustible y los peajes al momento que se procede a entregar los pedidos en la ciudad de Quito y al momento en que se adquiere la materia prima en la ciudad de Otavalo, promediando un valor de \$ 40 dólares mensuales, valor que dividido para las 1200 docenas que se producen actualmente cada mes, da un valor de \$ 0,03 centavos en docena.

GASTO VENTAS							
TRANSPORTE	\$	0,03	\$ 760,00	\$ 770,41	\$ 780,97	\$ 791,67	\$ 802,51
TOTAL EGRESOS	\$	2,16	\$ 49.211,86	\$ 49.886,06	\$ 50.569,50	\$ 56.724,80	\$ 57.501,93

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.8 Depreciaciones

Cuadro N^o 5.10. Depreciaciones.

ACTIVO	VALOR	%	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
EDIFICIO	25500	5%	1275	1275	1275	1275	1275
VEHICULO	8500	20%	1700	1700	1700	1700	1700
MAQUINARIA Y EQUIPO	16400	10%	1640	1640	1640	1640	1640
TOTAL	TOTAL		4615	4615	4615	4615	4615

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.9 Amortización del préstamo

Cuadro N^o 5.11. Amortización del préstamo BANCO NACIONAL DE FOMENTO.

Programación de la amortización de préstamo

Especificar valores	
Importe del préstamo	20.000,00 \$
Tasa de interés anual	11,83 %
Plazo del préstamo en años	5
Número de pagos al año	12
Fecha inicial del préstamo	05/01/2017
Pagos adicionales opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	443,17 \$
Número de pagos programado	60
Número de pagos real	60
Total de pagos anticipados	0
Interés total	6.590,36 \$

Nombre de entidad de

Nº Pago	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Interés	Saldo final	Interés acumulativo
1	05/02/2017	20.000,00 \$	443,17 \$	443,17 \$	246,01 \$	197,17 \$	19.753,99 \$	197,17 \$
2	05/03/2017	19.753,99 \$	443,17 \$	443,17 \$	248,43 \$	194,74 \$	19.505,56 \$	391,91 \$
3	05/04/2017	19.505,56 \$	443,17 \$	443,17 \$	250,88 \$	192,29 \$	19.254,68 \$	584,20 \$
4	05/05/2017	19.254,68 \$	443,17 \$	443,17 \$	253,35 \$	189,82 \$	19.001,33 \$	774,02 \$
5	05/06/2017	19.001,33 \$	443,17 \$	443,17 \$	255,85 \$	187,32 \$	18.745,48 \$	961,34 \$
6	05/07/2017	18.745,48 \$	443,17 \$	443,17 \$	258,37 \$	184,80 \$	18.487,10 \$	1.146,14 \$
7	05/08/2017	18.487,10 \$	443,17 \$	443,17 \$	260,92 \$	182,25 \$	18.226,18 \$	1.328,39 \$
8	05/09/2017	18.226,18 \$	443,17 \$	443,17 \$	263,49 \$	179,68 \$	17.962,69 \$	1.508,07 \$
9	05/10/2017	17.962,69 \$	443,17 \$	443,17 \$	266,09 \$	177,08 \$	17.696,60 \$	1.685,15 \$
10	05/11/2017	17.696,60 \$	443,17 \$	443,17 \$	268,71 \$	174,46 \$	17.427,89 \$	1.859,61 \$
11	05/12/2017	17.427,89 \$	443,17 \$	443,17 \$	271,36 \$	171,81 \$	17.156,52 \$	2.031,42 \$
12	05/01/2018	17.156,52 \$	443,17 \$	443,17 \$	274,04 \$	169,13 \$	16.882,48 \$	2.200,56 \$
13	05/02/2018	16.882,48 \$	443,17 \$	443,17 \$	276,74 \$	166,43 \$	16.605,75 \$	2.366,99 \$
14	05/03/2018	16.605,75 \$	443,17 \$	443,17 \$	279,47 \$	163,70 \$	16.326,28 \$	2.530,70 \$
15	05/04/2018	16.326,28 \$	443,17 \$	443,17 \$	282,22 \$	160,95 \$	16.044,05 \$	2.691,65 \$
16	05/05/2018	16.044,05 \$	443,17 \$	443,17 \$	285,01 \$	158,17 \$	15.759,05 \$	2.849,81 \$
17	05/06/2018	15.759,05 \$	443,17 \$	443,17 \$	287,81 \$	155,36 \$	15.471,23 \$	3.005,17 \$
18	05/07/2018	15.471,23 \$	443,17 \$	443,17 \$	290,65 \$	152,52 \$	15.180,58 \$	3.157,69 \$
19	05/08/2018	15.180,58 \$	443,17 \$	443,17 \$	293,52 \$	149,66 \$	14.887,07 \$	3.307,35 \$
20	05/09/2018	14.887,07 \$	443,17 \$	443,17 \$	296,41 \$	146,76 \$	14.590,65 \$	3.454,11 \$
21	05/10/2018	14.590,65 \$	443,17 \$	443,17 \$	299,33 \$	143,84 \$	14.291,32 \$	3.597,95 \$
22	05/11/2018	14.291,32 \$	443,17 \$	443,17 \$	302,28 \$	140,89 \$	13.989,04 \$	3.738,84 \$
23	05/12/2018	13.989,04 \$	443,17 \$	443,17 \$	305,26 \$	137,91 \$	13.683,77 \$	3.876,75 \$
24	05/01/2019	13.683,77 \$	443,17 \$	443,17 \$	308,27 \$	134,90 \$	13.375,50 \$	4.011,64 \$
25	05/02/2019	13.375,50 \$	443,17 \$	443,17 \$	311,31 \$	131,86 \$	13.064,19 \$	4.143,50 \$
26	05/03/2019	13.064,19 \$	443,17 \$	443,17 \$	314,38 \$	128,79 \$	12.749,81 \$	4.272,30 \$
27	05/04/2019	12.749,81 \$	443,17 \$	443,17 \$	317,48 \$	125,69 \$	12.432,32 \$	4.397,99 \$
28	05/05/2019	12.432,32 \$	443,17 \$	443,17 \$	320,61 \$	122,56 \$	12.111,71 \$	4.520,55 \$
29	05/06/2019	12.111,71 \$	443,17 \$	443,17 \$	323,77 \$	119,40 \$	11.787,94 \$	4.639,95 \$
30	05/07/2019	11.787,94 \$	443,17 \$	443,17 \$	326,96 \$	116,21 \$	11.460,98 \$	4.756,16 \$
31	05/08/2019	11.460,98 \$	443,17 \$	443,17 \$	330,19 \$	112,99 \$	11.130,79 \$	4.869,15 \$
32	05/09/2019	11.130,79 \$	443,17 \$	443,17 \$	333,44 \$	109,73 \$	10.797,35 \$	4.978,88 \$
33	05/10/2019	10.797,35 \$	443,17 \$	443,17 \$	336,73 \$	106,44 \$	10.460,62 \$	5.085,32 \$
34	05/11/2019	10.460,62 \$	443,17 \$	443,17 \$	340,05 \$	103,12 \$	10.120,57 \$	5.188,45 \$
35	05/12/2019	10.120,57 \$	443,17 \$	443,17 \$	343,40 \$	99,77 \$	9.777,17 \$	5.288,22 \$
36	05/01/2020	9.777,17 \$	443,17 \$	443,17 \$	346,79 \$	96,39 \$	9.430,39 \$	5.384,60 \$
37	05/02/2020	9.430,39 \$	443,17 \$	443,17 \$	350,20 \$	92,97 \$	9.080,18 \$	5.477,57 \$
38	05/03/2020	9.080,18 \$	443,17 \$	443,17 \$	353,66 \$	89,52 \$	8.726,52 \$	5.567,09 \$
39	05/04/2020	8.726,52 \$	443,17 \$	443,17 \$	357,14 \$	86,03 \$	8.369,38 \$	5.653,12 \$
40	05/05/2020	8.369,38 \$	443,17 \$	443,17 \$	360,66 \$	82,51 \$	8.008,72 \$	5.735,63 \$
41	05/06/2020	8.008,72 \$	443,17 \$	443,17 \$	364,22 \$	78,95 \$	7.644,50 \$	5.814,58 \$
42	05/07/2020	7.644,50 \$	443,17 \$	443,17 \$	367,81 \$	75,36 \$	7.276,68 \$	5.889,94 \$
43	05/08/2020	7.276,68 \$	443,17 \$	443,17 \$	371,44 \$	71,74 \$	6.905,25 \$	5.961,68 \$
44	05/09/2020	6.905,25 \$	443,17 \$	443,17 \$	375,10 \$	68,07 \$	6.530,15 \$	6.029,75 \$
45	05/10/2020	6.530,15 \$	443,17 \$	443,17 \$	378,80 \$	64,38 \$	6.151,35 \$	6.094,13 \$
46	05/11/2020	6.151,35 \$	443,17 \$	443,17 \$	382,53 \$	60,64 \$	5.768,82 \$	6.154,77 \$
47	05/12/2020	5.768,82 \$	443,17 \$	443,17 \$	386,30 \$	56,87 \$	5.382,52 \$	6.211,64 \$
48	05/01/2021	5.382,52 \$	443,17 \$	443,17 \$	390,11 \$	53,06 \$	4.992,41 \$	6.264,70 \$
49	05/02/2021	4.992,41 \$	443,17 \$	443,17 \$	393,96 \$	49,22 \$	4.598,46 \$	6.313,92 \$
50	05/03/2021	4.598,46 \$	443,17 \$	443,17 \$	397,84 \$	45,33 \$	4.200,62 \$	6.359,25 \$
51	05/04/2021	4.200,62 \$	443,17 \$	443,17 \$	401,76 \$	41,41 \$	3.798,85 \$	6.400,66 \$
52	05/05/2021	3.798,85 \$	443,17 \$	443,17 \$	405,72 \$	37,45 \$	3.393,13 \$	6.438,11 \$
53	05/06/2021	3.393,13 \$	443,17 \$	443,17 \$	409,72 \$	33,45 \$	2.983,41 \$	6.471,56 \$
54	05/07/2021	2.983,41 \$	443,17 \$	443,17 \$	413,76 \$	29,41 \$	2.569,65 \$	6.500,98 \$
55	05/08/2021	2.569,65 \$	443,17 \$	443,17 \$	417,84 \$	25,33 \$	2.151,81 \$	6.526,31 \$
56	05/09/2021	2.151,81 \$	443,17 \$	443,17 \$	421,96 \$	21,21 \$	1.729,85 \$	6.547,52 \$
57	05/10/2021	1.729,85 \$	443,17 \$	443,17 \$	426,12 \$	17,05 \$	1.303,73 \$	6.564,57 \$
58	05/11/2021	1.303,73 \$	443,17 \$	443,17 \$	430,32 \$	12,85 \$	873,41 \$	6.577,43 \$
59	05/12/2021	873,41 \$	443,17 \$	443,17 \$	434,56 \$	8,61 \$	438,85 \$	6.586,04 \$
60	05/01/2022	438,85 \$	443,17 \$	438,85 \$	434,52 \$	4,33 \$	- \$	6.590,36 \$

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El préstamo será solicitado al Banco Nacional de Fomento el cual para este tipo de proyectos trabaja con una tasa de interés del 11.83% anual.

5.10 Estado de resultados proyectados

Cuadro N° 5.12. Estado de resultados proyectados.

ESTADO DE RESULTADOS					
Rubros / Años	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ingresos	\$ 87.211,37	\$ 91.394,29	\$ 95.777,84	\$ 100.371,64	\$ 105.185,77
(-) COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	\$ 30.096,00	\$ 30.508,32	\$ 30.926,28	\$ 31.349,97	\$ 31.779,46
Mano de Obra Directa	\$ 16.147,18	\$ 16.368,40	\$ 16.592,64	\$ 16.819,96	\$ 17.050,40
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.968,68	\$ 3.009,35	\$ 3.050,58	\$ 3.092,37	\$ 3.134,74
SUBTOTAL	\$ 49.211,86	\$ 49.886,06	\$ 50.569,50	\$ 51.262,30	\$ 51.964,60
(=)UTILIDAD BRUTA	\$ 37.999,51	\$ 41.508,23	\$ 45.208,34	\$ 49.109,34	\$ 53.221,17
(-) OTROS GASTOS					
Gastos administrativos	-	-	-	-	-
Gasto de ventas	\$ 760,00	\$ 770,41	\$ 780,97	\$ 791,67	\$ 802,51
Gastos financieros.	\$ 2.031,42	\$ 1.845,32	\$ 1.411,47	\$ 923,42	\$ 378,72
Gastos Depreciación	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00
TOTAL EGRESOS	\$ 6.731,42	\$ 6.555,73	\$ 6.132,44	\$ 5.655,09	\$ 5.121,24
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 31.268,08	\$ 34.952,49	\$ 39.075,90	\$ 43.454,25	\$ 48.099,94
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 4.690,21	\$ 5.242,87	\$ 5.861,39	\$ 6.518,14	\$ 7.214,99
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	\$ 26.577,87	\$ 29.709,62	\$ 33.214,52	\$ 36.936,11	\$ 40.884,95
(-) Impuesto a la Renta 15%	\$ 3.986,68	\$ 4.456,44	\$ 4.982,18	\$ 5.540,42	\$ 6.132,74
(=) Superávit o Déficit	\$ 22.591,19	\$ 25.253,18	\$ 28.232,34	\$ 31.395,69	\$ 34.752,20

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.11 Flujo de caja proyectado

Cuadro N^o 5.13. Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA						
DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	-44408,00					
Utilidad operacional	\$	31.268,08	\$ 34.952,49	\$ 39.075,90	\$ 43.454,25	\$ 48.099,94
(+) Depreciaciones	\$	3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00	\$ 3.940,00
(-) Compra de Activos						
(-) Pago préstamo		-2031,42	-1845,32	-1411,47	-923,42	-378,72
(-) 15% participación trabajadores	\$	(4.690,21)	\$ (5.242,87)	\$ (5.861,39)	\$ (6.518,14)	\$ (7.214,99)
(-) Impuesto a la renta	\$	(3.986,68)	\$ (4.456,44)	\$ (4.982,18)	\$ (5.540,42)	\$ (6.132,74)
FLUJO NETO						
TOTAL	-44408	\$ 24.499,77	\$ 27.347,85	\$ 30.760,87	\$ 34.412,27	\$ 38.313,48

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.12 Evaluación Financiera

5.12.1 Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

Cuadro N^o 5.13. Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCION	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	24408,00	54,96	6,00	329,78
INVERSIÓN FINANCIADA	20000	45,04	11,83	532,79
TOTAL	44408,00	100%		862,57
Costo de oportunidad				8,6257
				8,6257%

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$			
TRM=	$(1+0,0338)(1+0,086557)-1$		0,1230	12,30

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.12.2 Valor Actual Neto (VAN)

Cuadro N^o 5.14. VAN.

Años	Flujo Netos	Tasa de redescuento (12,30%)	Flujos Netos Actualizados
0	\$ (44.408,00)		
2017	\$ 24.499,77	1,1230	\$ 21.816,90
2018	\$ 27.347,85	1,2611	\$ 21.686,30
2019	\$ 30.760,87	1,4161	\$ 21.721,60
2020	\$ 34.412,27	1,5903	\$ 21.639,02
2021	\$ 38.313,48	1,7858	\$ 21.453,94
ΣFNA			\$ 108.317,75

$CK= 12,30\%$

$VAN=\Sigma FNA - INVERSIÓN$

$VAN=$ **\$ 56.911,26**

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

El VAN= 56911,26 nos demuestra que el proyecto es factible ya que su valor es mayor a cero.

5.12.3 Cálculo de la Tasa Interna De Retorno (TIR)

Cuadro N^o 5.15. TIR.

AÑO	FLIJOS DE EFECTIVO	INVERSION INICIAL
0		\$ (44.408,00)
2017	\$ 24.499,77	
2018	\$ 27.347,85	
2019	\$ 30.760,87	
2020	\$ 34.412,27	
2021	\$ 38.313,48	
TIR		56,88%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

La tasa interna de retorno es de 56,88% el cual es mayor que el costo de oportunidad, lo cual certifica la viabilidad del proyecto.

5.12.4 Periodo recuperación

Cuadro N^o 5.16. Periodo recuperación.

Año		Flujos de efectivo	Flujos acumulados
1	2017	\$ 24.499,77	
2	2018	\$ 27.347,85	\$ 51.847,62
3	2019	\$ 30.760,87	\$ 82.608,49
4	2020	\$ 34.412,27	\$ 117.020,76
5	2021	\$ 38.313,48	\$ 155.334,24

2 años, 8 meses, 23 días.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

El tiempo de recuperación de la inversión inicial es menor a los cinco años que se ha estimado el proyecto por lo que es una razón más para poder decir que el proyecto es factible.

5.12.5 Relación ingresos y egresos

Cuadro N^o 5.17. Relación ingresos y egresos.

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de redescuento (12,30%)	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
2017	\$ 87.211,37	\$ 49.211,86	1,122972001	\$ 77.661,21	\$ 43.822,87
2018	\$ 91.394,29	\$ 49.886,06	1,261066115	\$ 72.473,83	\$ 39.558,64
2019	\$ 95.777,84	\$ 50.569,50	1,416141939	\$ 67.632,94	\$ 35.709,35
2020	\$ 100.371,64	\$ 51.262,30	1,590287747	\$ 63.115,40	\$ 32.234,61
2021	\$ 105.185,77	\$ 51.964,60	1,785848613	\$ 58.899,60	\$ 29.097,99
∑ Ingresos y Egresos actualizados				\$ 339.782,98	\$ 180.423,46

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	=	$\frac{339.782,98}{180.423,46}$	=	1,88
-----------------	---	--	---	---------------------------------	---	------

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

El valor 1,88 resultante de la relación entre ingresos y egresos nos demuestra que por cada dólar invertido hay un ingreso de un dólar con ochenta y ocho centavos ($1 < 1,88$), o en otras palabras que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,88 ctvs.

5.12.6 Relación costo beneficio

Cuadro N^o 5.18. Relación costo beneficio.

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	\$ (44.408,00)	
2017		21816,90
2018		21686,30
2019		21721,60
2020		21639,02
2021		21453,94
∑Flujos netos actualizados		108317,75

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión}}$	=	2,44
		$\frac{108.317,75}{44.408,00}$		

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

El valor 2,44 resultante de la relación entre sumatoria de flujos netos actualizados y la inversión inicial nos demuestra que por cada dólar invertido hay un ingreso de un dólar con cuarenta y ocho centavos ($1 < 2,44$), o en otras palabras que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de USD 2,44.

5.12.7 Punto de equilibrio

Cuadro N^o 5.19. Punto de equilibrio.

RUBROS/AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	\$ 87.211,37	\$ 91.394,29	\$ 95.777,84	\$ 100.371,64	\$ 105.185,77
COSTOS	\$ 49.211,86	\$ 49.886,06	\$ 50.569,50	\$ 51.262,30	\$ 51.964,60
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 37.999,51	\$ 41.508,23	\$ 45.208,34	\$ 49.109,34	\$ 53.221,17
PUNTO DE EQUILIBRIO uid.	\$ 9.934,36	\$ 10.496,86	\$ 11.058,78	\$ 11.620,27	\$ 12.181,48
PE unidades * PV unitario.					
	9934,36	*	3,83		
PE\$	\$ 37.999,51				

PUNTO DE EQUILIBRIO			
PEu =	$\frac{\text{Punto de equilibrio en \$}}{\text{Precio de venta unitario}}$	=	$\frac{37999,51}{3,83}$ 9.934,36 UNIDADES

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

5.12.8 Resumen de Indicadores

Cuadro N^o 5.20. Resumen de indicadores.

INDICADOR	RESULTADO
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 56.911,26
CK (Costo Capital)	8,63%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	56,88%
Relación Ingresos Egresos	1,88
COSTO - BENEFICIO	2,44
PR (Período de recuperación)	2 años, 8 meses, 23 días.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La estructura organizacional de la empresa “Marlon Sport” servirá para determinar y establecer aspectos estratégicos, como manual de funciones, misión, visión y objetivos, lo q servirá para obtener un mejor proceso administrativo en la organización.

6.1 Aspectos estratégicos

6.1.1 Nombre de la empresa

El nombre que lleva la empresa es Marlon Sport y hace referencia al nombre del hijo del propietario.

6.1.2 Logotipo de la empresa



Fuente: Empresa Marlon Sport.
Año: 2016

6.2. Tipo de empresa

Nivel: Microempresa

Sector: Manufacturero.

Actividad: Producción y comercialización de medias deportivas tobilleras para mujer.

Tipo: Unipersonal.

Marlon Sport es una microempresa ya que el personal con el que cuenta no supera los diez trabajadores, además se encuentra en el sector manufacturero o secundario ya que utiliza materia prima la cual es transformada en producto terminado, y por último la empresa es de tipo unipersonal ya que cuenta con un solo propietario el cual es el único responsable de las situaciones que se puedan presentar en la empresa.

6.3. Base Filosófica.

6.3.1. Misión

“Marlon Sport” es una empresa que se dedica a producir y comercializar calcetines con un atractivo diseño y excelente acabado, enfocándose siempre en cumplir con las expectativas y necesidades por parte de sus clientes dando además un servicio personalizado, basándose en principios como respeto, calidad e innovación.

6.3.2. Visión

En cinco años la empresa “Marlon Sport” será aún más reconocida en el mercado por los excelentes diseños de calcetines y demás características de sus productos, además seguirá logrando satisfacer las necesidades de sus clientes, procurando siempre expandir sus plazas comerciales con el fin de captar un mayor mercado para seguir creciendo.

6.3.3. Objetivos

6.3.3.1. General

Ofrecer a los clientes productos que satisfagan sus necesidades sin dejar de lado la calidad, brindando precios cómodos que le permitan a la organización ser competitiva en el mercado.

6.3.3.2. Específicos

- Tener una estructura sólida con funciones y responsabilidades definidas.
- Realizar una administración enfocándose en la planificación, organización, dirección y control.
- Ofertar al mercado productos innovadores.
- Crecer cada vez más en el mercado logrando tener un mejor posicionamiento.

6.4. Políticas

Las políticas que se establecerán en la organización son:

6.4.1. Prioridad al cliente

El cliente es la razón de ser de la empresa es por eso que se tomarán todas las medidas necesarias para satisfacer todos sus requerimientos y exigencias al momento de elaborar los productos.

6.4.2. Entrega de pedidos a tiempo

Los pedidos tendrán su respectivo tiempo de anticipación de aviso, con el fin de que le permita a la empresa cumplir con la fecha de entrega en el tiempo establecido.

6.4.3. Políticas de cobro

La política de cobro que maneja la empresa se seguirá manteniendo y esta consiste en que los clientes de Ibarra, Atuntaqui y un cliente de Quito cancelan en el momento que retiran los productos, mientras que con el otro cliente de Quito cuando recibe las cantidades requeridas, cancela la mercadería que fue entregada en el anterior pedido y este pago se realiza en dinero en efectivo.

6.5. Valores Corporativos

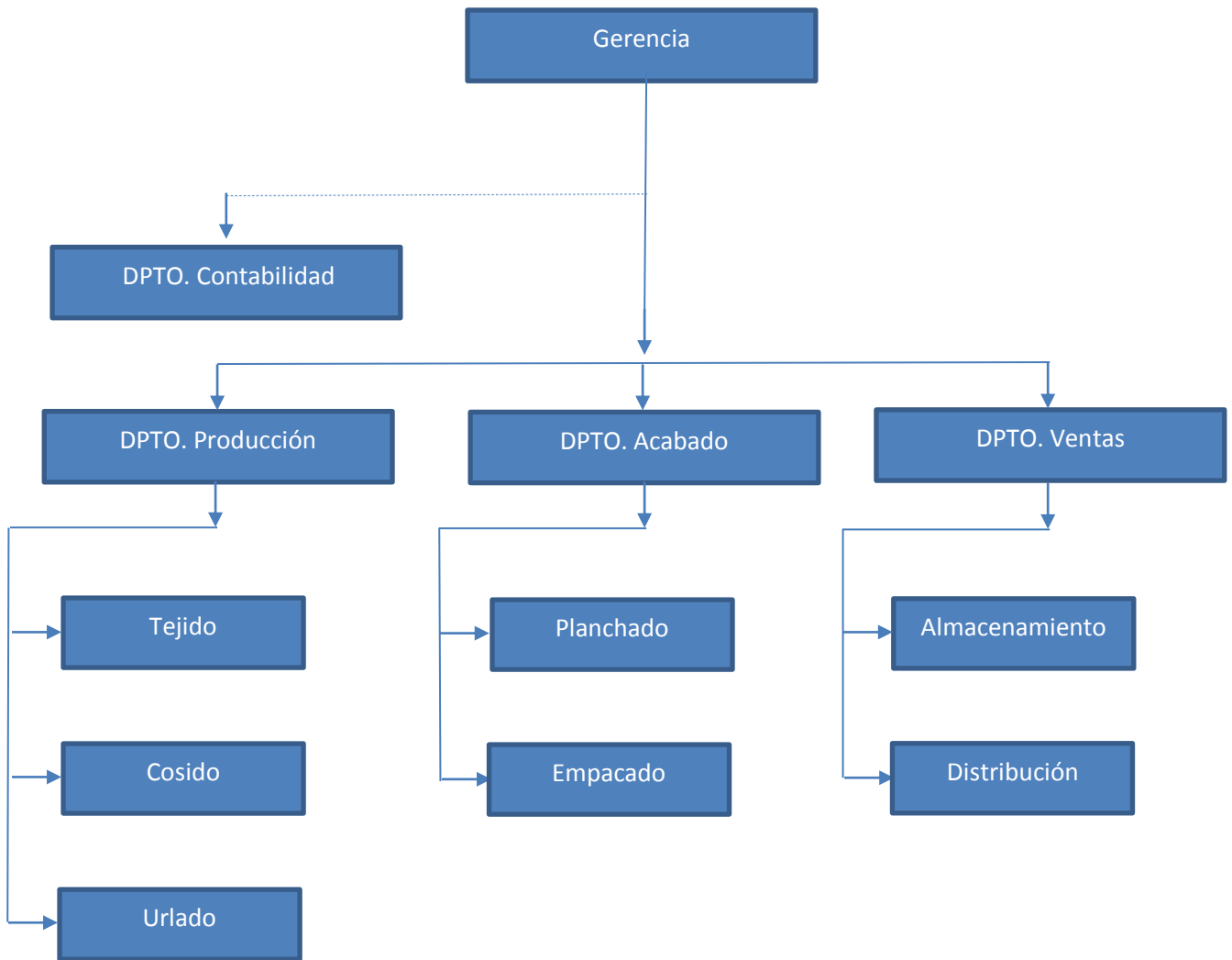
En la empresa “Marlon Sport” se manejarán los siguientes valores:

- Puntualidad
- Respeto
- Responsabilidad

6.6 Organigrama estructural

La estructura organizacional de la empresa “Marlon Sport” se ha venido manejando de una manera tradicional ya que el propietario y su familia realizaban todas las funciones, es por esta razón que con la ampliación se propone que la empresa sea manejada de la siguiente manera.

Gráfico N° 6. Organigrama.



Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Los autores
Año: 2016

6.7. Organización interna de la empresa

La estructura funcional de la empresa estará conformada por tres niveles jerárquicos los cuales son:

Nivel Ejecutivo

Este nivel estará conformado por el propietario, este es el puesto de mayor responsabilidad ya que representa a la máxima autoridad y es donde se toman las decisiones para mejorar el funcionamiento de la empresa.

Nivel Apoyo



Estará conformado por la asistente contable quien se encargará de las acciones contables, y ser un apoyo para el gerente las cuales son importantes para la buena funcionalidad de la organización.

Nivel Operativo

Este nivel tiene diferentes áreas estas son: producción y distribución las cuales su función principal es garantizar la calidad del producto.

6.7.1 Identificación de puestos y funciones

a) Gerente

	
<p>Nombre del cargo: Gerente General</p>	
<p>Denominación del cargo: Nivel de dirección : Ubicación del cargo: Administra talento humano:</p>	<p>Gerente Primero Gerencia general Si.</p>
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p>	
<p>El Gerente General es el representante legal de la empresa y es el que se encargará de planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión empresarial.</p>	
<p>PROPÓSITO PRINCIPAL</p>	
<p>Definir las políticas y directrices generales para la administración del Talento Humano y los recursos económicos y financieros, técnicos y tecnológicos, asegurando su utilización en condiciones de costo, beneficio, oportunidad y productividad, todo ello con el propósito de lograr resultados positivos para la organización.</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar a la empresa legal, judicial y extrajudicialmente. • Tomar decisiones que beneficien al crecimiento de la empresa. • Establecer estrategias para abrir nuevos mercados. • Evaluar el desempeño de los trabajadores. • Desarrollar un buen ambiente laboral. • Velar por el cumplimiento de las metas y objetivos. • Proporcionar a todo el personal las condiciones apropiadas para su trabajo. • Cumplir con las funciones determinadas en los Estatutos. 	
<p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS</p>	

- Globalización.
- Administración Financiera.
- Manejo de dinámicas de equipos.
- Pensamiento Estratégico.
- Normatividad que rige la gestión en entidades privadas.


HABILIDADES

- Habilidad para tomar decisiones.
- Creatividad.
- Líder.
- Negociación.
- Dirección y Delegación.

PERFIL DEL PUESTO

- Título profesional en Administración de Empresas o carreras afines.
- Tener liderazgo (Trabajo en equipo).
- Agilidad para la toma de decisiones.
- Ser emprendedor.
- Experiencia de 1 año en trabajos similares.

b) Asesor Contable

<p>Marlon Sport</p>	
<p>Nombre del cargo: Asesor Contable.</p>	
<p>Denominación del cargo:</p>	<p>Asesor</p>
<p>Nivel del cargo:</p>	<p>Primero</p>
<p>Administra talento humano:</p>	<p>No.</p>
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p>	
<p>Se encarga de realizar todas las actividades contables y financieras de la empresa de una manera transparente.</p>	
<p>PROPÓSITO PRINCIPAL</p>	
<p>Ayudar a gerencia a tener un perfil claro sobre las transacciones que son realizadas por la empresa a demás realizar todos los pagos exigidos por la ley.</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar todos los trámites exigidos por el Servicio de Rentas Internas (RUC). • Mantener un archivo de la información contable. • Elaborar estados financieros y dar conocimiento al gerente. • Registrar las facturas de compra y venta del producto. • Realizar pagos autorizados por la gerencia. • Actualizarse en conocimientos tributarios y asuntos afines a su cargo. 	
<p>CONOCIMIENTOS BÁSICOS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad. • Tributación. • Aspectos Legales. • Manejo de sistemas de contabilidad. 	

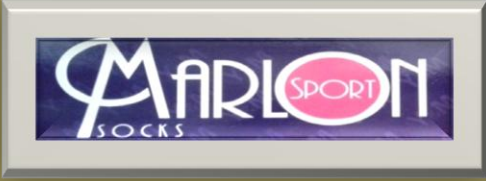
HABILIDADES

- Visión general de los objetivos y estrategias de una organización
- Aplicar sus conocimientos en forma crítica
- Asesor en materia contable fiscal y financiera
- Mantenerse actualizado

PERFIL DEL PUESTO

- Ingeniero o Contador Público Autorizado C.P.A.
- Tener buenas relaciones humanas.
- Conocimiento en el área de contabilidad.
- Disponibilidad de tiempo.
- Experiencia mínima de 1 año.
- Manejo de Naifs.
- Manejo de paquetes utilitarios en sistemas computacionales de contabilidad.
- Cursos de capacitación en tributación.


c) Operarios

<h1>Marlon Sport</h1>	
Nombre del cargo: Operario	
Denominación del Cargo: Nivel del cargo:	Operario. Apoyo
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Los operarios son los encargados de realizar las diferentes actividades en las distintas áreas del proceso productivo.	
PROPÓSITO PRINCIPAL	
Ejecutar con las tareas asignadas diariamente para poder cumplir las órdenes de producción, trabajar de una manera organizada y realizando en sus actividades una mejora continua.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con tareas asignadas. • Trabajar con tiempos establecidos. • Desarrollar todas sus habilidades y destrezas dentro del proceso productivo. • Cumplir con los requerimientos de las órdenes de producción. • Cumplir con los objetivos de la empresa. 	
CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de maquinaria textil. • Conocer los tipos de fibras que existen para la elaboración de medias. • Conocimientos actualizados en diseños de medias. 	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo. • Rapidez para ejecutar tareas. 	

PERFIL DEL PUESTO

- Experiencia mínima de 1 año en trabajos similares.
- Experiencia en el manejo de maquinaria textil.
- Disponibilidad de tiempo.

d) Vendedor

Marlon Sport		
Nombre del cargo: Vendedor		
Denominación del Cargo:	Vendedor.	
Nivel del cargo:	Operario.	
DESCRIPCIÓN GENERAL		
Es el responsable de brindar una atención al cliente de una manera personalizada, con el objeto de lograr una satisfacción y lealtad plena de los mismos.		
PROPÓSITO PRINCIPAL		
Brindar un excelente servicio a los clientes con la finalidad de cumplir las metas establecidas por la empresa. Dar a conocer el producto y captar nuevos mercados.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con todos los requerimientos del cliente.• Realizar la entrega de las órdenes de producción.• Asesorar a los clientes acerca de los productos.• Participar en los inventarios.• Aplicar estrategias publicitarias.• Ejecutar todas las disposiciones requeridas por su supervisor.		
CONOCIMIENTOS BÁSICOS		
<ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente.• Paquetes informáticos.• Marketing.		

HABILIDADES

- Trabajar en equipo.
- Rapidez para ejecutar.
- Ser competente.
- Poder de convencimiento.

PERFIL DEL PUESTO

- Responsable y Honesto(a).
- Tener buena presencia.
- Buen manejo de relaciones interpersonales.
- Tiempo de experiencia mínimo de 2 años.

6.8. Aspectos legales de funcionamiento

6.8.1 Base Legal

La empresa “Marlon Sport” lleva en funcionamiento casi nueve años en el mercado es por esta razón que cuenta con todos los requisitos exigidos por la ley, pero para la expansión se necesitará una autorización por parte del municipio de Antonio Ante para la construcción que se realizará en la parte superior de la actual vivienda en donde está ubicada la organización.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Se entiende como impacto al resultado de un hecho o efecto provocado por una situación, este resultado puede ser positivo o negativo, los impactos que se reflejaran con este proyecto estarán enfocados en los siguientes aspectos: empresarial, económico, social y ético.

Se procederá a realizar la evaluación de los impactos basándose en la siguiente tabla:

Cuadro N^o 7.1 Evaluación Impactos

Niveles de Impacto	Valoración Cuantitativa
Alto	3(+,-)
Medio	2 (+,-)
Bajo	1 (+,-)
Indiferente	0

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

7.1. Impacto empresarial

Cuadro N^o 7.2 Impacto empresarial.

INDICADORES	IMPACTO EMPRESARIAL								
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Creación de la estructura organizativa							x	3	
Definición de las funciones							x	3	
Identificación de la demanda insatisfecha							x	3	
TOTAL								9	9

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\sum}{n} = \frac{9}{3} = 3 \text{ Alto Positivo}$$

7.1.1 Análisis

Con la elaboración del estudio de factibilidad para la ampliación en la empresa, se obtendrá un impacto empresarial alto positivo ya que se establecerá un organigrama funcional el cual permitirá establecer con claridad las funciones de cada trabajador y conseguir de mejor manera los objetivos planteados a través de la eficacia y eficiencia en el ámbito operativo y de comercialización, además con la implementación de este proyecto se logrará identificar la demanda insatisfecha teniendo así que mejorar la utilización de los recursos para lograr satisfacer la demanda insatisfecha actual.

7.2. Impacto económico

Cuadro N^o 7.3. Impacto económico.

INDICADORES	IMPACTO ECONÓMICO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Aumento de Ingresos							x	3
Estabilidad Económica							x	3
Inversión						x		2
Competitividad						x		2
TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\sum}{n} = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ Alto Positivo}$$

7.2.1 Análisis

En la empresa “Marlon Sport” el impacto económico será alto positivo y se reflejará al momento de mejorar la productividad de la empresa, se obtendrá de antemano tendencias de crecimiento, tanto en sus niveles de ventas como en sus fuentes de ingreso, mejorando así su estabilidad económica reflejándose los mismos en un mejor porcentaje de rendimiento o utilidad, Además la empresa mejorará su competitividad al cumplir con todas las ordenes de producción.

7.3. Impacto ambiental

Cuadro N^o 7.4. Impacto ambiental.

INDICADORES	IMPACTO AMBIENTAL						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Uso de fibras textiles (Pelusas)		x					-2
Ruido			x				-1
Manejo de desechos.			x				-1
TOTAL		-2	-2				-4

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum}{n} = \frac{-4}{-3} = -1.33 \text{ Bajo Negativo}$$

7.3.1 Análisis

El impacto ambiental que genera el proceso productivo de la empresa Marlon Sport será bajo negativo, ya que las fibras al momento de utilizarlas emanan un desperdicio que son llamadas pelusas. La maquinaria que utilizan para dicho proceso genera ruido lo cual es perjudicial para la salud de los trabajadores, es por eso que se tratará de disminuir este daño entregando a los trabajadores mascarillas, protectores visuales y protectores auditivos para mejorar la salud ocupacional, además se tratará de disminuir el impacto ambiental teniendo un adecuado manejo de los desechos es decir estos serán almacenados y luego serán vendidos a una recicladora para ser utilizados como materia prima para otro producto.

7.4. Impacto ético

Cuadro N° 7.5. Impacto ético.

INDICADORES	IMPACTO ÉTICO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Responsabilidad						x	2
Honestidad						x	2
Empadronamiento							x 3
TOTAL						4	3 7

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

$$\text{Impacto Ético} = \frac{\sum}{n} = \frac{7}{3} = 2,33 \text{ Medio Positivo}$$

7.4.1 Análisis

El demostrar a los empleados que la empresa está creciendo desarrollará en los trabajadores un mayor nivel de responsabilidad, honestidad, respeto y colaboración además de dar un enfoque en cumplir mejor manera sus funciones, por tanto se conseguirá un empadronamiento y lealtad por parte de los trabajadores hacia la empresa.

7.5. Impacto general

Cuadro N^o 7.6. Impacto general.

INDICADORES	IMPACTO GENERAL						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Empresarial							x 3
Económico							x 3
Ambiental		-2					-2
Ético						x	2
TOTAL		-2				2	6 8

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum}{n} = \frac{8}{4} = 2 \text{ Medio Positivo}$$

7.5.1 Análisis

El resultado que tendrá ejecutar este proyecto afectará de manera positiva a la organización ya que contribuirá al crecimiento de la misma, todos los involucrados que va desde el propietario de la empresa hasta sus trabajadores serán los beneficiados porque generará más ingresos para la institución, mejorará la estabilidad laboral, se logrará que los trabajadores lleguen a empadronarse de la empresa y se motivará a la inversión local. Además se tratará en lo posible de reducir el impacto ambiental ya que se utilizará estrategias para cuidar la salud de los trabajadores y todos sus residuos serán reciclados y clasificados con el fin de no generar una contaminación.

CONCLUSIONES

- Para conocer en qué condiciones se encontraba la empresa se partió de un diagnóstico situacional, el cual permitió conocer que la empresa contaba con ventajas y desventajas, las cuales fueron una pauta para determinar las falencias que afectan el funcionamiento de la empresa y ciertas oportunidades que debe aprovechar, además se observó la colaboración tanto del propietario como de los trabajadores, lo cual hizo que se obtuviera una información clara y necesaria, para iniciar la propuesta de este proyecto.
- Para realizar este proyecto se parte de bases teóricas las cuales permiten demostrar de una manera técnica los diferentes puntos a tratar en esta investigación.
- A través del estudio de mercado se logró determinar la cantidad ofertada por la empresa y la cantidad demandada por los clientes, encontrando un punto clave que es la demanda insatisfecha de su mercado actual la cual con ésta propuesta se espera satisfacer en su totalidad.
- Se concluye también que la empresa está enfocada principalmente en satisfacer a sus clientes actuales, es decir cumpliéndoles con los pedidos que ellos realizan.
- Se logró determinar la capacidad máxima de la empresa, de donde se pudo proponer que puede expandir su mercado actual ya que cubriendo la demanda de sus clientes puede producir aún más producto para ofrecer a nuevos demandantes.

- Se identificó que la razón por la que la empresa tiene una buena aceptación en el mercado es, manejar precios bajos y cómodos para el consumidor y a la vez ofertar un producto con un diseño novedoso y de calidad.
- Mediante la investigación realizada se conoció que la organización cuenta con maquinaria necesaria para incrementar su producción pero no obstante la infraestructura de su empresa no le permite desarrollar con total normalidad las fases del proceso productivo.
- Se conoció que el propietario cuenta con un área que tiene las condiciones necesarias para realizar la expansión de su infraestructura, donde puede adecuar de mejor manera el área de producción y bodega para la comercialización de sus productos.
- El estudio financiero demuestra que el proyecto es factible ya que en sus estados financieros reflejan utilidades que beneficiarán a la empresa y a su propietario, además el tiempo de recuperación de la inversión es normal, esto se respalda con el valor que arrojan los índices financieros que son la TIR y VAN.
- Al implementar una estructura orgánico funcional se mejorará el desempeño de los trabajadores en los procesos de todas las áreas de la empresa, consiguiendo así el cumplimiento de los objetivos con eficacia y eficiencia.
- El proyecto genera un nivel de impacto medio positivo para la organización y toma en cuenta diferentes aspectos tales como: empresarial, económico, ambiental y ético, mismos que indican que la empresa obtendrá un alto beneficio y desarrollo.

RECOMENDACIONES

- Seguir manteniendo un precio cómodo para sus clientes ya que éste factor económico es el que le ha permitido mantenerse competitivo en el mercado y el mismo que le está brindando la oportunidad de crecer como empresa.
- Mantenerse en una mejora continua la cual le permitirá ser eficaz y eficiente para poder entregar al mercado productos de excelente calidad, lo que creará en sus clientes una gran satisfacción y fidelidad con la empresa.
- Realizar constantemente innovaciones de modelos y diseños en sus productos para estar a la vanguardia con las tendencias actuales y exigencias del cliente.
- Realizar evaluaciones y controles económicos que permitan verificar si la empresa está teniendo el rendimiento programado o se realicen las correcciones necesarias.
- El gerente propietario siempre debe tener una actitud positiva y de liderazgo, además fomentar el trabajo en equipo y mantener un clima laboral adecuado para que sus trabajadores se sientan motivados y realicen sus actividades de la mejor manera ya que el talento humano es el motor de toda empresa.
- Optimizar de mejor manera los recursos en especial los tiempos en su proceso productivo con el fin de ser más eficientes y eficaces.
- Aprovechar las ventajas que tiene la empresa y mejorar todas las falencias que tiene en su manera de operar, enfocándose siempre en realizar una retroalimentación que le permita ir mejorando constantemente.

- El propietario de la empresa deberá seguir manteniendo su cumplimiento con sus obligaciones bancarias con el fin seguir contando con esa capacidad de endeudamiento que le permita estar calificado en el momento en el que quiera realizar un préstamo.
- Cumplir con los reglamentos establecidos por la ley para el adecuado funcionamiento de la empresa, a fin de no tener ningún tipo de inconveniente a futuro.
- Realizar un adecuado estudio de mercado el cual le permita tener nuevos clientes y poder vender las unidades producidas explotando al máximo su capacidad de diseño (productiva).
- Incorporar al equipo de trabajo a una nueva trabajadora con el fin de dejar que el propietario de la empresa se dedique a aspectos administrativos para que no existan retrasos en las actividades.
- Implementar un manejo de inventarios para que exista un mayor control de los insumos utilizados.
- Planificar la producción con el fin de no tener retrasos en los pedidos.
- Distribuir adecuadamente la planta y equipos para poder realizar todas las actividades del proceso productivo de mejor manera.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜÍSTICA

Alegsa, L. (12 de mayo de 2010). *Elegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

Antonio, C. M. (14 de 10 de 2014). *Territoriopyme*. Obtenido de Territoriopyme: http://cincodias.com/cincodias/2014/10/14/recursos_pyme/1413276115_966011.html

Antuñano, E. d. (2013). *Pecaltex* . Obtenido de Pecaltex .

Área de pymes. (2014). Obtenido de Área de pymes: <http://www.areadepymes.com/?tit=inversiones-en-inmovilizado-o-existencias-valor-actual-neto-van&name=Manuales&fid=ef0bcae>

Burneo, M. d., & Miño, Wilson . (07 de 2010). *Repositorio Digital, CEPAL*. Obtenido de Repositorio Digital, CEPAL: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/2558>

Camino, J. R., & Mencía de Garcillán Lopez Rúa . (2012). *Dirección de marketing* . ESNB.

Chain, R. e. (04 de 09 de 2014). *Retos en supply chain* . Obtenido de Retos en supply chain : <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2014/09/1595.htm>

Cipriano Luna González, A. (2014). *Proceso administrativo*. Larousse - Grupo Editorial Patria.

Definición.org. (2010). *Definición* . Obtenido de Definición : <http://www.definicion.org/actividad>

Escudero, S. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Edición Paraninfo S.A.

Federico, A. (Enero de 2012). *Zona económica* . Obtenido de Zona económica : <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Franco, C. L. (2010). *Apriscos*. Obtenido de Apriscos: http://www.actiweb.es/ovinos/lana_de_oveja.html

Fransisco, R. (08 de Febrero de 2012). *Contabilidad Puntual*. Obtenido de Contabilidad Puntual: <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

Gabriel, B. U. (2010). *Evaluacion de Proyectos* .

Galicia, B. (17 de 12 de 2012). *Galicia, Buenos negocios* . Obtenido de Galicia, Buenos negocios : <http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>

Galizia, D. (20 de 06 de 2013). *Empresas, Social Media*. Obtenido de Empresas, Social Media: <http://socialmediaempresario.com/eficacia-eficiencia-efectividad-socialmedia/>

García, C. C. (01 de 08 de 2013). *Portal de El Economista, comunidad El Empresario*. Obtenido de Portal de El Economista, comunidad El Empresario.: <http://www.soyconta.mx/que-son-y-para-que-sirven-los-estados-financieros/>

HERNANDEZ, E. R. (11 de diciembre de 2010). *Scrib*. Obtenido de Scrib: <http://es.slideshare.net/aurora1234/financiamiento-del-proyecto-111-presentation>

Javier, A. B., & Rafael, M. J. (12 de 04 de 2010). *Repositorio Universidad de Guanajuato*.

Obtenido de Repositorio Universidad de Guanajuato:

<http://tesisugto.blogspot.com/2010/01/capitulo-i-generalidades.html>

Jorge, A. E. (15 de 02 de 2013). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias*

Sociales. Obtenido de BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias

Sociales:

[http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/777/Concepto%20e%20importancia%20de%20la%20organizacion%20estructural.htm)

[gratis/2010d/777/Concepto%20e%20importancia%20de%20la%20organizacion%20estructural.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/777/Concepto%20e%20importancia%20de%20la%20organizacion%20estructural.htm)

Jorge, C. M. (22 de 08 de 2011). *Gestiopolis* . Obtenido de Gestiopolis :

<http://www.gestiopolis.com/eficacia-eficiencia-y-tiempo/>

José J, A. J. (2009). *Contabilidad financiera I*. Publicacions de la Universitat Jaume.

Jose, S. I. (03 de Septiembre de 2012). *Euroinnova Business School*. Obtenido de Euroinnova

Business School: [http://www.euroinnova.edu.es/12-9-3/LOCALIZACION-](http://www.euroinnova.edu.es/12-9-3/LOCALIZACION-GEOGRAFICA-DE-LA-EMPRESA)

[GEOGRAFICA-DE-LA-EMPRESA](http://www.euroinnova.edu.es/12-9-3/LOCALIZACION-GEOGRAFICA-DE-LA-EMPRESA)

Kaplan, R. S., & David P. Norton. (2014). *El Cuadro de Mando Integral*. Grupo Planeta

Spain.

Kary, G. (08 de 04 de 2013). *Fibras Sintéticas 1*. Obtenido de Fibras Sintéticas 1:

http://fibrologia.blogspot.com/2013/04/poliamida-o-nylon_8.html

Katy, G. (08 de 04 de 2013). *Fibras Sintéticas 1* . Obtenido de Fibras Sintéticas 1 :

http://fibrologia.blogspot.com/2013/04/fibra-acrilica_8.html

Laverde, M. (28 de 05 de 2012). *Fibras Textiles* . Obtenido de Fibras Textiles :
<http://teffiles.blogspot.com/2012/05/laboratorio-de-fibras-acetato-fibra.html>

María, R. D., Rodán Cataluña, F., & Díez de Castro, E. (2013). *Gestión de Precios*. Madrid:
ESIC Editorial.

Martín López, S. (2015). *Expansión*. Obtenido de Expansión:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/flujo-de-caja.html>

Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, Artemio. (2012). *Metas estratégicas*. Ediciones Díaz
de Santos.

Medwavw. (11 de 05 de 2011). *Revista Biomédica Revisada Por Pares*. Obtenido de Revista
Biomédica Revisada Por Pares:
<http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES03-A/5032>

MrZoph, S. (23 de Febrero de 2013). *Fibras sistematicas y artificiales*. Obtenido de Fibras
sistematicas y artificiales: <http://thepoliestiren.blogspot.com/2013/02/el-poliester-y-todas-sus-caracteristicas.html>

Muñiz, L. (2009). *Control Presupuestario* . Profit .

Norelisleal. (01 de abril de 2013). *scrib*. Obtenido de scrib:
<https://es.scribd.com/doc/133305735/DEFINICION-DE-INVERION-DESDE-EL-PUNTO-DE-VISTA-CONTABLE>

Parra, J. (2010). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Universidad Nacional de
Colombia:

http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap21ecc2_2.htm

Quijano Ponce de León, A. (2009). *Sistema de Producción* . El Cid Editor.

Quiminet. (17 de 0 de 2012). *Quiminet* . Obtenido de Quiminet :
<http://www.quiminet.com/empresas/empresas-textiles-2741503.htm>

Quispe Limaylla, A. (2013). *El uso de la encuesta en las ciencias sociales*. Ediciones Díaz de Santos.

Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). *Empresa y Actualidad*. Obtenido de Empresa y Actualidad: <http://empresactualidad.blogspot.com/>

Rodrigo, V. V. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Bogotá : Mc Graw-Hill.

Rodríguez Martín, A. R. (11 de 2015). *Expansión*. Obtenido de Expansión:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/ingreso.html>

Rodríguez Moreno, M., & Flores Mola, José. (2010). *Factibilidad del aprovechamiento de los recursos locales en la producción de cubiertas y entrepisos para nuevas viviendas en Ciego de Ávila*. D - Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. CUJAE.

Santiago, B. (17 de septiembre de 2012). *Psic 3001*. Obtenido de Psic 3001:
<https://sites.google.com/site/birilosantiago/demanda-oferta-y-sus-graficas-1>

Significados. (2010). Obtenido de <http://www.significados.com/foda/>

Solisurdiain. (30 de Noviembre de 2011). Obtenido de Generación y evaluación de proyectos:

<https://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/30/3-1-conceptos-tipos-y-objetivos-del-estudio-de-mercado/>

Tulio, O. S. (2015). Aprendizaje empresarial en microempresas de subsistencia. *Actualidad Empresarial N.º 332*, 1.

wordpress. (21 de noviembre de 2009). Obtenido de *wordpress*:

<http://calcetinesr.wordpress.com/2007/11/21/definicion-de-calcetines/>

Yanes Mesa, R. (2014). *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. Red Ámbitos.

Yuni, J. A., & Urbano, Claudio Ariel. (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Editorial Brujas.

ANEXOS



Anexo A.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA

Objetivo: La presente encuesta está dirigida a los clientes de la empresa “MARLON SPORT”, con el fin de conocer diferentes variables que se expresan a continuación.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
 - Marque una sola “X” en el paréntesis según corresponda su respuesta.
- ✓ La información proporcionada en esta encuesta será utilizada exclusivamente para realizar el trabajo de grado solicitado por la Universidad.
- ✓ A continuación sírvase contestar con la mayor sinceridad el siguiente cuestionario.

Encuesta

1.- ¿Considera que el producto que le ofrecemos tiene gran acogida por sus clientes?

- Si
- No

2.- Si la empresa aumentara su nivel de producción ¿Cuentas docenas serian solicitadas en sus pedidos?

- 100 docenas
- 200 docenas
- 300 docenas
- 400 docenas
- 500 docenas

3.- ¿Le gustaría que la empresa le ofreciera otro diseño de media?

- Si
- No

4.- Si su respuesta fue si indique cual (es):

- Casual
- Tobillera de hombre

- Escolar
- De niños
- Canillera sport
- Ninguno.....

5.- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar, por dicho modelo?

- 6,00 USD a 7 USD
- 8,00 USD a 9 USD
- 10,00 USD a 11 USD
- 12,00 USD a más
- Ninguno

6.- ¿Actualmente existe alguna empresa que le brinde un producto similar?

- Si
- No

7.- ¿Qué es lo que más le gusta de nuestra de nuestro producto?

- Precio
- Calidad
- Presentación
- Diseño
- Todos los anteriores
- Otros

8.- ¿Siguiere algún mejoramiento en cuanto al producto que le ofrece la empresa?

- Si ¿Cuál?
- No

9.-Los pedidos que usted realiza son:

- Fijos
- Variables



Anexo B.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”

Objetivo: La presente entrevista está al propietario de la empresa “MARLON SPORT”, con el fin de conocer cómo surgió la idea de negocio actual de la empresa.

- Coméntenos brevemente como fueron los inicios de su negocio.
- Considera que los procesos de producción y comercialización que usted utiliza le permiten ser competitivo.
- Considera que el volumen de ventas actualmente alcanzado justifica la inversión que usted realiza.
- ¿Cómo se realiza la comercialización de sus productos?
- Indique una estimación del volumen de producción y de ventas mensuales
- Indique que estrategias se están utilizando para lograr el mejoramiento de su empresa.
- Actualmente, cómo se encuentra organizada la empresa.
- Considera usted que el precio de venta de sus productos es competitivo en el mercado
- ¿Cuál es actualmente su mercado meta?
- Considera importante la ampliación (infraestructura) de su empresa.
- Conoce usted su principal competencia en el mercado que usted se enfoca.

- Si su empresa lograra mayor productividad incluso sobre pasando la demanda actual de sus clientes cuál sería su posible mercado meta.



Anexo C.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS TRABAJADORAS EXTERNAS DE LA EMPRESA

MARLON SPORT

Objetivo: La presente entrevista está dirigida a las trabajadoras externas de la empresa “MARLON SPORT”, con el fin de conocer trabajan con la empresa.

- ¿Qué tiempo labora para la empresa Marlon Sport?
- ¿Cuáles son las actividades que usted realiza para la empresa “Marlon Sport”?
- ¿Cómo es remunerado el trabajo que usted realiza?
- ¿Sería usted capaz de cumplir con su trabajo en el tiempo adecuado, si hubiese un nivel más alto de producción?
- Si la empresa “Marlon Sport” ampliara su infraestructura ¿estaría en condiciones de trabajar en sus instalaciones?



Anexo D.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS TRABAJADORAS EXTERNAS DE LA EMPRESA

MARLON SPORT

FECHA:

DIRIGIDA A: Las trabajadoras externas de la empresa “Marlon Sport”.

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información necesaria referente a las actividades del proceso productivo de la empresa “Marlon Sport”.

PREGUNTAS.-

- ¿Estarían en condiciones de recibir los productos en proceso (medias) sin que estén viradas, para que esa actividad la realicen ustedes conjuntamente con el planchado y empaclado respectivo que ustedes realizan?
- ¿Aumentaría el precio en docena por realizar dicha actividad?
- ¿Afectaría el incremento de dicha actividad a su tiempo de entrega de los productos terminados?



Anexo E.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROYECTO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “MARLON SPORT”.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS TRABAJADORAS EXTERNAS DE LA EMPRESA

MARLON SPORT

FECHA:

DIRIGIDA A: El propietario de la empresa “Marlon Sport”.

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad conocer cómo se calcula el costo de producción del producto que realiza.

PREGUNTAS.-

- ¿Cómo es el cómo es el cálculo de la materia prima para su costo de producción?
- ¿Cómo es el cómo es el cálculo de la mano de obra para su costo de producción?
- ¿Cómo es el cómo es el cálculo de los gastos generales de fabricación como son energía eléctrica, transporte, repuestos, entre otros para su costo de producción?

5.- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por docena?

.....

6.- ¿La manera de cancelar sus pedidos seria?

- Contado
- Crédito

7.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

- Precio
- Calidad
- Presentación
- Diseño
- Todos los anteriores
- Otros

8.- ¿Existen empresas que le ofertan el mismo producto o similar?

- Si ¿Cuáles?.....
- No

9.- ¿Siguiere algún mejoramiento en cuanto al producto que le ofrece la empresa?

- Si ¿Cuál?
- No

Anexo G.

Ficha de revisión de mantenimiento preventivo

Fecha:.....

Nombre del trabajador:.....

Maquinaria:

Tareas de Mantenimiento	Si	No	Observación
<ul style="list-style-type: none">• Identificar anomalías			
<ul style="list-style-type: none">• Inspección y corrección básica por parte del operario.			
<ul style="list-style-type: none">• Tener cuidado a la hora de la aplicación de lubricantes siendo el tipo correcto y la cantidad adecuada.			
<ul style="list-style-type: none">• Eliminar las fuentes de mugre o partículas de la máquina			
<ul style="list-style-type: none">• Mejorar puntos críticos de limpieza e inspección.			

Notas:.....

.....

.....

.....

.....

Responsable Producción

.....

Firma

Anexo H.

Programación Anual

Planificación Anual					
		Costos			
	Cantidad	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
Mano de Obra					
Materias Primas					
Poliester					
Orlón					
Elastico					
Ordenes de producción					
Unidades Producidas					
Vetas					
Utilidades					

Anexo I.
Planificación Diaria.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Pedidos					
Unidades a producir					
Diferencia					
Acumulado					

Anexo J.

PROFORMA DE MATERIALES NECESARIOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL EDIFICIO.

MATERIALES	CANTIDADES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
HIERRO	22 quintales barilla #12	44	968
	10 quintales barilla #8	38	380
ALAMBRE	3 rollos # 18	32	96
VOLQUETAS DE ARENA	6 volquetas	100	600
CEMENTO	140 quintales	18	2520
LADRILLOS	3000	0,25	750
BLOQUES	400	0,3	120
TECHO ETERNIT	30 hojas	16	480
CORREAS	10	32	320
CERAMICA	85 metros	9	765
PUERTAS	5	140	700
VENTANAS	5	100	250
EXTRAS			1000
MANO DE OBRA	\$70 x metro cuadrado	65	4550
		TOTAL	13499



ATXECU Auxiliar Textil Ecuador

AVALÚO A LA MAQUINARIA DE LA EMPRESA MARLON SPORT

Yo, Daniel Cabrera en calidad de Director Técnico de la empresa ATXECU (Auxiliar Textil Ecuador) S.A. luego de haber constatado el estado en el que se encuentra la maquinaria que utiliza la empresa MARLON SPORT y de conocer sus características, doy fe que este tipo de máquinas ya no existen en calidad de nuevas, pero en la condición que están tienen un avalúo comercial que se detalla a continuación:

Nº	MAQUINARIA	VALOR
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	SHIN HAN KOREANA	5000
1	URLADORA	500
1	PLANCHADORA	400
1	OVERLOOK	500
TOTAL		16400

ATXECU
 AUXILIAR TEXTIL ECUADOR
 MAQUINARIA TEXTIL
 Rectilíneas
 Encuadradoras
 Vaporizadoras
 Remalladoras
 Confección
 y más...
Daniel Cabrera
 Director Técnico
 2909264
 auxiliartextilecuador@gmail.com Cel.: 01- 998025889
 www.atxecu.com Oficina: 053147523

Daniel Cabrera
Director Técnico

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1001981149001
APELLIDOS Y NOMBRES: IBADANGO JOSE MIGUEL

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 03/05/1970 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 26/12/2010
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 27/12/2010 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCIÓN: 27/12/2010 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

FABRICACION DE MEDIAS

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: IMBABURA Cantón: ANTONIO ANTE Parroquia: SAN FRANCISCO DE NATABUEL Calle: GARCIA MORENO
Intersección: PANAMERICANA Referencia: A TRES CUADRAS DEL PARQUE CENTRAL Teléfono: 092356416

DOMICILIO ESPECIAL:

Provincia: IMBABURA Cantón: ANTONIO ANTE

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCIÓN: \REGIONAL NORTE\IMBABURA **CERRADOS:** 0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: MAEA010708 Lugar de emisión: IBARRA/FLORES 6-59-ENTRE Fecha y hora: 28/12/2010

PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1001981149001
APELLIDOS Y NOMBRES: IBADANGO JOSE MIGUEL

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

Nº. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT. 27/12/2010
NOMBRE COMERCIAL: FEC. CIERRE:
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: FEC. REINICIO:
FABRICACION DE MEDIAS

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: IMBABURA Cantón: ANTONIO ANTE Parroquia: SAN FRANCISCO DE NATABUEL Calle: GARCIA MORENO
Intersección: PANAMERICANA Referencia: A TRES CUADRAS DEL PARQUE CENTRAL Celular: 092356416

ESTADO ABIERTO MATRIZ
FEC. INICIO ACT. 27/12/2010
FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE CARTAS INTERNAS

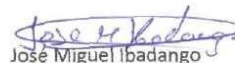
Usuario: MAFAD16768 Lugar de emisión: IBARRAFLORES 6-50 ENTRE Fecha y hora: 28/12/2010

FICHA DE OBSERVACIÓN	
EMPRESA:	Marlon Sport.
CONTACTO:	2.653-100 Sr. José Miguel Ibadango.
OBSERVADORES:	Jorge Andrés Minda y Abigail Sánchez.
ÁREA / ASPECTO DETECTADO	RECOMENDACIONES
Planta de Reducción.	
- Se observa que la empresa cuenta con tres máquinas tejedoras de marca Shin Han coreana, una cosedora Siruba, una urtidora con sew y una plancha.	
- El espacio de la planta es reducido lo cual dificulta el desenvolvimiento de las funciones de los trabajadores de la misma.	
- Se observa que las instalaciones son dentro la vivienda del propietario.	
- Además se observa que las máquinas se encuentran en buen estado y que producen los productos sin ninguna dificultad.	



Jorge Andrés Minda

Estudiante Universidad Técnica del Norte



José Miguel Ibadango

Gerente Propietario

1001981149001



Abigail Sánchez

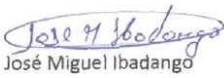
Estudiante Universidad Técnica del Norte

FICHA DE OBSERVACIÓN	
EMPRESA:	Mailon Sport.
CONTACTO:	2 533-100 Sr. José Miguel Ibadango.
OBSERVADORES:	
ÁREA /ASPECTO DETECTADO	RECOMENDACIONES
- Micro localización	
- La empresa se encuentra ubicada en la parroquia de Natabuela en el sector los tangres, se puede observar que no existe empresas que produzcan los mismos productos lo cual es beneficioso para la empresa ya que no tiene una competencia en su mismo sector de ubicación.	
- El propietario es el que se encarga de cambiar la aguja, poner los hilos y de dar mantenimiento a las máquinas cuando estas lo necesitan.	
*Trabajadores Externos.	
- Se conoció que para la empresa Mailon Sport trabajan 3 personas que se dedican al planchado y empaquetado de los productos los cuales se encuentran en el sector el Salado Abentaquí.	



Jorge Andrés Minda

Estudiante Universidad Técnica del Norte



José Miguel Ibadango

Gerente Propietario

1001981149001



Andrea Abigail Sánchez

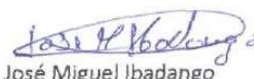
Estudiante Universidad Técnica del Norte

FICHA DE OBSERVACIÓN	
EMPRESA:	Marlon Sport
CONTACTO:	Sr. José Miguel Ibadango 2062535-100
OBSERVADORES:	Andrés Minda y Abigail Sánchez.
ÁREA /ASPECTO DETECTADO	RECOMENDACIONES
*Planta de Producción	
- Se observa que el espacio es reducido y que los trabajadores almacenan los productos en proceso en un pequeño espacio dentro de la planta de producción es decir no cuentan con bodega.	
- La empresa es familiar y todos trabajan con el interés que la empresa crezca, es decir se cuenta con un buen ambiente laboral.	
- La maquinaria trabaja 13 horas tejendo, y los tiempos en cada una de las etapas del proceso productivos son:	
- Tiempo Tejido	
- Tiempo Cuido	
- Usado	
- Usado.	



Jorge Andrés Minda


Estudiante Universidad Técnica del Norte



José Miguel Ibadango

Gerente Propietario

1001981149001



Andrea Abigail Sánchez

Estudiante Universidad Técnica del Norte