



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:

“Viabilidad Financiera para crear una Microempresa destinada a la Confección de Uniformes para Escuelas, Colegios y Empresas de la Ciudad de Guayaquil”

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía
Empresarial

ELABORADO POR:

Ordoñez Timm, Verónica Isabel

TUTOR

Econ. Jack Chávez

Guayaquil, a los 30 días del mes de noviembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por CPA. Verónica Isabel Ordóñez Timm, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial

Guayaquil, a los 30 días del mes de noviembre año 2016

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Econ. Jack Chávez

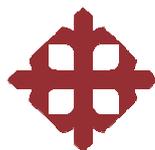
REVISORES:

Econ. David Coello

Econ. Christian Heredia

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar, PhD.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Verónica Ordóñez Timm**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **“Viabilidad Financiera para crear una Microempresa destinada a la Confección de Uniformes para Escuelas, Colegios y Empresas de la Ciudad de Guayaquil”** previa a la obtención del Grado Académico de Magister, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de noviembre del año 2016

EL AUTOR

f. _____

Verónica Ordóñez Timm



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

Yo, **Verónica Ordóñez Timm**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación de Maestría titulado: **Viabilidad Financiera para crear una Microempresa destinada a la Confección de Uniformes para Escuelas, Colegios y Empresas de la Ciudad de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de noviembre del año 2016

EL AUTOR:

f. _____

Verónica Ordóñez Timm

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme fortaleza

Gracias a mi familia por apoyarme siempre y estar en cada momento que los he necesitado.

Gracias a los profesores por compartir sus conocimientos para que podamos ser excelentes profesionales.

Gracias, al Economista Jack Chávez, por guiarme muy pacientemente en este proyecto para así lograr y poder cumplir mis metas.

Gracias a los Directivos de esta prestigiosa Universidad por acogerme en ella y poder de esta manera cumplir con mis objetivos.

VERONICA

DEDICATORIA

A Dios

Por permitirme que llegue hasta esta etapa de mi vida, por haberme dado la salud, sabiduría y fortaleza para lograr mis objetivos, que sin su infinita bondad y amor no la hubiese podido lograr.

A mi Esposo José y mis Hijos: Mishell y Paúl

Por su paciencia, comprensión y amor para esos momentos tan importantes de su vida en los que no pude compartir con ellos, por su apoyo incondicional dándome fuerza para seguir adelante, por su inmenso amor, por su optimismo en impulsarme en seguir siempre sin desmayar.

A mi Madre

Por apoyarme en todo momento, por sus consejos, por sus motivaciones para que consiga cumplir mis metas, por todo su amor y esfuerzo en los momentos que mas la he necesitado.

A mis Familiares, Amigos y Profesores

Por estar apoyándome durante mi tiempo de estudios.

VERONICA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1:.....	3
ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
Problemática y Justificación.....	3
Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	9
Metodología de la Investigación	9
Enfoque de la Investigación	12
Alcance de la investigación	13
Diseño de Investigación	13
Marco Teórico	13
1.1. Sistema de Confección de Uniformes	13
1.1.1 Sistema Empresarial:	14
1.1.2. Sistema Artesanal:	15
1.2. Administración de la Cadena De Abastecimiento en el Comercio Colaborativo.....	16
1.3. Micro Empresa Ecuatoriana.....	17
1.4. Programa Hilando el Desarrollo	23
1.5. Maquinaria para Confección de Uniformes.....	24
1.5.1 Máquina recta industrial	24
1.5.2. Maquina cerradora de codo.....	25
1.5.3. Máquina Overlock:	26
1.5.4. Máquina Botonera Bordadora.....	26
1.5.5. Máquina de Dos Agujas.....	26
1.5.6. Atracadora Industrial	27
1.5.7. Cortadoras Eléctricas	28
1.6. Política de Calidad	28
1.7. Tipos de Confección de Prendas de Vestir	29

1.7.1 Uniformes	29
1.8. Productividad de la Mano de Obra	30
1.9. Empresas Pequeñas Y Medianas	30
1.10. Economía De Escala	31
1.11 Maquila	31
1.12. Estilos de Vida	32
Base Legal	33
CAPÍTULO 2:	35
EL PROYECTO	35
2.1. Características del Producto	35
2.1.1. Uniformes Ejecutivos	36
2.1.2. Uniformes operativos.....	39
2.1.3. Uniformes escolares.....	41
2.2. Cadena de Valor	41
CAPÍTULO 3:	45
EL MERCADO	45
3.1. Mercado Meta.....	45
3.2. Macro Segmentación	45
3.2.1. El cliente	50
3.2.2. Funciones	52
3.2.3. Tecnología	52
3.3. Micro segmentación	53
3.3.1. Geográfica:.....	54
3.3.2. Demográfica:	55
3.3.3. Socioeconómicas:	56
3.3.4. Psicográficas:	56
3.3.5. Conductuales:.....	56
3.4. Investigación de Mercado.....	57
3.6. F.O.D.A.	58
3.6.1. Factores de Éxito Externo:.....	59
3.6.2. Factores de Éxito Interno:.....	60
3.7. Análisis de Porter	62

3.8. Análisis PESTA.....	70
3.7. Población	76
3.8. Muestra.....	77
3.9. Presentación de resultados.....	78
CAPÍTULO 4:.....	94
LA ESTRATEGIA.....	94
4.1. Estudio Legal.....	94
4.2. Estudio Administrativo.....	95
4.2.1. Objetivo General de la propuesta.....	95
4.2.2. Perfil del Personal	98
4.3. Estudio Técnico	100
4.3.1. Localización de plantas y oficinas	100
4.3.2. Máquinas.....	103
4.3.3. Proceso Productivo	108
4.3.4. Cuellos de Botella.....	110
4.3. Estudio Comercial	116
4.3.1 Tipo de Cliente.....	117
4.3.2. Cobertura de Mercado	117
4.3.3. Política de Crédito	118
4.3.4. Marketing MIX.....	120
CAPITULO 5:.....	124
IMPACTOS ESPERADOS.....	124
5.1. Social	124
5.2. Económico.....	124
5.3. Beneficiarios.....	125
CAPITULO 6:.....	127
EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	127
6.1. Información Financiera	127
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES	141
BIBLIOGRAFÍA	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Actividades por Sector Guayaquil</i>	7
Tabla 2 <i>Composición de micro empresas por provincias</i>	18
Tabla 3 <i>Actividades de ocupación de las pequeñas y medianas empresas</i>	20
Tabla 4 <i>Empresas y mano de obra estimada en las pequeñas y medianas empresas</i>	21
Tabla 5 <i>Uniformes corporativos</i>	36
Tabla 6 <i>Material para pantalón y faldas</i>	37
Tabla 7 <i>Uniforme overol</i>	40
Tabla 8 <i>Uniforme mandil</i>	40
Tabla 9 <i>Presencia nacional de confección en el país</i>	46
Tabla 10 <i>Micro segmentación para la confección de uniformes</i>	54
Tabla 11 <i>Instituciones Escolares en Guayaquil</i>	57
Tabla 12 <i>FODA</i>	58
Tabla 13 <i>Medición de peso de Factores de éxitos internos y externos</i>	61
Tabla 14 <i>Proveedores principales para la confección de uniformes</i>	66
Tabla 15 <i>Análisis de competidores</i>	67
Tabla 16 <i>Competencia directa en la ciudad de Guayaquil</i>	69
Tabla 17 <i>Análisis PEST</i>	70
Tabla 18 <i>Puntuación PEST</i>	75
Tabla 19 <i>Población para confección de uniformes</i>	76
Tabla 20 <i>Resumen de resultados de encuesta para uniformes de empresas</i>	90
Tabla 21 <i>Resumen de resultados de encuesta para uniformes de unidad educativa</i>	91
Tabla 22 <i>Participantes del Focus Group</i>	92
Tabla 23 <i>Descripción de cargos</i>	95
Tabla 24 <i>Nómina de VERORD</i>	97
Tabla 25 <i>Horarios de funcionamiento VERORD</i>	99
Tabla 26 <i>Factores de decisión para localización</i>	101
Tabla 27 <i>Gastos de Adecuación VERORD</i>	102
Tabla 28 <i>Equipo de producción VERORD</i>	103
Tabla 29 <i>Materia prima ternos uniformes</i>	104
Tabla 30 <i>Materia prima overol</i>	105
Tabla 31 <i>Materia prima mandiles</i>	105
Tabla 32 <i>Materia prima camisa escolar</i>	106

Tabla 33 <i>Materia prima camisetas polo escolar</i>	106
Tabla 34 <i>Materia prima faldas escolar</i>	106
Tabla 35 <i>Materia prima calentador escolar</i>	107
Tabla 36 <i>Consumo de Materia prima para uniformes empresariales</i>	107
Tabla 37 <i>Consumo de Materia prima para uniformes instituciones educativas</i>	108
Tabla 38 <i>Capacidad de producción</i>	111
Tabla 39 <i>Tiempo estimado usado en el taller VERORD</i>	112
Tabla 40 <i>Capacidad efectiva del taller VERORD</i>	113
Tabla 41 <i>Capacidad de producción Uniformes de empresas</i>	114
Tabla 42 <i>Capacidad de producción Uniformes de instituciones educativas</i>	115
Tabla 43 <i>Cobertura de Mercado en Guayaquil</i>	117
Tabla 44 <i>Precio – Marketing Mix</i>	121
Tabla 45 <i>Plaza – Marketing Mix</i>	122
Tabla 46 <i>Promoción - Marketing Mix</i>	123
Tabla 47 <i>Beneficiarios Directos e Indirectos VERORD</i>	126
Tabla 48 <i>Balance Inicial VERORD</i>	127
Tabla 49 <i>Ingreso Proyectado VERORD</i>	130
Tabla 50 <i>Costo Proyectado VERORD</i>	130
Tabla 51 <i>Estado de Resultado Proyectado VERORD</i>	130
Tabla 52 <i>Evaluación Financiera VERORD</i>	131
Tabla 53 <i>WACC tasa de descuento</i>	131
Tabla 54 <i>Indicadores Financiero</i>	131
Tabla 55 <i>Escenarios VEROD</i>	135
Tabla 56 <i>Resultados ajustados en escenario pesimista</i>	135
Tabla 57 <i>Resultados ajustados en escenario optimista</i>	136
Tabla 58 <i>Indicadores a seguir VERORD</i>	136

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Metodología de Investigación. Tomada de Segarra (2011)	10
<i>Figura 2.</i> Economía Popular y su relación con la Economía Solidaria	22
<i>Figura 3.</i> Microempresas a nivel nacional.....	23
<i>Figura 4.</i> Máquina de coser recta	25
<i>Figura 5.</i> Cerradora de codo	25
<i>Figura 6.</i> Máquina overlock	26
<i>Figura 7.</i> Máquina botonera bordadora	26
<i>Figura 8</i> Máquina de dos agujas.....	27
<i>Figura 9.</i> Máquina atracadora industrial.....	28
<i>Figura 10.</i> Uniformes ejecutivos	39
<i>Figura 11.</i> Overoles y mandiles.....	40
<i>Figura 12.</i> Uniformes escolares.....	41
<i>Figura 13.</i> Cadena de Valor confección uniformes	42
<i>Figura 14.</i> Tasa de variación anual de importaciones textiles, 2009.....	48
<i>Figura 15.</i> Descripción del sector textil.....	49
<i>Figura 16.</i> Macro segmentación del Mercado	49
<i>Figura 17.</i> Aspectos de los clientes	51
<i>Figura 18.</i> Materia prima para confección de uniformes	53
<i>Figura 19.</i> Habitantes en Parroquias de Guayaquil	55
<i>Figura 20.</i> PET y PEA por ciudad	57
<i>Figura 21</i> Ubicación del negocio.....	62
<i>Figura 22.</i> Las Fuerzas de Porter	63
<i>Figura 23.</i> Análisis de competidores - peso	67
<i>Figura 24.</i> Puntuación PESTA	75
<i>Figura 25.</i> Sector que deben adquirir uniformes	78
<i>Figura 26.</i> Importancia del uso de uniforme escolar	79
<i>Figura 27.</i> Tiempo de sustitución de uniformes	79
<i>Figura 28.</i> Reposición de uniforme en el año escolar	80
<i>Figura 29.</i> Uniformes que se reemplaza continuamente	80

<i>Figura 30.</i> Estimación de valores por uniformes.....	81
<i>Figura 31.</i> Conocimiento del material de uniformes.....	81
<i>Figura 32.</i> Cada qué tiempo tienen imperfecciones los uniformes	82
<i>Figura 33.</i> Daños más comunes de los uniformes	82
<i>Figura 34.</i> Nivel de precios para uniformes escolares.....	83
<i>Figura 35.</i> Uso de uniformes	83
<i>Figura 36.</i> Importancia de uso del uniforme empresarial.....	84
<i>Figura 37.</i> Tiempo de sustitución de uniformes	85
<i>Figura 38.</i> Reposición particular de uniformes laborales.....	85
<i>Figura 39.</i> Artículos que se reemplaza	86
<i>Figura 40.</i> Cancelación de uniformes adicionales solicitados.....	86
<i>Figura 41.</i> Importancia del material de los uniformes laborales	87
<i>Figura 42.</i> Prenda de uniforme con mejor comodidad	87
<i>Figura 43.</i> Imperfecciones encontradas en uniformes laborales	88
<i>Figura 44.</i> Afectaciones principales en los uniformes laborales	88
<i>Figura 45.</i> Nivel de precios para uniformes empresas	89
<i>Figura 46.</i> Logotipo Verod.....	96
<i>Figura 47.</i> Valores éticos y emprendedores de VERORD	97
<i>Figura 48.</i> Organigrama VERORD.....	97
<i>Figura 49.</i> Distribución física del Taller artesanal VERORD.....	102
<i>Figura 50.</i> Proceso productivo.....	110
<i>Figura 51.</i> Proceso productivo VERORD	112
<i>Figura 52.</i> Estrategias comerciales para aplicar en el negocio.....	116
<i>Figura 53.</i> Uniformes - Producto.....	120
<i>Figura 54.</i> Alcance de Impactos de VERORD	125
<i>Figura 55.</i> Ingresos y Costos proyectados VERORD	129

RESUMEN

La realización de este proyecto proviene de la necesidad de poner a disposición del mercado un taller artesanal especializado en la confección de uniformes empresariales y de instituciones educativas; se ha considerado el crecimiento de la ciudad hacia la zona norte, una demanda latente de instituciones que aún gustan de vestir a su personal corporativo con formalidad, con uniforme y otra, proveniente del mercado educativo, que busca ofrecer uniformes de acuerdo con una tendencia moderna de comodidad, flexibilidad y de calidad, para las innumerables actividades que realizan los alumnos de los diversos niveles.

En base a esto, la constitución del taller artesanal proviene de la unión de personas que trabajan de forma individual y que visualizan en la agrupación de sus recursos mejores oportunidades de competitividad en el mercado, puesto que van a trabajar bajo una razón social y podrán captar pedidos, en consecuencia la oportunidad de negocio se evidencia en la cantidad que produzcan en forma asociada.

No obstante que la conformación del taller cuenta con las áreas fundamentales para la organización, control y cumplimiento de objetivos, el apoyo gubernamental para el financiamiento es fundamental; como lo demuestra el estudio, es una oportunidad viable, cuyos resultados en el tiempo permiten convertir la sociedad en un taller industrial, que aporta a la comunidad nuevas plazas de empleo y movilidad, así como ventajas a la economía ya que la demanda de materia prima será adquirida dentro del país, sustentado de esta manera el crecimiento de la producción nacional.

Palabras claves: taller, uniformes, empresas, unidad educativa, formalidad, telas, máquinas industriales

ABSTRACT

The realization of this project comes from the need to make available to the market specialized in the manufacture of business uniforms and educational institutions craft workshop; has seen the growth of the city towards the north, a latent demand for institutions that still like to dress your corporate staff formally, using the uniform, and another, from the education market, which seeks to provide uniforms according to a modern trend of comfort, flexibility and quality, for the countless activities that the students of various levels.

Based on this, the constitution of the craft workshop comes from the union of people working individually and displayed in pooling their best resources competitive opportunities in the market, since they will work under a name and can capture orders, thus the business opportunity is evident in the amount produced in partnership.

However, that the establishment of the workshop has the key areas for the organization, control and compliance objectives, government support for funding it is essential; as evidenced by the study, it is a viable opportunity, which results in time allow you to convert society into an industrial workshop, which gives the community new places of employment, and mobility as well as benefits to the economy and the resources of raw materials they are purchased within the country, thus sustaining growth of domestic production.

Keywords: workshop, uniforms, business, educational unit, formality, fabrics, industrial machines

INTRODUCCIÓN

La necesidad de crear nuevas actividades de emprendimiento en la ciudad de Guayaquil, originada por el crecimiento significativo del número de habitantes y de establecimientos educativos así como de empresas, ha motivado la realización del proyecto, cuya finalidad es promover la creación de una microempresa que se especialice en la confección de uniformes.

La expansión de la ciudad, especialmente en la zona norte, ha sido significativa en los últimos años y ha generado nuevas plazas comerciales de diversos servicios y productos para atender de manera inmediata a quien lo necesita. La competitividad se encuentra a la orden del día y las empresas a través de sus cadenas de valor procuran entregar calidad y buena atención.

Entre las necesidades sociales, se encuentra la de proveer los servicios de confección de uniformes para los establecimientos educativos y empresas en el norte de la ciudad, que se brinde además del producto tangible que son los uniformes, sea complementado con un excelente servicio personalizado, requisitos fundamentales para posicionarse en el mercado de confección de uniformes.

Ante esta necesidad de adquirir uniformes, es importante evaluar los requisitos económicos con que cuentan para comprarlos y provisión que realizan las empresas para la reposición constante de los uniformes. Desde hace un año, la situación económica del país se encuentra retraída lo cual afecta a diversos

sectores, dado que el escaso flujo de efectivo obliga a priorizar los gastos y organizar las finanzas según el efectivo disponible.

Bajo este contexto se enmarca el desarrollo de este proyecto, que no sólo busca implementar el taller artesanal de confección de uniformes en la ciudad, sino que además plantea la posibilidad de ofrecerlos con calidad y a precios accesibles, estableciendo estrategias comerciales ajustadas a la realidad económica de los compradores.

Por tal motivo se realiza el estudio de mercado al segmento al cual se va a dirigir la empresa, establece cuáles son los requerimientos y prendas que tienen más acogida en las instituciones educativas y empresariales, para de esta forma lograr una gestión comercial personalizada y proactiva, que permita forjar una relación a largo plazo con los clientes.

CAPÍTULO 1:

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Problemática y Justificación

Al inicio de la civilización, el hombre buscó satisfacer sus necesidades por medio de los recursos que la naturaleza puso a su alcance, ya sea para alimentación o vestimenta, en esta última utilizó inicialmente el cuero para cubrir sus cuerpos, luego fue la lana, que a lo largo del tiempo, ha sido la principal materia prima para este fin.

De acuerdo con La Asociación De Industriales Textiles AIT (2014), la actividad textil comienza desde la época de la colonia, en la que el principal proveedor era la lana de la oveja y existían varias haciendas para el mantenimiento y crianza de rebaños, convirtiéndose en una inversión, puesto que contenía la principal materia prima para los obreros y así poder elaborar los tejidos.

La lana proveniente de la cubierta de las ovejas fue la principal herramienta para elaborar los tejidos, tal es el caso que para los años 50 llegó a convertirse en una materia prima importante de comercialización. En el gobierno de Camilo Ponce Enríquez se impulsó la Ley de Fomento Industrial el cual buscó promover la industria textil, ley ratificada en 1956 por el presidente Velasco Ibarra.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2013):

La industria textil fue la más representativa del país en esa época y donde más se evidencia la sustitución de importaciones. Su desarrollo se debió a la existencia de materias primas básicas, abundancia y destreza de la mano de obra, mercado relativamente amplio y poco exigente, sin embargo los géneros finos o de tipo especial se siguieron importando porque resultaba muy costoso fabricarlos en el país para un mercado muy reducido. Esta industria se concentró en la sierra, a pesar de que la materia prima provenía de la costa y gran parte de la producción se dirigía a dicha región. (p.33)

Los linajes más finos eran importados, después de un proceso dotado de modernismo, los mismos que se los cambiaba a distintas tonalidades y textura, para satisfacer un mercado pequeño pero importante que requiere de telas más sofisticadas de lo que la industria nacional era capaz de producir, pues eran de menor calidad y se dirigían a un mercado local más amplio.

¿De qué manera contribuye a la sociedad la creación de un taller artesanal en la zona norte de la ciudad?

El desarrollo de la ciudad se refleja en su crecimiento comercial y poblacional, con lo cual se crea una oportunidad de negocio para poner a disposición los productos y servicios que involucra en este crecimiento, con la finalidad de, ser más dinámicos y que las distancias sean más cortas, en una

ciudad tan grande como es Guayaquil, puede así encontrar al alcance, cerca de su hogar o lugares de trabajo los productos o servicios que se necesiten como la confección de uniformes.

Según lo explica Menoscal (2012)

El crecimiento de la ciudad se ha realizado de acuerdo a las necesidades propias del desarrollo urbano, tanto a nivel residencial, como comercial, industrial, de zonas verdes y de recreación. Así, se ha conseguido un desarrollo horizontal, cuya construcción de urbanizaciones, Centros/Plazas Comerciales, Edificios de Departamentos, Oficinas, etc., han dado lugar a nuevas áreas de expansión urbana. (p.2)

Entre la diversidad de servicios se encuentran las unidades educativas y las empresas que han decidido expandirse hacia el norte de tal manera que el público pueda acceder con mayor facilidad, sin la necesidad de movilizarse a grandes distancias, para que dispongan y elijan lo que esté de acuerdo a sus posibilidades y necesidades.

La microempresa que se ofrece en este proyecto, es la de confección de uniformes para unidades educativas y empresas, debido a que en el país aún se conserva la costumbre de asistir con formalidad hacia los puntos indicados, dicha empresa se crea bajo la necesidad de brindar el servicios personalizados de confección en la zona norte de la ciudad.

Como se indicó en el apartado anterior, la ciudad está creciendo hacia el norte, por lo que el mercado potencial se deriva en este sector y la creación de

centros educativos modernos y réplicas de instituciones educativas tradicionales que se están construyendo en esa zona

¿Cuál es la característica diferenciadora en la confección de uniformes que se entregará a los clientes?

El valor agregado que se ofrecerá a diferencia de la competencia será el precio, el servicio y la calidad de productos confeccionados que se entreguen para que exista una notable diferencia y se acople no solo a las necesidades del cliente, sino que sea innovadora en material y modelos de acuerdo con los estándares que se requieren para cada empresa, así como también brindar sugerencias y recopilando información de lo que se requiere.

El desarrollo de este tipo de empresas ha sido lento debido a la falta de capital e interés en realizar inversiones y por otra parte que la exigencia del público, en cuanto a calidad de tejidos, modas, entre otros. Sin embargo, a partir del nuevo periodo presidencial del Econ. Rafael Correa se ha propuesto que el mercado nacional sea quien de abasto a la demanda local.

CEPAL (2013) “el abastecimiento del consumo interno, meta principal de la industria ecuatoriana, ha sido logrado íntegramente por algunas ramas, pero subsisten muchas que cubren sólo una parte de él, como la textil, papel y cartón, vidrio y cerámica” (p.73).

¿La instalación del taller artesanal contribuye al crecimiento de la ciudad?

Es evidente el crecimiento de Guayaquil en los últimos 15 años, su progreso y desarrollo se lo evidencia en las edificaciones, medios viales, llegando a un crecimiento urbanístico que se ha extendido hacia el norte, estableciendo una cara más moderna hacia este sector, por lo cual las empresas han encontrado una oportunidad de negocio en poner a disposición de los habitantes diversidad de servicios y productos.

De acuerdo con la clasificación por sector que realiza la Superintendencia de Compañías existen en la ciudad de Guayaquil 1287 empresas medianas y pequeñas constituidas, que se evidencia que las de comercio son las que tienen mayor posición en la ciudad, por lo que se entiende que el crecimiento se da en función de la cantidad de habitantes y cuya actividad es la del comercio ya que se necesita de proveer de forma más directa a la ciudadanía de bienes y servicios para su consumo. Por lo que la instalación del taller artesanal sería una opción favorable para el sector norte de la ciudad, en vista de la necesidad de incremento de actividades que existe.

Tabla 1
Actividades por Sector Guayaquil

Sector	Cantidad	%
Actividades inmobiliarias, empres. y de alquiler	63	4.54%
Administración pública y defensa; planes de Seg.	51	10.89%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	79	5.70%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos	766	55.23%
Construcción	35	2.52%
Industrias manufactureras	185	13.34%
Intermediación financiera	14	1.01%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	94	6.78%
	1,287	100%

Superintendencia de Compañías, 2015

Es por tanto que se considera como una oportunidad el aportar a este crecimiento de la ciudad en la creación del taller artesanal puesto que va a brindar servicio de confección para los colaboradores de empresas e instituciones educativas que se encuentren en el mismo sector, beneficiando en tiempo y distancia.

De acuerdo con el informe de CEPAL (2013) explica

La industria textil contó para su implantación y crecimiento con algunos factores favorables: existencia de materias primas básicas; mano de obra abundante y experta; mercado relativamente amplio y poco exigente (...) la modernización de las plantas textiles, junto con una mejor organización, permitían reducir los costos y ampliar el mercado. (p.74)

Es por ello que en la ciudad de Guayaquil, existen alrededor de 40 empresas registradas que se dedican a la confección de uniformes, de los cuales alrededor de 12 empresas están establecidas en el norte de la ciudad, la competencia es fuerte debido a que por varios años se han dedicado a esta actividad y son especializados en la elaboración de las prendas ya sea con materia prima nacional o extranjera, de acuerdo con la solicitud de la demanda.

Objetivos

Objetivo General

Establecer la viabilidad de crear una microempresa dedicada a la confección y comercialización de uniformes para centros educativos y empresas en la zona norte de la ciudad de Guayaquil así como brindar la calidad del producto y precio diferenciado.

Objetivos Específicos

- Explicar los conceptos y las actividades que integran el proceso.
- Definir el mercado potencial en el cual se desea incursionar.
- Proponer la creación estratégica de la microempresa de confección de uniformes.
- Presentar los impactos esperados en la creación de la microempresa.
- Evaluar la viabilidad del proyecto como inversión.

Metodología de la Investigación

Se utilizará la Investigación Aplicada, porque es la que orienta al investigador sobre la situación actual para tomar decisiones sobre acciones, establecer normativas, estrategias y correcciones.

“La investigación Aplicada: Práctica, empírica, experimental o tecnológica es aquella empeñada en trabajar con los resultados de la investigación pura, con el fin de utilizarlos en beneficio de la sociedad” (López, 2002 p.23).

La investigación que se llevará a cabo tiene como objetivo indagar la situación actual, basándose en documentación y visitas de campo que permitan conocer la realidad y extraer conclusiones por parte del investigador. La Investigación Cualitativa sustentará la de recopilar datos en este proyecto.

“Se la presenta como diversos modos de comprender e interpretar la realidad social, se concibe como formas de investigar en las que se consolida de manera estructurada una opción epistemológica” (Galeano, 2004 p.73).

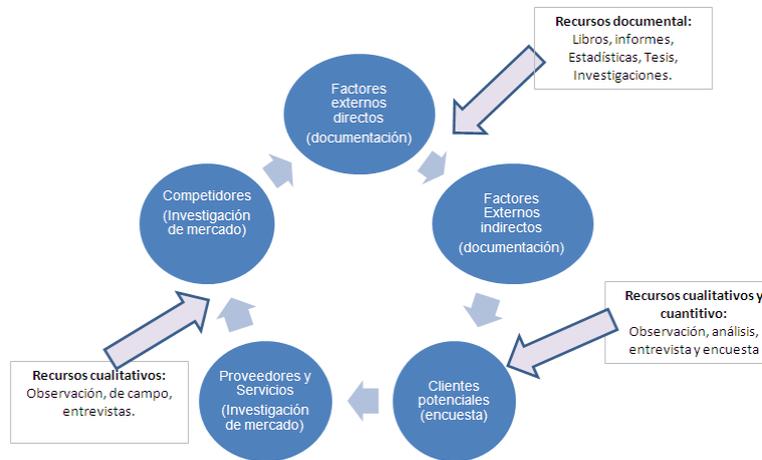


Figura 1. Metodología de Investigación.
Segarra (2011) Métodos de investigación

Para realizar el análisis y estudio sobre las actividades que involucra el proyecto de confección de uniformes se debe recabar información sobre los recursos que son necesarios ya sean técnicos, humanos y operativos, como son los instrumentos básicos para emprender el negocio, a más de ello también se investiga sobre el sector en el cual se pretende incursionar.

Las fuentes de información que proveen datos importantes provienen de entidades públicas como el Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Industria y Productividad, entre otros, que se puede rescatar información externa de la situación del mercado, sin embargo también se considera como parte del estudio a los proveedores, posibles clientes y conocer a la competencia directa y de esta manera obtener un criterio amplio sobre el medio y situación que se va a desenvolver la empresa.

Para conocer el mercado en el que se desea incursionar se debe realizar la investigación mediante la observación y visitas de campo, en la que el investigador pueda emitir su criterio, fundamento de su investigación sobre las necesidades del consumidor potencial y lo que se observa en el mercado, en base a precios, calidad y disponibilidad, de tal manera que se ofrezca un producto diferenciado y conocer de cerca las necesidades por medio de herramientas de investigación como son la encuesta y entrevistas.

Es importante recalcar, que este estudio se realiza sobre prendas específicas que tienen un modelo estándar, sobre las cuales se van a establecer precios y costos, pero sí se va a tener la oportunidad de ampliar la diversidad de artículos según la necesidad del mercado.

La investigación tendrá impacto social y económico para beneficiarios directos como son los trabajadores del taller y los provenientes de la cadena de valor que de una u otra manera también tienen un beneficio, en especial con la adquisición de la materia prima que propicia el consumo del producto nacional, mediante la selección de proveedores que brinden calidad y precios acuerde a lo que busca el taller y requieren los clientes.

Se detallan los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto, con la finalidad de calcular los flujos que se generarán y establecer la viabilidad financiera a través de herramientas y fórmulas que permitan evidenciar si el proyecto es consecuente y sostenible en el tiempo.

Enfoque de la Investigación

Los dos enfoques que se aplican son el cualitativo y cuantitativo, que se expone su concepto para poder evaluar en el proyecto propuesto.

Cualitativo

De acuerdo con Galeano, (2004) “aborda realidades subjetivas como objetos legítimos de conocimientos científicos, busca comprender desde la interioridad del pensamiento. Estudia la dimensión interna y subjetiva de la realidad social como fuente de conocimiento” (p.15). Aborda el conocimiento abstracto para encontrar su realidad en base a teorías científicas con la finalidad de poder encontrar el razonamiento de la existencia de la situación percibida por el investigador.

Cuantitativo

Siguiendo con Galeano, (2004) “permite formular hipótesis sobre relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que se estudia, continúan con el proceso de recolección de datos en base a conceptos empíricos, medibles, derivados de conceptos teóricos” (p.18). Por medio de este enfoque se aporta en el proyecto con el proceso de recolección de datos para luego encontrar la realidad y cotejarlo con lo supuesto que originó la investigación.

Alcance de la investigación

Tiene como objetivo la investigación poder conocer datos científicos y teóricos sobre el tema propuesto en la implementación del taller artesanal, el mismo que permite obtener información del entorno para poder evaluar, tabular y conocer de cerca la realidad del mercado y sobre la cual se deben realizar estrategias para poder llevar a cabo el proyecto.

Diseño de Investigación

Se aplica el diseño de investigación experimental, que de acuerdo con Gómez, (2006) “un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes para analizar las consecuencias sobre una o más variables dependientes dentro de una situación de control creada por el investigador” (p.87).

Con las variables dependientes e independientes generadas para establecer la problemática encontrada, se establece una secuencia de teorías con el fin de redactar los temas más relevantes y que aportan en la investigación para la implementación del taller.

Marco Teórico

1.1. Sistema de Confección de Uniformes

La industria textil enfocada en la confección de uniformes se ha beneficiado con relación al consumo local, debido a las tarifas aduaneras

impuestas para reducir las importaciones que de tejidos más finos, accesorios y confecciones de alta costura. El sector de la manufactura ha contribuido para el país en su crecimiento económico, sin embargo la incorporación en la ciudad de Guayaquil de un taller que confeccione uniformes, ayudará a dinamizar de mejor manera la cobertura de la demanda. En el país existe dos tipos de sistema de confección de uniformes: que son: Empresarial y Artesanal que a continuación se brinda un detalle amplio.

1.1.1 Sistema Empresarial:

Esta clase de empresas son las que cuentan con una organización interna adecuada basada en manuales y procedimientos para actividades su trayectoria ha hecho que cuenten con la experiencia y la adquisición de maquinarias modernas y adecuadas para la fabricación en serie de prendas de vestir, cuya demanda es diferente a la de confección de uniformes. Generalmente están agrupadas en las Cámaras de Pequeñas Industrias.

Laudon (2004) afirma: “El Sistema empresarial almacena la información de producción, a la cual los representantes de servicios a clientes pueden tener acceso para revisar el progreso del pedido a través de cada etapa del proceso de manufactura” (p.54).

El personal se encuentra especializado en la manipulación de máquinas como: empacadoras, cortadoras, máquinas industriales, planchas, entre otros, por lo tanto la mano de obra es especializada.

1.1.2. Sistema Artesanal:

Por otra parte se encuentra el sistema artesanal, que se encuentra conformado por pequeños negocios con estructura regular, adecuada especialmente para realizar trabajos en menor cantidad por lo que disponen de maquinaria elemental para cumplir con los pedidos que no son de gran escala pero, generalmente son pedidos fijos y por unidades.

En el aspecto formal, los talleres textiles cuentan con las máquinas necesarias y personal es de hasta 10 operarios que realizan actividades básicas, como las de especializarse en la confección de uniformes para los que utiliza moldes estándar establecidos que permiten ejecutar la actividad sin mayor riesgo o problemas.

En el país la confección artesanal de manera individual ha sido una actividad utilizada como medio de subsistencia y generalmente realizada en los domicilios, al agruparse varias personas con un mismo fin que consiguen establecer un taller, en donde la confección se la puede realizar con mayor volumen y satisfacer a más público con la finalidad de llegar a más sectores de la ciudad.

De acuerdo con El Telégrafo (2013) detalla

Hay programas como Hilando el Desarrollo en que artesanos fabrican y venden al Estado uniformes para las escuelas públicas (...) Ahora el sistema aprueba que estas mipymes puedan venderle al Estado y eso permite que se incentive la producción nacional, la redistribución del ingreso y el empleo.

El fin de la unidad de artesanos que conforman un taller es poder obtener una rentabilidad acorde a la mayor cantidad de trabajos que deben confeccionar a diferencia que si lo hicieran de forma individual.

1.2. Administración de la Cadena De Abastecimiento en el Comercio Colaborativo.

Este apartado corresponde a la utilización de factores externos que son necesarios para la confección de uniformes, mediante la eficiencia de los proveedores y la correcta elección de los mismos para que cumplan con la calidad y entrega, puesto que depende de ellos el éxito de entregar productos de alta costura.

De acuerdo con lo explicado por Laudon (2004) indica que:

La cadena de abastecimiento consiste en el enlace y coordinación de las actividades involucradas en la compra, elaboración y desplazamiento de un producto. Integra los procesos logísticos del proveedor, el fabricante, distribuidor y cliente para reducir tiempo, esfuerzo redundante y costos de inventarios. (p.55)

La cadena de abastecimiento es la actividad que permite integrar varios procesos, desde la adquisición de la materia prima, pasando por la transformación, la comercialización y distribución, hasta llegar a las manos de los clientes finales. En esta gestión general de las actividades la tecnología tiene un papel fundamental, puesto que cada vez existen máquinas y procesos que se van mejorando con la finalidad de ahorrar tiempo, producir más y reducir gastos.

Por lo anterior, si bien es cierto el taller artesanal cuenta con las áreas básicas para operar y que se interrelacionan en su operatividad, se debe considerar los complementos para hacer efectivo su propósito, como es la tecnología para las maquinarias, los medios electrónicos para la comercialización, sistema integrado y por último la logística o distribución de los uniformes.

1.3. Micro Empresa Ecuatoriana

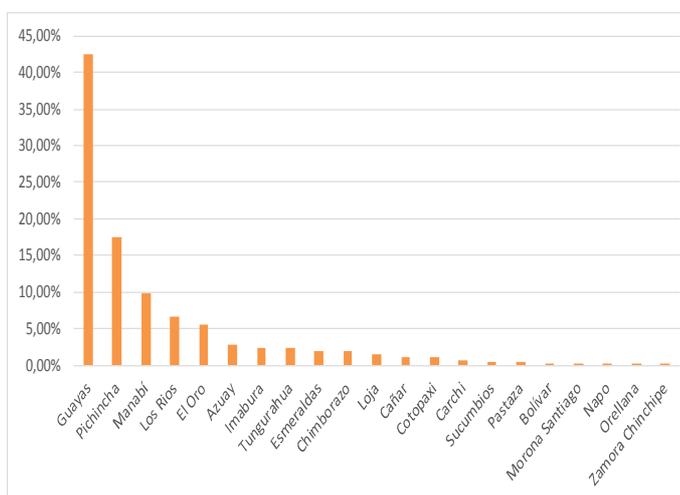
Las microempresas en el país están conformadas por no menos de 10 diez personas, generalmente están conformadas por grupos familiares y tienen una tendencia aproximada de vida de 10 a 20 años, quienes se especializan en actividades definidas que por lo general las efectúan de forma manual.

De acuerdo con un estudio efectuado por USAID en Ecuador se estima alrededor de 646.000 micros negocios, quienes desarrollan actividades de forma individual.

En la provincia del Guayas, es donde más se encuentran diversos negocios denominados micro empresas con el 42%, le sigue la provincia del Pichincha con el 17%, esta amplia diferencia se debe a que en Guayaquil es un ente comercial, además de tener el puerto principal donde se encuentran diversidad de comercios, creados con iniciativa de las personas y que parten de sus habilidades para emprender nuevos negocios que fomenten los ingresos familiares.

Tabla 2
Composición de micro empresas por provincias

Provincia	Composición
Guayas	42,50%
Pichincha	17,60%
Manabí	9,80%
Los Rios	6,70%
El Oro	5,50%
Azuay	2,70%
Imabura	2,30%
Tungurahua	2,30%
Esmeraldas	2,00%
Chimborazo	1,90%
Loja	1,50%
Cañar	1,10%
Cotopaxi	1,10%
Carchi	0,70%
Sucumbios	0,50%
Pastaza	0,40%
Bolívar	0,30%
Morona Santiago	0,30%
Napo	0,20%
Orellana	0,20%
Zamora Chinchipe	0,10%



Estudio USAID sobre Micro empresas. Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional USAID fue fundada en 1961 por el Presidente John F. Kennedy como una agencia federal que proporciona financiamiento y asistencia técnica para apoyar las iniciativas de desarrollo en más de 80 países alrededor del mundo.

Las micro empresas en el país son las principales generadoras de empleos con el 44%, las Pymes con el 17% y las grandes con el 25%, (INEC, 2010), a pesar de contar con menos trabajadores por nómina, pero son las que se crean con más continuidad, ya que se establecen de forma individual especializado en los servicios, o las que son formadas en base a asociaciones entre relacionados o familiares, por lo tanto las micro empresas constituyen un gran porcentaje a generar ventas reales y aportar así a la economía del país.

De acuerdo con la explicación de Many (2012):

Las Mipymes en Latinoamérica juegan un importante papel de carácter social, tanto como creadoras de empleo y amortiguadores del problema de

desempleo al ser intensivas en este factor, como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos semi o escasamente cualificados. (p.14)

Se dedican a diversas actividades entre las principales el comercio, diseño y actividades manuales entre ellos artesanos, cocineros, ebanistas, tejeros, entre otros. Como se puede apreciar en el siguiente cuadro elaborado por el estudio de la Escuela Politécnica del Litoral elaborado en el 2012.

De acuerdo con la información publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2010) “el 48,9% del total de empleo es generado por emprendimientos de 1 a 10 empleados. Las micro y pequeñas empresas generan 67.1% del total de empleo. En el área rural, el 52,9% de los hombres trabajan en microempresas” (sp). El 64,8% de las mujeres trabajan en microempresas. En el área Urbana el 43,7% de los hombres trabajan en microempresas y el 56,5% son las mujeres.

La nueva matriz productiva que se implementa en el país involucra a este segmento de la economía de las Mipymes, las mismas que se encuentran capacitadas para satisfacer la demanda nacional e impulsar sus destrezas hacia el mercado externo, por lo tanto lo que requiere el gobierno es fomentar este segmento dedicado a la producción de diversos productos y servicios, para que generen productos agregados y competitivos.

Tabla 3
Actividades de ocupación de las pequeñas y medianas empresas

Actividades de ocupación	%
Vendedores de tiendas y almacenes	18%
Vendedores de kioscos y puestos de mercado	14%
Vendedores populares y productos comestibles	9%
Vendedores populares y productos NO comestibles	7%
Gerentes de comercios mayoristas y minoristas	5%
Costureras, bordadores y afines	4%
Conductores de automóviles, taxis y camionetas	3%
Cocineros	2%
Artesanos de la madera y materiales similares	2%
Panaderos, pasteleros y confiteros	2%
Ebanistas y afines	2%
Tejedores con telares o tejidos de puntos	2%
Sastres y modistos	2%
Zapateros y afines	2%
Peluqueros	1%
Otros	25%
TOTAL	100%

Escuela Politécnica del Litoral, 2012

Según el Censo Nacional Económico (CENEC) realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), “las Mipymes, dentro del tejido empresarial nacional, tienen un aporte significativo ya que 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de esa categoría” (p.9).

De acuerdo con el número de empleos generados se considera que para las micro empresas el número de colaboradores es desde 1 a 10 incluido el propietario, se determina que esta clase de empresas son las que aportan con mano de obra calificada y especializada para las actividades que realizan.

Tabla 4*Empresas y mano de obra estimada en las pequeñas y medianas empresas*

Empleados por empresa	Número de empresas registradas	Mano de obra estimada
1	445.553	445.553
2	113.484	226.968
3	49.004	147.012
4	18.055	72.22
5	9.027	45.135
6	4.513	27.078
7	1.935	13.545
8	1.935	15.48
9	1.29	11.61
10	645	6.45
11	644	7.084

Estudio de Microempresa del Ecuador, USAID (2010)

Al referirse sobre el plan gubernamental sobre la inclusión económica popular y solidaria está encaminada a la estructuración de actividades económicas con diversidad de participantes, en el cual el objetivo es la relación de interdependencia por medio de la solidaridad a largo plazo, orientados hacia los procesos democráticos para el desarrollo de los diversos sectores.

El programa de Economía Popular y Solidaria brinda a la sociedad la oportunidad de involucrar emprendimientos privados y públicos que beneficien a la población, los cuales permiten dinamizar la economía y realzar la producción nacional para que de esta manera tanto el estado como el público se comprometen en el apoyo mutuo para fomentar el consumo nacional.



Figura 2. Economía Popular y su relación con la Economía Solidaria
Ministerio de Coordinación de la Política Económica (2012)

En este sentido la Economía Solidaria, propone en el sector popular programas para su integración en la competitividad en el mercado, es así que se han creado nuevos espacios para concursos públicos en las que varias personas naturales puedan reunirse para participar bajo una sola denominación.

Lo que pretende SENPLADES es transformar la matriz productiva tradicional del país, actualmente especializada en la comercialización nacional e internacional de productos primarios, hacia actividades nuevas encaminadas a generar un valor agregado en la diversidad de productos o servicios que se ofrezcan. De acuerdo con la publicación del INEC, (2010), el comercio de bienes y servicios que predominan las pequeñas y medianas empresas es en el área comercial con el 55.6%, seguida de servicios con el 34.7%, con menor proporción se encuentran las actividades de manufactura entre ellas las de confección de prendas de vestir y uniformes. Con respecto a este análisis este sector de confección es la menos saturada y de menor competencia que las demás actividad que se orientan los pequeños negocios.

El comercio de bienes y servicios es el área que predomina en las microempresas; en menor proporción está la manufactura.

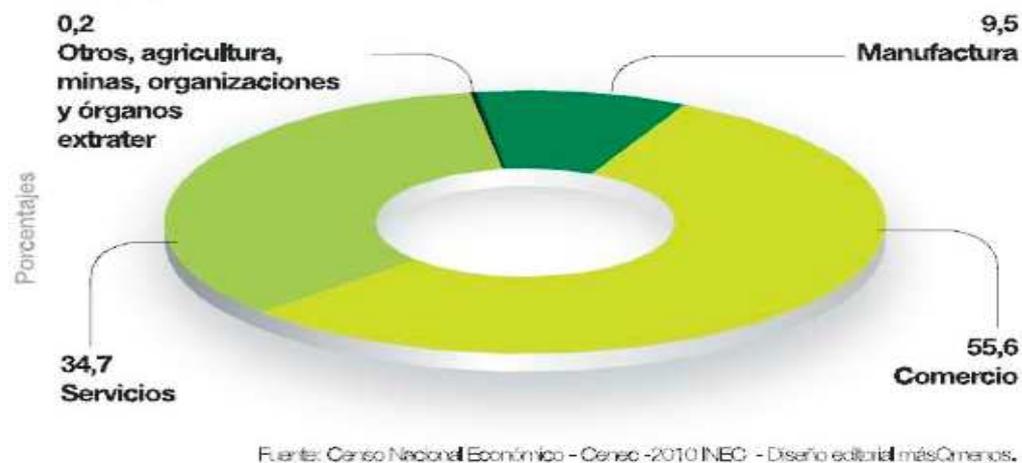


Figura 3. Microempresas a nivel nacional INEC, (2010)

Por medio de la asociación entre micro empresarios se fomentará la competitividad, con la finalidad de poder abarcar más mercados y lograr competir con las empresas grandes y que cuentan con un capital estable que las hace más fuertes. Por lo consiguiente, la estrategia de asociarse les permitirá alcanzar una mayor fuerza en las diversas actividades que realizan hacia un fin común

1.4. Programa Hilando el Desarrollo

Por medio del programa de inclusión económica y social, muchos artesanos se vieron beneficiados ya que su producción aumentó al ser encargados de la fabricación de uniformes escolares para instituciones públicas, así como la elaboración de los uniformes de las empresas estatales, llegan a ser 162 micro empresarios registrados por medio del sistema de compras públicas y que deben cumplir con los requisitos establecidos para poder ser incorporados a la base de proveedores, fomentar así el desarrollo económico de este segmento de la economía del país.

De acuerdo con la publicación de Revista Líderes (2014)

Cada artesano contrata en promedio a cinco operarios. Hasta el año pasado se les pagaba el salario básico unificado de USD 340 o recibían un sueldo por obras del día. Los profesionales de la textilería obtienen una utilidad de USD 4 000 a USD 5 000 cada uno en temporada alta de trabajo. El contrato que el año pasado se estableció con el programa Hilando el Desarrollo fue de alrededor de USD 1,2 millones por la elaboración de los uniformes para 30 planteles educativos. (p.25)

En este programa nacional, además de proponer nuevos participantes en el mercado para proveer de los servicios, también reciben beneficios adicionales como la capacitación de pasantes universitarios, cursos de Informática y capacitación sobre normas tributarias.

1.5. Maquinaria para Confección de Uniformes

La industria textil por medio de maquinaria industrializa tecnificada da los acabados especiales que requieren los uniformes escolares y empresariales. Por lo tanto se necesita del conocimiento de las máquinas adecuadas y técnicamente apropiadas para la confección de dichas prendas.

1.5.1 Máquina recta industrial

Son de cama plana tiene un pedal y rodillera, requiere de una sola aguja. Estas máquinas sirven para unir las telas de acuerdo a cada modelo por medio del uso del hilo. La puntada que realiza este tipo de máquina es en forma de cadena. Es una de las máquinas más comunes en las empresas de confección porque

realizan varias operaciones como: unir piezas de tela, pespuntar, hacer bolsillos y pegar parches.



Figura 4. Máquina de coser recta
Fuente: Máquina de coser, blogspot

1.5.2. Máquina cerradora de codo

Estas máquinas con alimentación en el brazo son rápidas. Todos los modelos están equipados con un rollo de alimentación superior ancho (0,588 pulgadas, 14,9 mm) operado por un sistema de correa que usa la tecnología más moderna, con menos vibraciones y da como resultado costuras más planas y consistentes.



Figura 5. Cerradora de codo
Fuente: Máquina de coser, blogspot

1.5.3. Máquina Overlock:

Sus características son la variedad de modelos de Costura, enhebrado simple, regulador de ancho overlock y de puntadas, sistema sobre el overlock de seguridad.



Figura 6. Máquina overlock
Máquina de coser, blogspot (2015)

1.5.4. Máquina Botonera Bordadora

Con hilos automáticos y sistema de lubricación, sensor giratorio de hilos y bobina para guardar diseños en la memoria.



Figura 7. Máquina botonera bordadora
Máquina de coser, blogspot (2015)

1.5.5. Máquina de Dos Agujas

Con las siguientes características:

- Con alimentador superior variable para eliminar torceduras o arrugas y empatar correctamente las dos piezas por coser.
- Asegura un funcionamiento sin problemas en costuras de alta velocidad, la relación diferencial del alimentador inferior puede ajustarse rápidamente con una palanca, la cantidad del alimentador superior también se puede ajustar hasta 5 mm usa un tornillo y la longitud del punto de costura puede ajustarse simplemente aprieta un botón.
- Esta nueva serie asegura una alimentación más suave y obtiene una costura terminada sin torcer el material.
- Equipada también con un "pedal flotante", para poder ejercer la mínima presión sobre el pie.



Figura 8. Máquina de dos agujas
Máquina de coser, blogspot (2015)

1.5.6. Atracadora Industrial

Posee las siguientes características:

- La máquina alcanza una velocidad máxima de 2.500 rpm.
- Puede usar mayor variedad de hilados que las máquinas convencionales.
- Un área de costura que se puede usar para un mayor rango de aplicaciones.
- Panel de control completamente equipado y fácil de usar.

- Prensa intermedia que agarra con seguridad el material.
- Mayor altura del pie.
- El cabezal está diseñado para mejorar el funcionamiento.
- Se mejoraron las condiciones de respuesta, su baja vibración y reducción de ruido crean un ambiente de trabajo más cómodo.



Figura 9. Máquina atracadora industrial
Máquina de coser, blogspot (2015)

1.5.7. Cortadoras Eléctricas

Son máquinas de cuchillos rotatorias, las cuales son adecuadas para cortes o con curvas graduales. Por otra parte la máquina de cuchilla recta que efectúa el corte correctamente es versátil y exacta. Permite cortes de gran exactitud por lo delgado de la banda. Estas máquinas realizan el corte de tela una vez realizada es prácticamente imposible corregir los errores.

1.6. Política de Calidad

De acuerdo con Durán (2002) define: “como las directrices y objetivos generales de la empresa relativos a la calidad, expresados formalmente por su dirección general”. (p.37), normalmente se encuentra plasmado de la siguiente manera:

- Manual de calidad
- Programa o planes de calidad
- Procedimientos o instrucciones que describan la metodología de aplicación.

1.7. Tipos de Confección de Prendas de Vestir

En la confección de prendas de vestir específicamente uniformes el país cuenta con proveedores nacionales con lo relacionado para los insumos como son: cierres, hilos, broches, botones, necesarios para los uniformes que sean de buena calidad y también de fabricantes de telas nacionales para la confección de uniformes, que a continuación se detallan de forma específica cuáles son las principales formas de confección.

1.7.1 Uniformes

Es una ropa estándar, que es usada por el recurso humano de las empresas o instituciones educativas y que pueden ser clasificadas de la siguiente manera:

- Uniformes del diario y de educación físicas para instituciones educativas
- Uniformes para empresas públicas y privadas
- Uniformes de equipo de fútbol

En Ecuador existen fechas determinadas en la que la producción se incrementa especialmente para la temporada escolar en que los artesanos se preparan para la fabricación de los mismos, que en la zona costa en los primeros meses del año desde febrero hasta abril y en la sierra desde julio hasta septiembre.

1.8. Productividad de la Mano de Obra

Según Fondo Monetario Internacional (2006) “Esta variable se define como la relación entre el volumen de producción y número de empleados del sector” (p.135). Por lo tanto la contratación de la mano de obra para la confección de uniformes debe ser especializada y formada en el ramo que se va a desempeñar en el taller, aunque la destreza de cada miembro debe ser impartida entre todos los colaboradores para que tengan el conocimiento integral de todas las actividades que se realizan.

Mediante la productividad se puede medir la capacidad de eficiencia y desempeño, entre lo que el grupo de artesanos produzcan en el taller versus la contratación que tienen que cumplir para entregar, la misma que debe ser 100% cumplida en el caso de requerir para cumplir con la productividad se deben realizar jornadas extras de trabajo, lo cual involucra otros aspectos como tiempo, horas extras, entre otros.

Sin embargo lo que atañe a este proyecto es como servir eficientemente en el taller para lograr cumplir oportunamente con los pedidos de uniformes, para mitigar errores y evitar retrasos.

1.9. Empresas Pequeñas Y Medianas

Entre las actividades para que las pequeñas y medianas realicen para que puedan sobresalir, debe estar regido bajo los principios de Administración, por lo tanto las actividades que se deben ejecutar son:

- Realizar reuniones entre los propietarios y jefes asignados para supervisar cada área.
- Revisar constantemente la contabilidad de costos, diseñar métodos y formatos de control.
- Elaborar el presupuesto por área para revisar el cumplimiento y corregir desvíos.
- Preparar informes de ventas, producción, inventario, flujos de tesorería y análisis de estados financieros.
- Revisar periódicamente los resultados que se han obtenido.

1.10. Economía De Escala

“Ocurre cuando el costo total promedio de producción a largo plazo disminuye a medida que aumenta la producción” (Miranda, 2005, sp). Este término de economía de escala es de uso común por la microeconomía que consiste en reducir costos y aumentar la producción, esto es mediante la elaboración en gran cantidad de volumen sobre los artículos fabricados y evitar desgastes de materia prima innecesarios.

1.11 Maquila

Se caracteriza por realizar sub actividades de una actividad principal con relación al proceso productivo de alguna actividad industrial. “Dentro de la política de globalización, las maquilas constituyen una de las modalidades preferidas por los países industrializados para mejorar su competitividad

internacional y aprovechar entre otros factores los bajos salarios en las naciones menos desarrolladas” (Riveros, 2006, p.56).

El estilo de maquila consiste en elaborar en un determinado lugar en donde se concentre la mano de obra y materiales más baratos para la producción de prendas de vestir o de cualquier otro artículo que se lo requiera producir de forma pasiva y cuya demanda en el mercado asegure las ventas en la región y localmente.

1.12. Estilos de Vida

“Modo de vivir que se caracteriza por la forma en que la gente emplea el tiempo (actividades), por todo lo que considera importante y por lo que piensa la persona de ella misma y del mundo que la rodea” (Santesmases, 2012, p.107)

Los gustos y preferencias van en conjunto con el estilo de vida, debido a que si son personas que van de acuerdo con las normas impuestas de la sociedad, el trabajo es parte del desarrollo personal y el uso del uniforme deben ser utilizados de manera apropiada. Así como también los niños y adolescentes al pertenecer a un grupo familiar en donde las costumbres y estilos de vida están regidos por las personas adultas que las rodean sabrán que deben apegarse a las normas y buen uso del uniforme.

Base Legal

Constitución de la República

Art.288.-Compras públicas

Art.309.-Inserción del sector financiero popular y solidario en el Sistema Financiero Nacional.

Art.311.-Tratamiento diferenciado y preferencial del Estado a las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario y del micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

Art.316.-Delegación de sectores estratégicos

Art.321.-Propiedad comunitaria, asociativa, cooperativa

Art.325.-Trabajo autónomo y auto sustento

Algunos productos textiles como cortinas o alfombras deben cumplir con los requisitos de protección contra el fuego para de esta manera garantizar que el producto no se encienda fácilmente ante una llama o fuente de calor.

Requisitos para calificar como taller artesanal

De acuerdo con la página de Maestros y Artesanos autónomos indica que para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda y adjuntar los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)

- Copia del Título Artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior

Es importante conocer los diversos aspectos y fundamentos que involucran poner en marcha un taller artesanal, a diferencia de un negocio particular, no cuenta con las formalidades que una microempresa debe tener, como la organización, normas, reglas claras para personal y el cliente.

CAPÍTULO 2: EL PROYECTO

El proyecto está orientado a la confección de uniformes para empresas e instituciones educativas, en el norte de la ciudad de Guayaquil, que es moderna, flexible para varios cambios de acuerdo con las tendencias, se ha encontrado una oportunidad de mercado, en el norte de la ciudad, para aprovechar las oportunidades que el gobierno apoya al sector textil, de confección y desarrollar la capacidad productiva local.

Hoy en día un taller de confección es un espacio donde su principal objetivo está en la confección y desarrollo de las prendas de vestir mediante un proceso de continuo desarrollo y con varias tendencias, una es la especialización al dirigirse hombres, mujeres, niños, como prendas para comercializar, de uniformes, sport y casual.

A partir de dicha definición se desarrolla la red de producción, promoción y distribución por lo que se debe tener el equipo suficiente para producir la cantidad de uniformes y lo ideal es tener la suficiente experiencia para producir diversidad de prendas de vestir.

2.1. Características del Producto

Los productos a ofrecer son los uniformes de los cuales se desprenden diferente indumentaria ya que se van a emplear para diferentes actividades, depende de las necesidades de las empresas y para estudiantes.

La empresa debe contar con el servicio de pre venta de manera personalizada, para asistir a los clientes empresariales para proponer alternativas de modelos, así como de exponer las bondades de cada material que se va a utilizar, en las actividades que realice.

La vestimenta de empresas corporativas, tiene acabados diferentes que los uniformes de personal operativo, están expuestos al desgaste regular en las zonas de mayor conflicto como son los cierres, botones, debido a que al estar en oficinas son los puntos que normalmente van a ser utilizados. Para la confección de uniformes empresariales se diferencia en los siguientes:

Tabla 5

Uniformes corporativos

Uniforme	
Ejecutivo	Operativo
Blusas	Overoles
Faldas	Mandiles
Pantalones	
Chalecos	
Vestidos	

Ecuador, Quito (2015)

Uniformes Ejecutivos

Pantalones:

En las empresas modernas en la ciudad de Guayaquil, se ha incorporado como parte del uniforme femenino el pantalón, que ha generado más comodidad para realizar las actividades ya que el personal femenino encuentra en este atuendo muchas ventajas en comparación con la falda.

El uso de pantalón como parte del uniforme, se originó hace más de 20 años en la ciudad, sin embargo hoy en día es una pieza fundamental, porque se incorpora como parte del estilo de vida, gusto y preferencia del personal femenino por la comodidad además de que al relacionar el uso del pantalón con la socialización de la libertad femenina, resulta mucho más flexible y conveniente para realizar sus actividades con libertad, seguridad, elegancia y presencia.

Faldas:

Las faldas son sinónimo de feminidad, elegancia que las damas representan a una institución siempre y cuando sea utilizada con la pulcritud y bajo las normas establecidas por las empresas. El uso de faldas para trabajo va acompañado de medias de nylon que sean apretadas en regular uso de color oscuro.

Tabla 6

Material para pantalón y faldas

Tela	Composición
Orión mix	50% Poliéster 50% Algodón
Fox	100% Poliéster
Araba	100% Oliéster
Bermuda	100% Algodón

Ecuaropa, Quito (2015)

Blusas:

Generalmente son producidas de tela docoma, puesto que les brinda mayor comodidad y frescura para las actividades diarias que deben realizar, esto también se basa en el uso que en promedio es de 8 horas diarias por 5 días a la semana, por lo que su frecuencia de uso es diaria. Esta prenda de vestir se encuentra expuesta a la sudoración del cuello y axilas, por lo que la tela utilizada debe ser de buena calidad. Por otra parte las blusas utilizan botones, también de fabricación nacional por lo tanto deben ser de buena calidad porque son los que abrazan al cuerpo el atuendo y debe sujetarlo con mucha fuerza.

Las blusas de uniforme son de manga larga para las ejecutivas y los puños de las mangas es otra parte sensible, debido a que las actividades de la oficina se orienta a las actividades diarias a desarrollarlas con las manos, como contestar el teléfono, uso de la computadora, buscar documentos o carpetas, si bien es cierto protege la piel de este sector, pero la tela se encuentra mayormente expuesta al uso.

Chalecos:

Es una prenda moderna para suplir al blazer que cubre la parte superior del cuerpo femenino cubriéndola del clima, sol, polvo, entre otros. Se utiliza sin mangas de forma externa sobre la blusa del uniforme de las damas y se lo ajusta por medio de botones. Estos chalecos deben ser elaborados de casimir, que está compuesto por fibras más gruesas y largas, adaptada para climas calientes y frescos.

Blazer:

Es la prenda externa que usa el personal femenino, recubierto con un forro interno para proteger el detalle de la costura, para que tenga mejor acabado y la tela que es utilizada es el casimir no se esponga de manera ligera sino que tenga una postura más firme en el vestir. El blazer recubre desde la cadera, los brazos y algunos son elaborados con cuello y sin cuello, también es de uso diario y por lo tanto al ser expuesto externamente, de forma diaria se debe utilizar con la tela que sea duradera.



**Figura 10. Uniformes ejecutivos
Ecuaropa, Quito 2015**

2.1.2. Uniformes operativos**Overol:**

Los overoles son fabricados de fibras de polietileno de alta densidad y finas de tal manera que forman un tejido uniforme, fuerte y resistente para las actividades que van a realizar los operativos que están expuestos en las maquinarias, protegiéndolos de calor y de sustancias químicas.

Tabla 7
Uniforme overol

Tela	Composición
Gabardina	65% Poliéster 35% Algodón

Ecuaropa, Quito (2015)

Mandil:

Los mandiles se entregan al personal para la protección en los trabajos operativos como limpieza, restaurantes, entre otros, los mismos que contienen el sello de la empresa bordado.



Figura 11. Overoles y mandiles
Fuente: Ecuaropa, Quito 2015

Tabla 8
Uniforme mandil

Tela	Composición
Araba	100% Poliéster
Bermuda	100% Poliéster

Ecuaropa, Quito (2015)

2.1.3. Uniformes escolares

Se especializa en la elaboración de uniformes de tela de algodón, confeccionados en una sola talla única en diversidad de tamaños adaptados para los escolares de edades comprendidas de 4 hasta 17 años.

Las actividades de los estudiantes siempre son dinámica, por lo que se sugiere que debe ser uniformes flojos, cómodos, adaptables para los niños y adolescentes que van a utilizarlos de forma diaria de 7 a 8 horas diarias, por lo que la tela y el modelo a utilizar deben ser con frescura y sencillos.

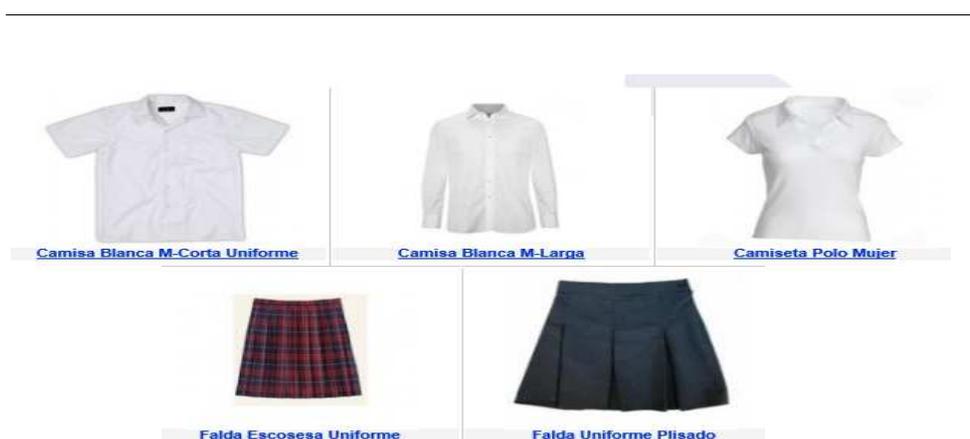


Figura 12. Uniformes escolares Ecuaropa, Quito (2015)

2.2. Cadena de Valor

Se la utiliza para determinar de manera sistemática las actividades de la empresa cómo interactúan entre sí. “La cadena de valor está compuesta por un conjunto de actividades que se realizan para el diseño, producción, distribución, entrega y apoyo de los productos que entrega la empresa” (Medina, 2005, p.285).

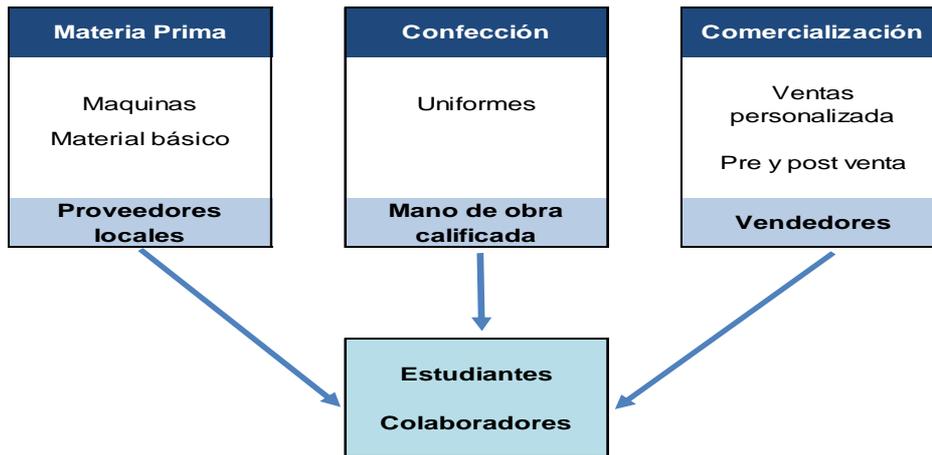


Figura 13. Cadena de Valor confección uniformes
Medina (2005) Gestión por procesos y creación de valor público

Estos eslabones de una cadena de actividades que forman un proceso de actividades de diseño, promoción, confección, comercialización de un producto. Actividades como atención al cliente enfocado en el pre y post venta es el que va agregar el valor de servicio personalizado, comprende de mejor manera que es lo que desea el cliente.

Uno de los soportes internos que debe tener el taller está la gestión administrativa, financiera, tecnológica, recursos humanos. Que si bien es cierto no tienen contacto con los clientes, pero son los que dan el soporte y respaldo para que el área comercial pueda realizar sus actividades con total confiabilidad ya que propician de herramientas adecuadas para que el producto de confección llegue al cliente con una comunicación adecuada en el tiempo oportuno, ya que los asesores dependen del trabajo interno para salir al campo y ganar clientes.

El conseguir las materias primas, depende de la gestión interna que se realice con los proveedores adecuados la adquisición de los materiales de buena calidad, con precios idóneos para comprar el inventario oportunamente. La

confección de los uniformes se requiere contratar de personal calificado que tenga experiencia para la costura y confección, para que el acabado, detalle y costura sea de óptimo acabado, eficientes en el tiempo y los resultados en la calidad del producto. La mano de obra calificada dependerá de la selección adecuada del personal especializado en cada una de las maquinarias y su agilidad en las manos que por lo general las mujeres tienen la destreza y delicadeza.

La comercialización está a cargo de la fuerza de ventas, que son los que buscan los clientes de forma personalizada a empresas e instituciones educativas para captar clientes en el sector norte de Guayaquil, distribuidos estratégicamente en cada sector para que puedan coordinar sus visitas. Por otra parte por ser un producto que no es de venta a diaria sino que corresponde a reposición por cada cierto tiempo, es importante que la presentación de los productos sea con muestras de los materiales que se van a utilizar.

En conclusión sobre la cadena de valor de cada área considerada se evidencia la importancia, de la adquisición de la materia prima, esto comprende poder contar con los proveedores adecuados para que el producto final que se entregue al cliente sea de calidad, es así que si se cuenta con materiales adecuados en conjunto con mano de obra de las operarias con experiencia para el buen acabado de las prendas, así como la eficiencia de su gestión se verá reflejado en los resultados, al minimizar desperdicios y entregar uniformes de buena calidad y durabilidad.

Por lo anterior la fuerza comercial desde las oficinas y al visitar puntos estratégicos son los encargados de buscar clientes para que el taller siempre cuente con pedidos que confeccionar, ya que al existir temporadas escolares, es importante mantener un promedio de producción para poder mantener el flujo adecuado del taller.

CAPÍTULO 3: EL MERCADO

3.1. Mercado Meta

En la elaboración del proyecto se considera que el mercado meta sean las empresas e instituciones educativas del norte de la ciudad, debido a que la ciudad crece hacia este sector, por lo que el fin es poder captar clientes empresariales que estén interesados en la confección de uniformes para sus labores, así como también servir de proveedor referenciado de las instituciones educativas para que los alumnos o representantes se acerquen a adquirir los uniformes en la fábrica.

De acuerdo con lo manifestado por Uribe (2012):

Es el sitio donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda de un producto y/o servicio. De acuerdo con esto, las empresas deben identificar las características que conforman el mercado al cual se van a entregar los productos, entre ellos se encuentran: ubicación geográfica, tamaño de mercado, porcentaje de crecimiento, competencia. (p.99)

3.2. Macro Segmentación

La industria textil en Ecuador se ha desarrollado desde siempre, aun cuando llegaron los españoles se dedicaban a la confección con la lana de las ovejas, a lo largo del tiempo en el año de 1950 el procesamiento de la lana de forma industrial favoreció a este mercado puesto que se optimizaba la mano de obra, por la diversidad además del algodón, poliéster, nylon, seda, entre otros.

Según informe de Pro Ecuador (2012) señala:

A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así que en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña. (p14)

En el país esta clase de industria se evidencian con más cantidad de talleres en las provincias de: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. Es así que al existir más fábricas dedicadas a la producción de telas, dio paso a la creación de empresas de confección como talleres artesanales, manufacturas, para confección de prendas de vestir a manera personal y luego para la creación de uniformes que brindan identidad y presencia para las instituciones.

Tabla 9
Presencia nacional de confección en el país

Provincia	Producción	%
Imbabura	Manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño, tejidos autóctonos	45,99%
Chimborazo	Ponchos, alfombras, fajas, cintas	15,03%
Azuay	Ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas, chompas	11,65%
Carchi	Cobijas, sacos, gorras, guantes	10,83%
Tungurahua	Tejidos autóctonos	5,15%
Otras provincias	Confecciones varias	11,35%
	Total	100,00%

Pro Ecuador, (2012) Producción por provincia

Las Asociaciones Gremiales del sector:

- AITE: Asociación de Industriales Textileros del Ecuador
- CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria) Sector Textil, Cuero y Confecciones de esta Cámara
- La Cámara De Comercio De Antonio Ante
- ACONTEX: Asociación de confecciones textiles

La comercialización de la industria textil en Ecuador comenzó en la década de los 90 y desde ahí ha continuado hasta la actualidad por lo que el crecimiento en este sector, les benefició el tener una economía dolarizada pues al contar con estabilidad monetaria les permitió actualizar la maquinaria, capacitar al personal y adaptarse a los nuevos cambios y tendencias del mercado en lo que respecta a la confección de uniformes.

Es por ello que a partir del año 2000 este sector de la economía creció y se desarrollaron nuevas empresas dependientes de la cadena de producción que se necesitan para la elaboración de prendas de vestir. Es así que de acuerdo con las cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador, que entre los años 2000 y 2008 este sector “Fabricación de productos textiles, prendas de vestir” aportó al Producto Interno Bruto, dos puntos porcentuales (1,90% de promedio), pasó a ser el referente importante y ocupó el segundo puesto después de alimentos y bebidas. Al llegar al año 2009, este sector se vio afectado por la crisis mundial del sector textil y en Ecuador no fue la excepción.



Figura 14. Tasa de variación anual de importaciones textiles, 2009 Pro Ecuador, (2012)

Se estableció salvaguardias para limitar las importaciones en el año 2009, provocó la reducción principalmente en el rubro de prendas de vestir, materias primas, manufactura e hilados, demostrado en el Figura continuo.

Para el año 2014, se volvieron a imponer aranceles para las importaciones por medio de curier desde septiembre todo paquete debió pagar \$42 de arancel. El Comité de Comercio Exterior, estableció una regulación a la importación de productos textiles y de calzado, esto corresponde a la evidente afectación de la importación de estos rubros, puesto que al importar prendas de vestir o calzado por este sistema de envío, se evitó el pago de impuesto, que afecta a las arcas del país, así como también a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la confección de ropa.

Descripción del sector en Ecuador

Características del sector en el 2013

El sector textil generó

107 mil plazas de trabajo

El sector representó

603 millones del PIB

La producción creció en los años 2007 – 2013

8.16%

Se destacan los siguientes productos ecuatorianos del sector:

- Hilado
- Tejido plano
- Tejido de punto
- Prenda de punto
- Ropa de hogar
- Alfombras y tapices
- Prendería

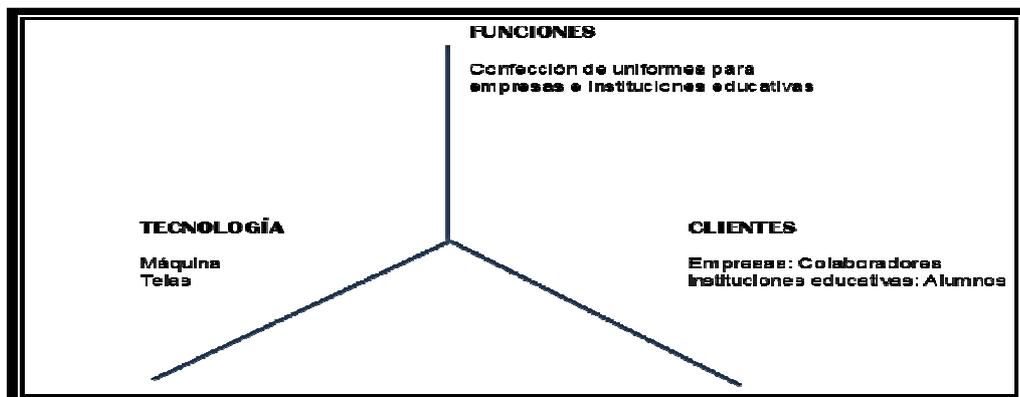


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC; Banco Central del Ecuador, BCE
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

**Figura 15. Descripción del sector textil
INEC, BCE (2013)**

“La segmentación del mercado es una porción de clientes, potenciales que poseen características comunes entre sí y que representa mayor potencial de ventas para el proyecto” (Uribe, 2012, p.99).

En esta determinación de la macro segmentación se ha dividido en tres factores que son de las funciones, clientes y tecnología, descritas en los párrafos siguientes, describiendo la funcionalidad de la confección de uniformes que se va a dedicar el taller, los clientes a quien va dirigido el proyecto y la tecnología con la que se cuenta.



**Figura 16. Macro segmentación del Mercado
Uribe (2012) Plan de Negocio para pequeñas empresas**

3.2.1. El cliente

La confección de uniformes para las empresas e instituciones educativas va direccionada para los colaboradores y para estudiantes, que son a quienes se van a ofrecer los productos de acuerdo con los requerimientos. Por lo tanto los clientes son:

Personas Jurídicas: Empresas

Personas Naturales: Estudiantes

Para las empresas se las considera personas jurídicas puesto que son las que van a cancelar por la confección de uniformes para sus colaboradores. En cambio para los estudiantes van a ser adquiridos por padres de familia directamente a la empresa de confección por lo tanto se lo denomina personas naturales.

En el estudio de necesidades que tienen estos clientes, es el de adquirir la vestimenta adecuada para asistir a sus puntos de trabajo y estudio, de acuerdo con los modelos y requerimientos que tengan, esto debido a que la ciudad de Guayaquil tiene un clima cálido y mucho más caluroso, por lo tanto es importante poder confeccionar los uniformes de acuerdo con este factor externo.

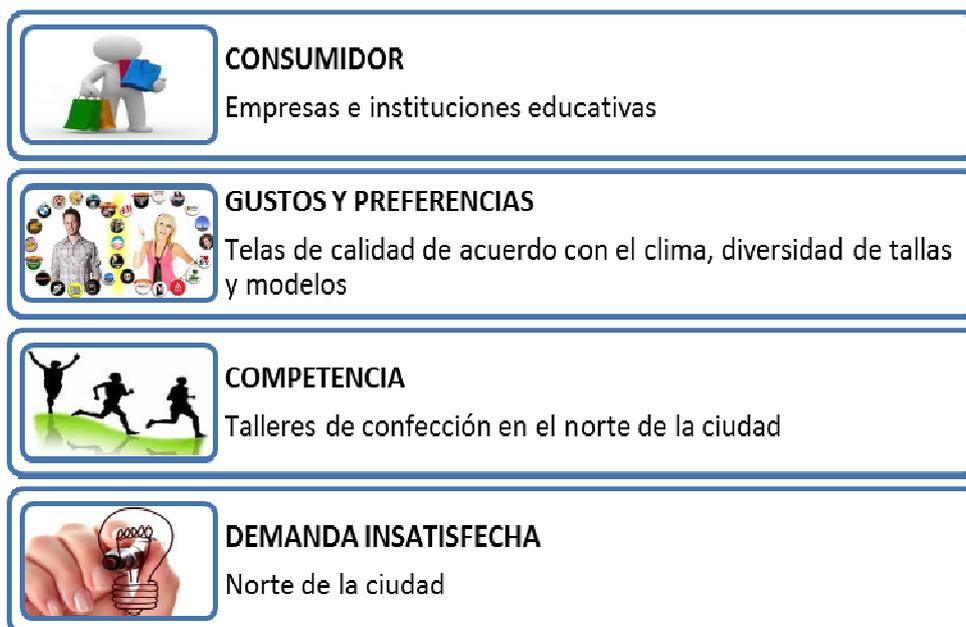


Figura 17. Aspectos de los clientes
Uribe (2012) Plan de Negocio para pequeñas empresas

Es importante poder determinar las características del cliente con el propósito de conocer cuáles son las necesidades y el nicho insatisfecho con la finalidad de poder lograr la fidelidad, para conseguir su confianza y mantener la fidelidad a largo plazo.

De lo anterior, se considera que la reposición de uniformes de las empresas el cambio suele ser cada dos años en promedio y para las instituciones educativas es de manera anual. Por lo que la satisfacción, atención y servicio al cliente es una herramienta importante para mantenerlo fijo a largo plazo, para lograrlo se deben realizar seguimientos del comportamiento y estudiar el nivel de satisfacción con relación a sus inquietudes.

3.2.2. Funciones

El taller de confección tiene como función principal la confección de uniformes de diversos modelos y tallas, en diversos tiempos. Las empresas no cuentan con un patrón formal en el que se determine su reposición por lo que puede ser en cualquier época del año. Por otra parte las instituciones educativas, se rigen por la época escolar de la costa que va desde mayo hasta febrero que comprende el periodo electivo. Para desarrollar las funciones del taller se consideran los siguientes puntos:

- Ventas
- Producción y/o confección
- Compras de materia prima
- Actualización de maquinaria

Una función comercial consiste en estar actualizado en nuevas tendencias de telas, así como de las maquinarias, para que la producción y/o confección de uniformes se realicen en menor tiempo y con los estándares de calidad que se entrega al cliente. El propósito sin embargo debe ser evaluar el costo de la producción y las ventas cerradas y proyectadas, con la finalidad de supervisar los flujos y evaluar los resultados que presente el taller.

3.2.3. Tecnología

El uso de maquinarias adecuadas, así como la materia prima que consiste en las telas, cierres, botones, es sin duda el éxito para la presentación del producto y los resultados que se esperan presentar hacia el cliente



Figura 18. Materia prima para confección de uniformes Ecuaropa, Quito (2015)

En este punto también se deben incluir las maquinarias puesto que al confeccionar varios uniformes es importante contar con las máquinas de coser, cortadoras, estampadoras, pegadoras de botones y cierres, entre otros, que sean de alta tecnología que permita la producción en masa, esto ayuda en costos para el taller, puesto que a menor tiempo se desea confeccionar más uniformes con el fin de reducir costos y optimizar la mano de obra.

3.3. Micro segmentación

Una vez que se ha detallado los factores externos que intervienen en el proyecto de la creación del taller, que influyen directamente determinado como macro segmentación, también se debe considerar aquellos que son los que tienen influencia directa y sobre los cuales se debe evaluar la situación para perfilar el mercado al cual se desea llegar mediante la confección de uniformes para ponerlo a disposición de los consumidores.

Tabla 10
Micro segmentación para la confección de uniformes

Geográficas		Datos
País		Ecuador
Región		Costa
Provincia		Guayas
Ciudad		Guayaquil
Sector		Norte

Demográficas		Datos
Edad		4 hasta 17 estudiantes y de 18 a 65 años (edad promedio de jubilación) para empresas
Sexo		Mujeres y Hombres
Preferencias		Comodidad

Socioeconómica		Datos
Ingreso		Sueldo básico en adelante
Instrucción		Profesionales y estudiantes
Actividad y/o Ocupación		Empresas, Industrias, Escuelas, Colegios

Psicográfica		Datos
Clase social		Medio y Alto
Valores		Seguir instrucciones institucionales
Estilo de vida		Buena presencia
Personalidad		Indiferente

Conductuales		Datos
Beneficios buscados		Necesidad de utilizar uniformes
Tasa de uso		Diario 5/7
Nivel de lealtad		Esperada 70%

Uribe (2012) Plan de Negocio para pequeñas empresas

3.3.1. Geográfica:

El público a satisfacer directamente será el del sector norte de la ciudad de Guayaquil, situado en las parroquias Tarqui que tiene la mayor cantidad de habitantes y hacia la parroquia Pascuales donde se extiende la ciudad. El clima que se dispone en la ciudad es de dos etapas, el verano cuando corren vientos y la temperatura suele ir de 14 grados hasta los 20 y cuando es el invierno que comienza desde el mes de diciembre con temperaturas desde los 25 hasta los 38 grados.



Figura 19. Habitantes en Parroquias de Guayaquil
INEC, (2010), infografía Así es Guayaquil cifra a cifra

3.3.2. Demográfica:

Existe diversidad de clientes, puesto que se desea satisfacer a instituciones educativas que ingresan desde los 4 años en promedio general hasta los 17 años donde se culmina la secundaria. Por otra parte también se consideran a las empresas, definidas en tres actividades, las de oficina, las operativas y la

comercial. Para esta clase de empresa se considera que la población para atender oscila desde los 18 años hasta los 65 que es la edad promedio en la que se retiran.

El público atender es de manera general por lo que no se define un tipo de sexo entre indumentaria femenina y masculina. Por último las preferencias son de comodidad, puesto que se pasa con ellos más de 8 horas.

3.3.3. Socioeconómicas:

El nivel de ingreso para este sector corresponde a familias con ingresos medios y altos. Se determinan dos grupos, los profesionales y los estudiantes. Cuyos ingresos de forma general debe ser del sueldo básico en adelante. Se debe considerar que los uniformes institucionales son cancelados por la empresa quien solicita el servicio, por otra parte para los estudiantes por ser menores de edad la cancelación lo realizan los representados.

3.3.4. Psicográficas:

Esta clase de sector corresponde a las familias de extracto medio y alto con capacidad legal y económica para adquirir los uniformes. Las personas que trabajan siguen instrucciones por lo que debe tener su presencia y la presentación del uniforme de manera adecuada como imagen ante el público.

3.3.5. Conductuales:

Se necesita satisfacer la necesidad de proveer uniformes para la identificación de las instituciones ya sean empresariales o educativas, que son de

uso diario de promedio de cinco veces por semana y que se espera que la fidelidad de los clientes se desea mantener a largo plazo.

Tabla 11
Instituciones Escolares en Guayaquil

Niveles	Público	Privado	Total
Preescolar	81,399	57,025	138,424
Educación Básica	2,463,965	673,587	3,137,552
Bachillerato	549,586	231,155	780,741
Total	3,094,950	961,767	4,056,717
	76.29%	23.71%	100.00%

INEC, (2010) El censo informa Educación.

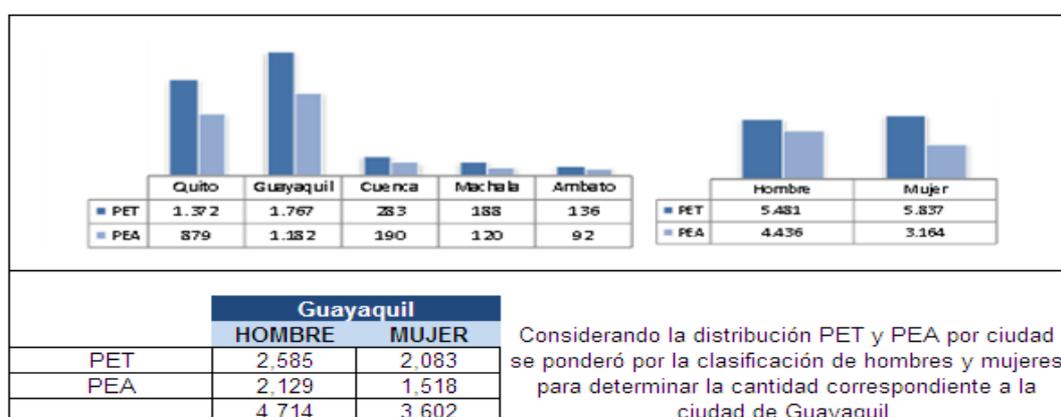


Figura 20. PET y PEA por ciudad
INEC, (2015) Encuesta nacional empleo, desempleo y subempleo ENEMDU

3.4. Investigación de Mercado

“La investigación de los mercados meta definidos para desarrollar las estrategias corporativas es básica porque aportará luces sobre las necesidades de los compradores, la manera como ellos evalúan la utilidad de un producto y su capacidad de compra” (Ruíz, 1997, p.105).

El estudio del mercado consiste el punto de partida de cualquier proyecto pues al determinar la segmentación en donde se va a dirigir el producto, también

se involucra el estudio del mercado como punto de partida a nivel de factores externos que van a determinar las estrategias de los ingresos en el mercado para conocer los aspectos que influyen directamente en la confección.

3.6. F.O.D.A.

Tabla 12
FODA

INTERNO	EXTERNO
F	O
Experiencia en el sector de la confección de uniformes de los propietarios del taller.	Respaldo del gobierno para la producción nacional.
Diversidad de productos a ofrecer con relación a modelos y materiales.	Programa "Hilando Ecuador" para participar en la contratación de los servicios.
Conocimiento de la adquisición de materiales para la confección.	Zona de crecimiento de la ciudad en el sector norte.
Maquinaria moderna adecuada para producción en masa.	Alianzas estratégicas para gestionar las actividades de comercialización.
Zona comercial de mayor demanda de uniformes por haber varias empresas e instituciones educativas.	Demanda de confección de uniformes para entidades públicas y privadas.
Contratación de personal calificado de acuerdo a las actividades a realizar.	Incentivos gubernamentales para la creación de nuevas empresas.
Ubicación del taller en la zona norte de la ciudad.	
D	A
Ser un taller nuevo con poca trayectoria en el mercado.	Competencia de grandes talleres que cuentan con más personal, maquinaria y base de clientes.
La inversión es alta para iniciar las actividades del taller.	Disposiciones gubernamentales que afecten al sector.
Carece de planta de energía alterna.	Saturación del mercado por ofertas de confección informal.
Falta de sistema contable para el control de costo e inventario.	Contrabando de prendas desde países vecinos con menor costo.

3.6.1. Factores de Éxito Externo:

La producción nacional hoy en día cuenta con el respaldo del gobierno, debido a que desea impulsar las actividades internas que se realizan a fin de que se consuma la ecuatoriana y así poder minimizar las importaciones, esto económicamente obedece a que no es productivo sacar dólares del país, si se puede consumir internamente lo mismo.

En este contexto el programa Hilando para el Desarrollo ha procurado que varios artesanos se puedan unir a fin de que se conjuguen hacia un mismo objetivo, por ejemplo la confección de uniformes para colegios y escuelas fiscales se da la prioridad a estos microempresarios para que tengan la oportunidad de competir como proveedor en las compras públicas.

Ante tal situación, se encuentra que en el norte de la ciudad donde crece y con ello el desarrollo del sector que debe contar con diversidad de servicios entre ellos un taller el cual pueda proveer a empresas e instituciones de uniformes empresariales y de instituciones educativas, indistintamente que sean públicas o privadas.

Si bien es cierto en la ciudad de Guayaquil se encuentran otros talleres que tienen trayectoria y tienen un nicho de mercado captado, por lo que es importante poder determinar cuáles son las estrategias que van a diferenciar ya que el taller confecciona prendas de vestir por bloque a diferencia que en confeccionistas particulares lo realicen, dicha actividad pero la innovación y los costos son los que van a prevalecer para generar competitividad en el mercado.

3.6.2. Factores de Éxito Interno:

Para incursionar en el mercado de la ciudad de Guayaquil, será con uniformes estándares para unidades educativas y para empresas, en la que el personal que se contrate que son modistos en corte y confección tiene experiencia, que va a radicar la fortaleza, debido a que tienen inteligenciado el tema de la estructura de confección, costos, distribución de esta clase de productos.

Se estima realizar la compra de maquinaria actualizada de corte y confección por lo que la potencialización del servicio y la entrega del producto sean de calidad y evitar malos acabados que evoquen a los consumidores realizar cambios y reposición constantemente de prendas, sino que sea de costura duradera. Entre las debilidades que se pueden presentar es la penetración porque es un taller nuevo a pesar que cada artesano ha servido de forma particular, es diferente la búsqueda de clientes institucionales, por lo que es un nuevo estilo de comercialización que no tienen experiencia.

Una debilidad adicional, es que al iniciar la operatividad se va a realizar los registros manuales, lo que puede provocar desvíos en el control de inventarios que pueden llegar a reflejar como pérdida, para lo cual se requiere establecer organización interna y la contratación de un asesor contable que realice esta gestión. A continuación se detalla el peso de cada factor y las estrategias a seguir:

Peso 1, bajo, Peso 2 regular, Peso 3 Bueno, Peso 4 Muy bueno.

Tabla 13

Medición de peso de Factores de éxitos internos y externos

FACTORES DE ÉXITO			FACTORES DE ÉXITO		
	PESO	PONDERADO		PESO	PONDERADO
FORTALEZA			OPORTUNIDADES		
Experiencia en el sector de la confección de uniformes de los propietarios del taller.	4	0.42	Respaldo del gobierno para la producción nacional.	4	0.48
Diversidad de productos a ofrecer con relación a modelos y materiales.	4	0.42	Programa "Hilando Ecuador" para participar en la contratación de los servicios.	4	0.48
Conocimiento de la adquisición de materiales para la confección.	4	0.42	Zona de crecimiento de la ciudad en el sector norte.	4	0.48
Maquinaria moderna adecuada para producción en masa.	4	0.42	Alianzas estratégicas para gestionar las actividades de comercialización.	3	0.27
Zona comercial de mayor demanda de uniformes por haber varias empresas e instituciones educativas.	3	0.24	Demanda de confección de uniformes para entidades públicas y privadas.	4	0.48
Contratación de personal calificado de acuerdo a las actividades a realizar.	4	0.42	Insentivos gubernamentales para la creación de nuevas empresas.	4	0.48
Ubicación del taller en la zona norte de la ciudad.	4	0.42			
DEBILIDADES			AMENAZAS		
Ser un taller nuevo con poca trayectoria en el mercado.	3	0.24	Competencia de grandes talleres que cuentan con más personal, maquinaria y base de clientes.	3	0.27
La inversión es alta para iniciar las actividades del taller.	3	0.24	Disposiciones gubernamentales que afecten al sector.	2	0.12
Carece de planta de energía alterna.	3	0.24	Saturación del mercado por ofertas de confección informal.	3	0.27
Falta de sistema contable para el control de costo e inventario.	2	0.11	Contrabando de prendas desde países vecinos con menor costo.	2	0.12
	38	3.58		33	3.48

De acuerdo con la ponderación del FODA la ubicación del negocio se encuentra en crecimiento de invertir, por lo que quiere decir que de acuerdo con los factores externos e internos revisados este sería su ubicación al iniciar sus actividades de confección de prendas del taller, enfocados en la zona norte y que se requiere de inversión inicial para poder llevar a cabo el proyecto y sobre el cual se estima que tenga un crecimiento aceptable en el mercado.

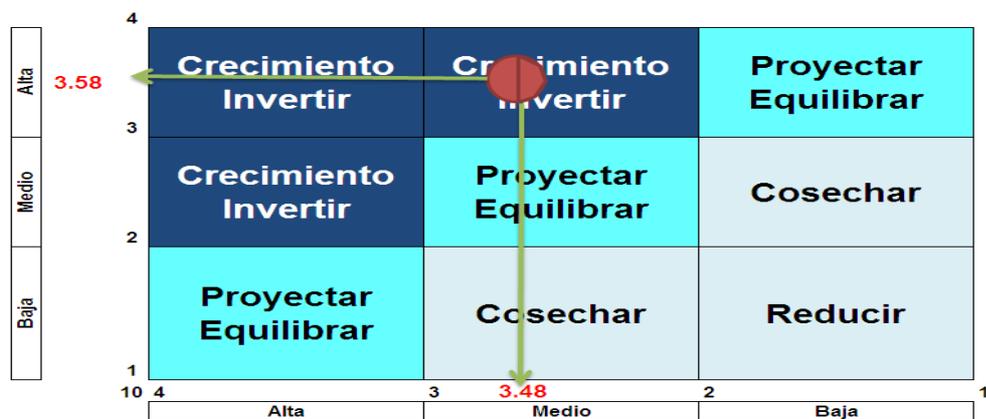


Figura 21 Ubicación del negocio
Uribe (2012) Plan de Negocio para pequeñas empresas

El taller artesanal se encuentra en la posición de crecimiento para invertir, por lo tanto la conformación del mismo requiere de inversión para que el taller crezca y pueda producir más prendas, contribuyendo para esto la mano de obra de las operarias que van a trabajar en el mismo.

3.7. Análisis de Porter

Es una herramienta de gestión de Michel Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa por medio de cinco fuerzas que son las que se

involucran directamente con la empresa como son los competidores, clientes, proveedores, sustitutos y los competidores actuales. A continuación se presenta el esquema y el peso asignado.

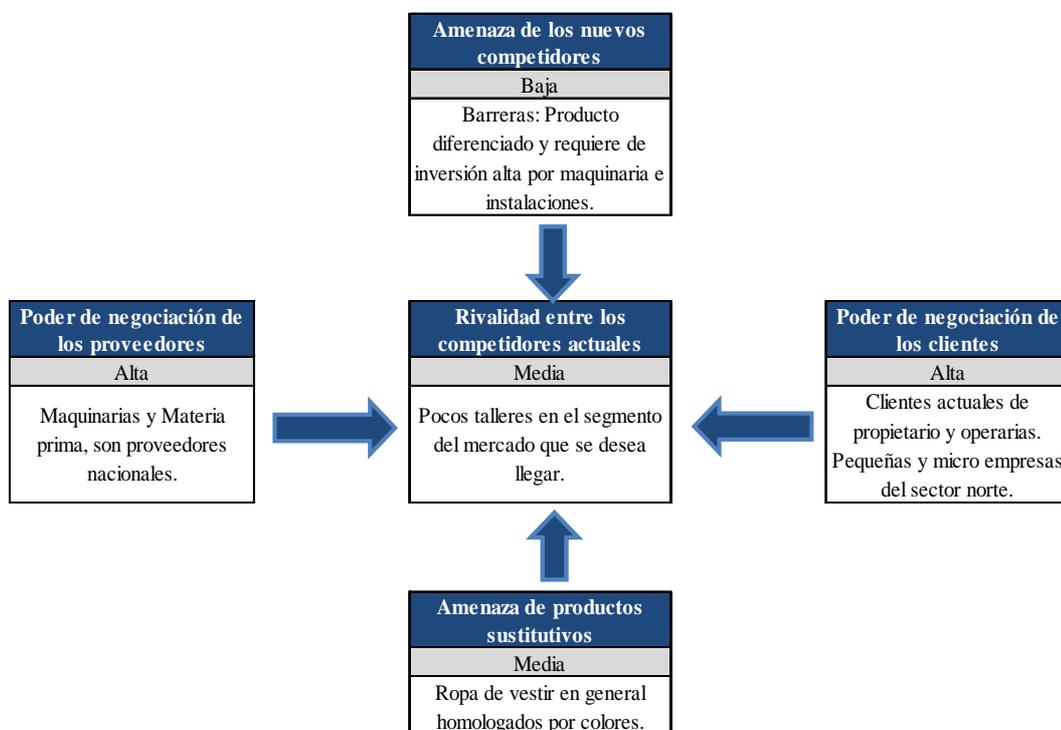


Figura 22. Las Fuerzas de Porter
Uribe (2012) Plan de Negocio para pequeñas empresas

Amenaza de nuevos competidores

En esta amenaza se considera la puntuación de baja, debido a que las barreras de entrada para poner un nuevo taller en la ciudad, han destacado dos puntos, el primero es la mano de obra calificada va a trabajar en el taller, constituida por las operarias que tienen trayectoria y experiencia en las actividades de confección de uniformes, que van a portar con sus conocimientos, pero el volumen de confección es mayor. Como segunda barrera se considera el recurso económico para emprender, se necesita de invertir en las maquinarias para poder llevar a cabo el proyecto.

Poder de negociación con los clientes.

La puntuación asignada es alta, debido a que la empresa cuenta con la base de clientes actuales proveniente de los que se atendía de manera individual cada operaria y que al unir sus esfuerzos la confección de uniformes se puede realizar en masa y poder cumplir con requerimientos en el tiempo solicitado. Adicionalmente al ubicar el taller en el sector norte se abastece y atiende forma directa a este mercado que es en donde se pretende comenzar sus actividades.

Amenaza de productos sustitutos

El producto sustituto tiene calificación medio, por lo que existen varias empresas del mercado meta que no entregan uniformes a su personal, sino que se indica verbalmente el uso de prendas por color fijo que deben usar, o también el uso de jean cuya prenda es de uso universal y se encuentra de diferente calidad y precio.

Depende mucho de la orientación que tenga la empresa hacia su personal, por otra parte en lo que respecta a uniformes de instituciones educativas no se incluyen en esta generalidad, debido a que los alumnos son tratados de forma diferente, además de que las leyes del país exige a que los alumnos utilicen uniforme de identificación de la institución a la cual pertenece. Por lo que esta amenaza tiene mayor impacto en los uniformes institucionales, sin embargo como se señaló mucho depende de la formalidad e identificación que quieran dar las empresas a sus colaboradores.

Poder de negociación con los proveedores

Este poder tiene ponderación alta, debido a que se cuenta con los proveedores de maquinarias y materia prima para la confección de uniformes, el 90% de materia prima es de producción nacional, lo cual beneficia en costos para reducir el precio al público, sin embargo la calidad también tiene mayor relevancia, para poder tener abastecimiento de productos se necesita realizar contratos de un año, para que se cumpla de manera formal la entrega en el tiempo programado.

Los proveedores anteriormente eran informal, debido a que cada operaria se manejó de forma independiente, sin embargo al pertenecer al taller artesanal, se deben acoger los parámetros de calidad y necesidad de materia prima para cumplir con los pedidos, por eso es importante generar buenas relaciones. Se requiere poder contar con la alianza de proveedores constantes con los que se pueden comprar artículos de materia prima, así como el de la maquinaria adecuada para la confección. Por lo que es importante el servicio técnico y de mantenimiento de las mismas.

Los proveedores son aliados porque son los que van a suministrar de productos esenciales para confeccionar los uniformes y parte del éxito depende del cumplimiento que estos tengan en la entrega de los productos. Por otra parte el costo es importante para la determinación de la selección de los mismos, porque son los que van abaratar el costo de la producción. Entre los proveedores que se utilizan se encuentran los siguientes:

Tabla 14***Proveedores principales para la confección de uniformes***

Materia prima	Unidad de medida	Proveedor
Telas	Rollos	
Forros de bolsillos	Rollos	Ivactex
Forros de ternos	Rollos	
Botones	Unidades	
Cierres	Centímetros unidades	Botondor
Hilos	Rollos	
Etiquetas	Unidades	Doplim
Hombreras	Unidades	
Tizas	Unidades	Donant
Embalaje	Unidades	
Armador	Unidades	

Maquinaria	Cantidad	Proveedor
Maquina Recta	2	
Maquina cerradora de codo	1	
Maquina overlock	1	
Maquina botonera	1	
Máquina dos agujas	1	CabreMaqui, Jonsuqui
Atracadora industrial	1	
Mesa para cortar	1	
Cortadoras eléctricas	2	
Planchas industriales	2	

Investigación de mercado en distribuidoras nacionales (2015)**Rivalidad entre competidores actuales**

Los competidores actuales, del levantamiento de información correspondiente al norte de la ciudad obedece a 12 participantes y se asignó la calificación de media debido a que a pesar que no existe ningún taller de competencia en Samanes, si existen 12 talleres adicionales que está distribuido el mercado en el sector norte que poseen clientes ya afianzados y son los proveedores de uniformes. Se consideran los más cercanos como competencia

directa: Confección el Encanto y Dimaglia, que son los que van actuar de manera directa para acaparar el mercado del sector al cual se enfoca este proyecto por tal razón se realiza la siguiente medición para mejor apreciación de la competencia actual.

Tabla 15
Análisis de competidores

Evaluación de fortalezas competitivas (Escala de calificación: 1 = muy débil; 10 = muy fuerte)					
		Confección el Encanto		Di Maglia	
Factor claves de éxito/ Medición de fortaleza	Ponderación de la importancia	Clasificación de la fortaleza	Calificación ponderada de Fortaleza	Clasificación de la fortaleza	Calificación ponderada de fortaleza
Desempeño de la calidad de uniformes	0.25	8.00	2.00	7.00	1.75
Servicio al cliente	0.25	7.00	1.75	7.00	1.75
Operarios certificados y con experiencia	0.20	9.00	1.80	5.00	1.00
Alianza con proveedores calificados	0.10	7.00	0.70	5.00	0.50
Recursos financieros	0.10	7.00	0.70	7.00	0.70
Reputación / imagen	0.10	10.00	1.00	6.00	0.60
	1.00				
Suma de ponderaciones de Importancia			7.95		6.30

Confección el Encanto y Dimaglia (2015)

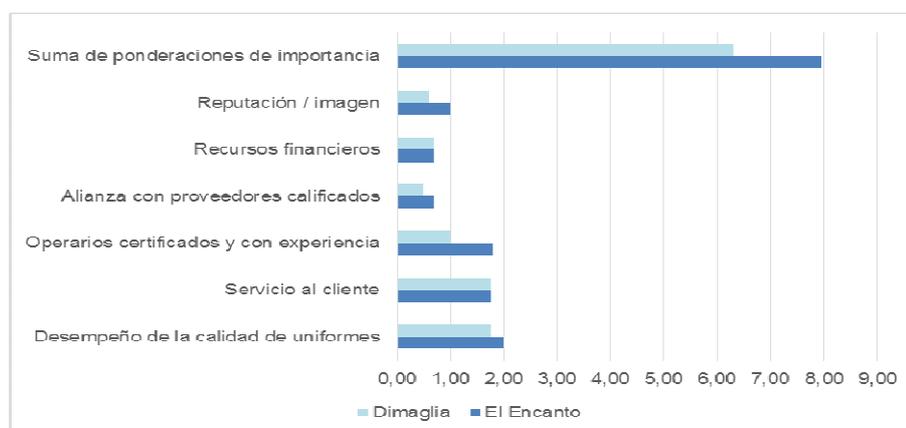


Figura 23. Análisis de competidores - peso Confección el Encanto y Dimaglia (2015)

Según lo detalla Cevallos (2012):

En base de la información de la Superintendencia de Compañías, se puede concluir que en la rama textil existen unas 170 empresas formales y unas 500 en la confección. Pero si suman a los informales, puede haber más de 4.000 empresas dedicadas a la rama del textil y la confección, principalmente de esta última. (p.14)

En la ciudad de Guayaquil se encuentran distribuidas en el sector norte varias empresas especializadas en la confección de uniformes, como se puede revisar en la tabla a continuación, son 12 talleres inventariados como competencia directa en este sector. Al existir diversidad de propuestas en el mercado en el cual los clientes pueden escoger entre varias alternativas, del mismo producto todos se encuentran en iguales condiciones para la oferta y la demanda de los uniformes.

La oferta diversa brinda al mercado variedad de productos, con precios homogéneos, sin embargo existen otros factores que van a marcar la diferencia con relación a la competencia como es la calidad de los productos, porque por otra parte existe diversidad de demanda que necesitan la producción de uniformes. Como se indicó anteriormente, se desea llegar a satisfacer a las empresas e instituciones educativas del sector norte de la ciudad, por lo que se identifica que el mercado es potencial.

Los competidores actuales ofrecen el servicio por medio de visita a los establecimientos educativos y empresas, presentan la calidad de la confección de uniformes, tiempo de confección y los precios. Otro factor a considerar en la

presentación también se encuentra la disponibilidad de la materia prima para la confección futura de las reposiciones. Ante esta situación estos talleres se determina como competencia directa, sin embargo es necesario determinar mediante la encuesta e investigación de campo a las diversas instituciones sobre la información de tiempo y cantidad de uniformes solicitados, los mismos que dependen de la cantidad de colaboradores y alumnos.

Tabla 16
Competencia directa en la ciudad de Guayaquil

Nombre	Dirección
HW Uniformes y Seguridad Industrial	Villa Club - Krypton Mz.14 V2
GONBATEX	Km 8.5 Vía a Daule Coop. Estrella de Belén Mz 1838 Villa 15
JULIO VINUEZA DISEÑO CÍA LTDA.	Cdla. Kennedy Vieja y Francisco Boloña 520 peatonal
SASTRERIA MODERN CHIC	Cdla. Urdesa Norte Av. 3ra. No. 121 y Cll. 2da.
VERO GUZMÁN	C.C. La Plaza local 10B. Km 1 Vía Samborondón.
DIMAGLIA INDUSTRIA DE UNIFORMES PAPAGAYO	Urdenor 2 Mz. 205 V. 11 (Av. Las Aguas) Cdla. Bellavista M32 V46
INDUSTRIAS PITATEX	Cdla. Comegua Av. Antonio Parra Velasco. Edificio Academia Naval Guayaquil.
SERGE HERVE S.A.	Cdla. Mirador del Norte, Mz 1 - S.3 Esq. (Diagonal al complejo La Salle)
CONFECCIONES EL ENCANTO	Cdla. Guayacanes Mz 208 V 18
CONFEXAON	Alborada XII Etapa, Mz. 24 - Villa 26 Junto a la Clínica Kennedy
LA CASA DEL FRACK. CREACIONES BUENO	V.E. Estrada 616-B

Directorio Nacional de Confección de Uniformes, (2015)

3.8. Análisis PESTA

Tabla 17
Análisis PESTA

P	<ul style="list-style-type: none">• Resolución 11-2015 del Comité de Comercio Exterior: Sobretasa arancelaria.• Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana: Incremento IVA
E	<ul style="list-style-type: none">• Economía Popular y Solidaria• Afectación en el sector manufacturero, desarrollo en el área textil
S	<ul style="list-style-type: none">• Incentivo para invertir en nuevos proyectos.• Estilos de vida y uso de uniformes.
T	<ul style="list-style-type: none">• Maquinas de cocer modernas.
A	<ul style="list-style-type: none">• Uso de Fundas Bio degradables.

Político

De acuerdo con las políticas implementadas por el gobierno se destaca la Resolución 11-2015 en la que se estipuló adicionar sobretasas a artículos que se importaban. Esta política se originó por el incremento acelerado de las importaciones y la decreciente venta de petróleo ocasionando que la balanza comercial sea negativa y cada vez más amplia la brecha.

Por consiguiente la política implementada sugería incrementar por un tiempo determinado impuestos desde 5% hasta 45%, para bienes de consumo, materia prima y bienes de capital, cuyo propósito principal es la reducción de importaciones y que la producción local pueda suplirlas, durante un periodo de 15 meses.

Para inicios del mes de abril de este año se esperaba que comience la disminución de dichas sobre tasas, pero ocurrió el terremoto del 16 de abril, lo cual impidió que se las elimine y se extendió por un año más la vigencia de las mismas y en continuidad de eso se impuso nuevas medidas, mediante la Ley Solidaria y Corresponsabilidad Ciudadana, así mismo de manera temporal se incrementó el IVA del 12% al 14%, con la finalidad de recaudar fondos para las áreas afectadas de Manabí y Esmeraldas.

Economía

Hilando al Desarrollo, pertenece al programa de Economía Popular Solidaria del Ecuador, la cual fue una iniciativa que produce y genera trabajo para la mano de obra artesanal en la confección de uniformes. Por medio de este impulso el gobierno busca promover desde las empresas públicas que se considere a las pequeñas empresas, pequeñas manufactureras en las proformas de licitación para contratación a proveedores de uniformes de las instituciones.

Este segmento de la economía permite la vinculación de pequeños sectores con grandes productores “Articulan cooperación”, lo cual se enmarca dentro de las metas del Plan del Buen Vivir, que es la transformación económica del país. Esto consiste en un sistema que se compone de la economía pública, la economía privada, la economía popular y solidaria, lo cual constituye un reto del gobierno para consolidar para los próximos años. Por medio de este programa, estimula la integración de la población de escasos recursos hacia la generación de nuevas actividades, integrándolos al programa económico.

A pesar de las buenas intenciones de involucrar a los pequeños empresarios la economía del país se encuentra retraída desde finales del 2014, sintiéndose con más fuerza desde este año por la falta de liquidez que provenían de la venta del petróleo, en virtud de esto Tenorio (2015), en la exposición del cambio de la matriz productiva, indica que el sector de confecciones ha disminuido 30%, que exige que toda la tela de confección utilizada por el sector público sea de tela hecha en Ecuador, cuyas aspiraciones son las que se apliquen en todos los demás sectores.

Según lo manifiesta AITE (2015):

Esta problemática, que pone a competir en desventaja a la industria nacional, provoca afectación en las empresas y en la estabilidad laboral. Entre junio de 2013 y septiembre de 2014 hay una reducción de casi 18 000 empleos directos en la industria textil y confección ecuatoriana, según las cifras publicadas por el INEC. (p.12)

Social:

En función de la situación actual en la que los pequeños y medianos negocios se encuentran, se ha determinado que para este sector manufacturero se dispongan beneficios tributarios, con la finalidad que el estado aporte en el desarrollo de estos negocios pequeños con los siguientes beneficios:

- No pago del impuesto a la renta durante 5 años desde que generan ingresos.

- Exención del pago del ISD para dividendos pagados por compañías establecidas en el Ecuador a excepción de paraísos fiscales.
- No pago de ISD en importaciones de bienes a regímenes especiales para ser exportados. Decreto Ejecutivo SRI Nro. 1180
- Nuevas inversiones con contratos de inversión con el estado, tendrán reducción de aranceles en bienes de capital importado. Resolución 82 del Comex.

En virtud de lo anterior los talleres que son parte de los microempresas, se van a enfocar en confeccionar uniformes, prendas de vestir, entre otros con la finalidad de producir y cubrir la demanda local. En este punto sobre las modas y estilos, se debe indicar que los habitantes de la costa prefieren telas más frescas.

Las empresas tienen por costumbre utilizar uniformes porque les da imagen y presencia a la entidad a la cual representan, lo mismo sucede con las instituciones educativas, para que los alumnos asistan a las clases deben estar uniformados.

Tecnológico

El taller requiere de la adquisición de máquinas modernas ya sea de costura como las de complemento como son las cortadoras, bordadoras y planchadoras, debido a que la unión de todas ellas hace que la prenda de vestir tenga un excelente acabado. Las máquinas son industriales pues poseen la

característica de poder abarcar más prendas de vestir siendo más robustas y poderosas y con diversidad de telas.

También en este apartado se sugiere incluir los pedidos y plan de trabajo de forma sistematizada, con la finalidad de controlar el cumplimiento y capacidad de trabajo de los recursos, de esta manera en el proceso de la comercialización de confección, involucra el acercamiento del área de ventas a los clientes, en cuanto se hace efectivo el contrato, comienza el proceso de ingreso al sistema y control de ejecución de prendas por día.

Ambiental

Las fundas de plástico se las utilizaba anteriormente para recubrir y proteger los uniformes confeccionados, sin embargo actualmente no se encuentra en moda además que es un material más pesado para manipularlo.

Por lo anterior se sugiere el uso de fundas biodegradables para cubrir los uniformes confeccionados y entregarlos, además que constituyen una forma para cuidar el medio ambiente, son más duraderas en promedio de un año y al finalizar su vida útil causan menos impacto dañino al medio ambiente que las fundas de plástico.

Tabla 18
Puntuación PESTA

Muy positivo	MP	0 A 5	Poco importante
Positivo	PO	6 A 10	Importante
Indiferente	IN	11 A 15	Muy Importante
Negativo	NE		
Muy negativo	MN		

VARIABLES	VALORACIÓN					TRASCENDENCIA	
	MP	PO	IN	NE	MN	FORTALEZA	DEBILIDAD
POLÍTICO							
Resolución 11-2015 del Comité de Comercio Exterior: Sobretasa Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Ciudadana:				6		6	
ECONÓMICO							
Economía Popular y Solidaria Afectación en el sector manufacturero, desarrollo en el		5					5
SOCIAL							
Incentivo para invertir en nuevos Estilos de vida y uso de uniformes.	11					11	
TECNOLÓGICO							
Maquinas de cocer modernas.	11					11	
AMBIENTAL							
Uso de Fundas Bio degradables.	6					6	
Total	28	11	5	12	0	46	10

La puntuación obtenida de las fortalezas frente a las debilidades es aceptable, lo que promete que el factor externo se encuentra en una aceptable situación que le va a permitir al taller artesanal incursionar en el sector norte de la ciudad, ya que en la empresa los aspectos positivos prevalecen como los incentivos para el sector y la adquisición de maquinarias modernas.

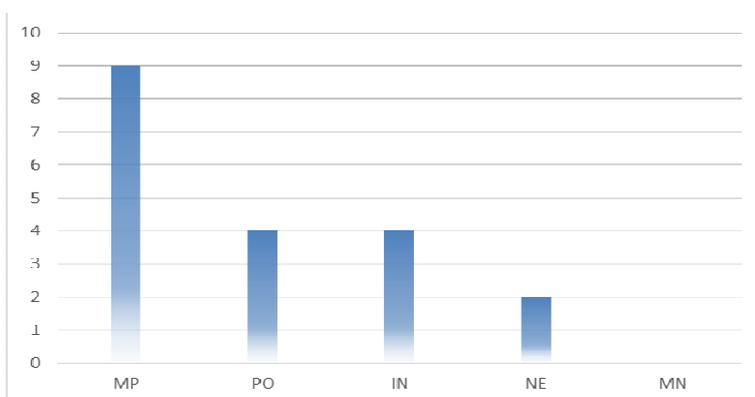


Figura 24. Puntuación PESTA

3.7. Población

De acuerdo con Valdez

La Población es el total de habitantes de un área específica, un país, un continente, una ciudad o una región en un tiempo determinado. (...) Para el tamaño de la población es decir el número total de habitantes que viven en un país. (p.70)

La población determinada para el proyecto se ha considerado el público de la ciudad de Guayaquil económicamente activa, porque son los que trabajan en relación de dependencia y a quienes se va a atender la confección de uniformes. Por otra parte para el segmento de confección de uniformes de estudiantes se consideró la zona 5 comprendida entre Santa Elena, Los Ríos, Galápagos, Bolívar y Guayas, segmentado por el peso de cada provincia y por ciudad de los estudiantes de esta zona. A continuación se presentan los resultados de la población que se va a atender:

Tabla 19

Población para confección de uniformes

Uniformes empresariales		
Población Guayas	1.829.569	
Población económicamente activa	1.510.312	
Guayaquil PEA (Tarqui - Pascuales)	337.473	(a)
Uniformes estudiantiles		
Estudiantes zona 5 (Tarqui - Pascuales)	250.632	(b)
Total Población	588.105	(a + b)

Información tomada de las estadísticas publicadas por INEC

3.8. Muestra

Indica Arroyo (2006) “es una parte de la población. El tamaño de la muestra es denotado por n. Una muestra aleatoria es una muestra seleccionada en una forma tal que cada elemento de la población tenga igual oportunidad de ser seleccionado” (p.25). Se seleccionó la muestra infinita para realizar el cálculo de cuantas encuestas realizar al público en la ciudad de Guayaquil.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{E^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,05^2}$$

LEYENDA:

n =	Número de elementos de la muestra
N =	Número de elementos del universo
p/q	Probabilidades que se presenta el fenómeno
Z2	Nivel de confianza
E=	Margen de error

VALORES DE CONFIANZA

Intervalo de confianza	Z	Nivel de significado E
70%	1,04	30%
75%	1,15	25%
80%	1,28	20%
85%	1,44	15%
90%	1,64	10%
95%	1,96	5%
96%	2,05	4%
99%	2,58	1%

Levin, (2004) Tabla Estadística

N= 384 encuestas

Consideraciones:

El público al que va dirigido tanto para hombres como mujeres que trabajan en instituciones y para estudiantes para lo cual se debe tener presente que:

- La encuesta está dirigida en término de gustos y preferencias para el uso del uniforme.
- En el caso de los estudiantes, la encuesta está dirigida a los padres puesto que son los que tienen el poder adquisitivo en sus hogares, orientado también hacia los gustos y preferencias.

3.9. Presentación de resultados

Para Uniformes escolares

¿En qué sector de la ciudad adquiere los uniformes de sus hijos?

Determinar el sector preferido por los encuestados para adquirir los uniformes escolares de sus hijos.

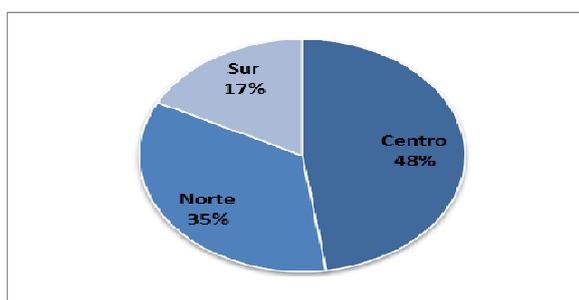


Figura 25. Sector que deben adquirir uniformes

De acuerdo a los datos obtenidos, el 47% de los encuestados prefieren ir al centro para adquirir los uniformes; el 35% lo hace en la zona norte y el 17% en el sector sur de la ciudad.

¿Considera importante el uso del uniforme para sus hijos por qué?

Conocer la opinión de los padres de familia respecto a la costumbre de los colegios de solicitar que sus hijos utilicen uniforme para asistir a clases.

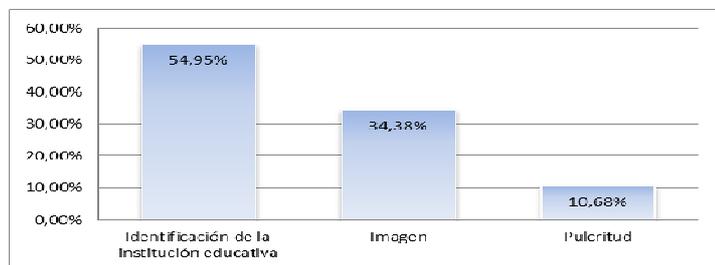


Figura 26. Importancia del uso de uniforme escolar

Los resultados determinan que el 55% de los encuestados señalan que los uniformes corresponden a la identificación de los estudiantes con la institución educativa; el 34% considera que la utilización del mismo es por imagen del estudiante y el 11% por pulcritud.

¿Cada qué tiempo le sustituyen el uniforme?

Establecer el lapso de tiempo en que generalmente sustituyen el uniforme estudiantil a sus hijos.



Figura 27. Tiempo de sustitución de uniformes

El 84% de los padres de familia encuestados, indicaron que la institución educativa sustituye los uniformes cada año; el 12% cada dos años y el 3% más de dos años. Se debe considerar que entre las instituciones educativas se encuentran particulares, estatales y municipales.

Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo?

Lo que se desea es conocer si los padres de familia adquieren los uniformes escolares en el tiempo determinado en la consulta anterior.

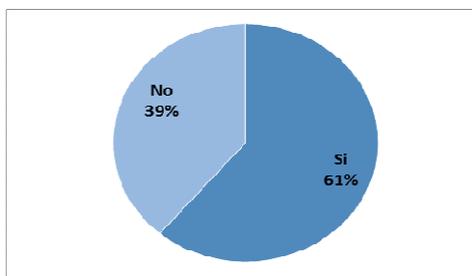


Figura 28. Reposición de uniforme en el año escolar

Se pudo conocer que el 61% de los padres de familia si realizan la reposición de los uniformes cada año, según se determinó en la consulta anterior y el 39% posterga el cambio para una fecha posterior.

¿Qué artículos de su uniforme generalmente suple?

Precisar cuáles de los artículos que conforman el uniforme, son los más adquiridos por los padres de familia. Cada encuestado seleccionó dos opciones.

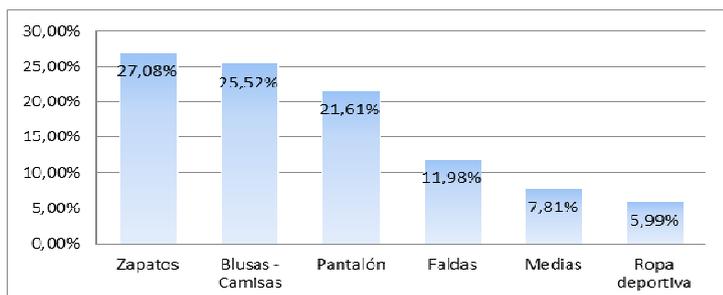


Figura 29. Uniformes que se reemplaza continuamente

La encuesta determinó que el 27% de los padres de familia renueva zapatos, seguido por el 26% de prendas de vestir blusas – camisas, el 22% que adquiere pantalones, 12% faldas, 8% medidas y el 6% ropa deportiva.

¿Los valores que cancela son elevados o de acuerdo con su presupuesto?

Señalar si el valor presupuestado por los padres de familia para la adquisición de los uniformes escolares, cubre el monto total de los mismos.

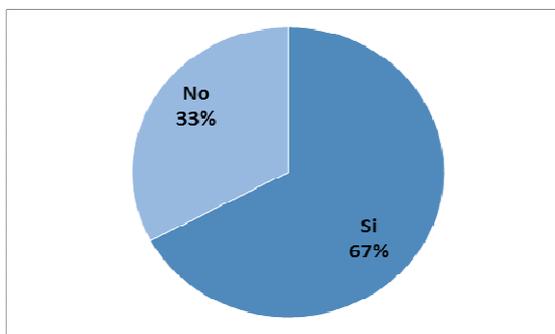


Figura 30. Estimación de valores por uniformes

De la encuesta realizada, el 67% de los padres de familia señaló que presupuesta el valor suficiente para la adquisición de los uniformes, con el 32% que no le es suficiente lo ahorrado para esta compra.

¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?

Conocer la opinión de los padres de familia respecto a la confección de los uniformes escolares.

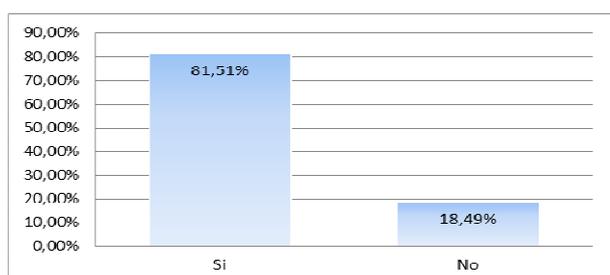


Figura 31. Conocimiento del material de uniformes

El 82% de los padres de familia opinan que el material con la que se elaboran los uniformes, si es de relevancia para la duración de los mismos; y el 15% considera que no es importante.

¿En qué tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?

Determinar el lapso de tiempo en el que los uniformes empiezan a tener novedades en su confección.

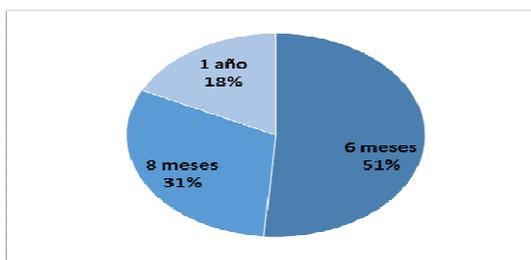


Figura 32. Cada qué tiempo tienen imperfecciones los uniformes

Se puede determinar que el lapso de tiempo en que los uniformes tienen novedades es de 6 meses, debido que el 51% de los padres de familia así lo indicaron; el 32% señaló que en 8 meses y 18% en 1 año.

¿Qué daños se han presentado en su uniforme?

Identificar cuáles son los daños más frecuentes que se presentan en los uniformes en el tiempo determinado en la consulta anterior.

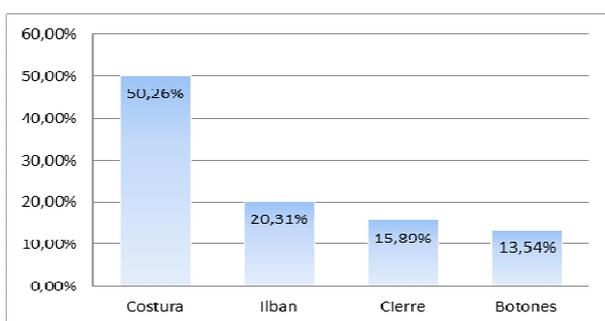


Figura 33. Daños más comunes de los uniformes

Los encuestados señalaron que la costura de los uniformes es la principal novedad que presentan los uniformes con el 50%; el hilván ocupa la segunda novedad con el 20%; el cierre con el 16% y los botones con 14%.

¿Cuál es el precio que está de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?

La pregunta fue empleada para conocer el presupuesto que están dispuesto los padres de familia asumir por la compra de uniformes.



Figura 34. Nivel de precios para uniformes escolares

Los resultados se presentan con el 42% para los padres de familia que están dispuestos a cancelar por el uniforme total de \$50 a \$60, seguido con el 41% por el siguiente rango de \$40 a \$50, siempre y cuando se compre el uniforme completo, si existen prendas adicionales, ese es un valor adicional.

Para Uniformes de empresas

¿En su lugar de trabajo utilizan uniformes?

Determinar la cantidad de personas que utilizan uniformes para ir a laborar.

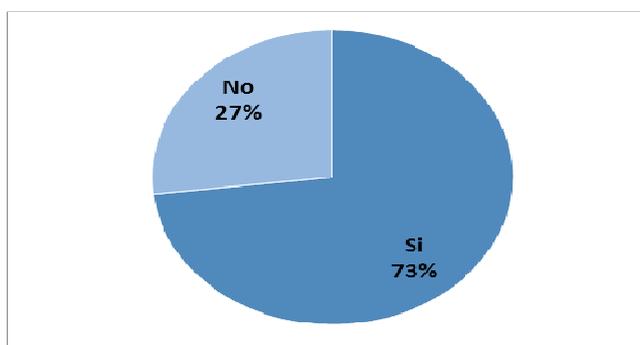


Figura 35. Uso de uniformes

De acuerdo a los datos obtenidos, el 73% de los encuestados si utilizan uniformes para asistir a sus lugares de trabajo; y el 27% no, por lo que se presume que van a laborar con vestimenta propia.

¿Considera importante el uso del uniforme empresarial por qué?

Conocer cuál es la interpretación que los encuestados le dan a la utilización del uniforme empresarial.

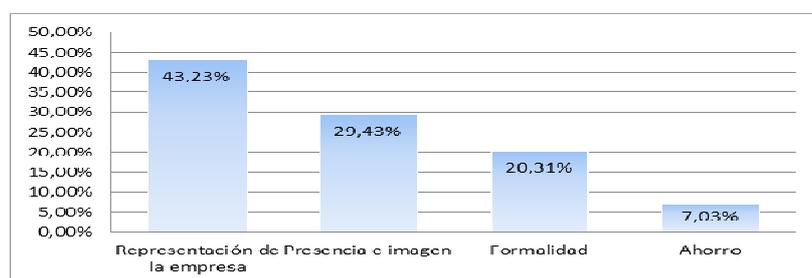


Figura 36. Importancia de uso del uniforme empresarial

De las 384 personas encuestadas, el 43% es decir 166 consideran que el uniforme es la representación de la empresa, debido que los colores de los mismos son lo característico de la empresa; 113 personas que representa el 29% opinan que la vestimenta es presencia e imagen de los trabajadores; el 20% es decir 78 encuestados consideran que es una formalidad la utilización del mismo y 7 personas que representa el 27% opinan que es un ahorro debido que no deben utilizar la ropa particular para ir a laborar.

¿Cada qué tiempo le sustituyen el uniforme?

Identificar el lapso de tiempo en que las empresas hacen la reposición de los uniformes a sus trabajadores. Cabe señalar que las personas que contestaron esta pregunta corresponde a las que manifestaron que utilizan uniformes para ir al trabajo, es decir 281 encuestados.

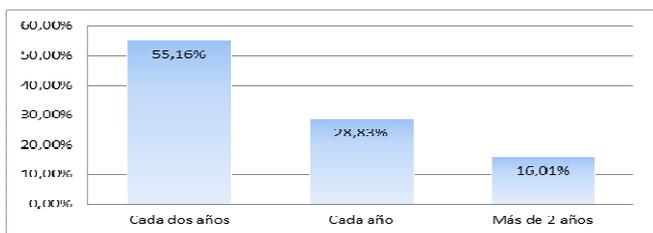


Figura 37. Tiempo de sustitución de uniformes

Con esta pregunta se puede determinar que las empresas sustituyen los uniformes cada dos años, lo cual es representado por el 55% de las encuestas realizadas; el 29% señaló que lo hacen cada año y el 16% más de dos años para renovar su uniforme.

¿Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo?

La pregunta permite determinar si se realiza reposición de los uniformes en el lapso de tiempo determinado, señalado en la pregunta anterior. Esta pregunta fue resuelta por las personas que manifestaron utilizar uniforme empresarial.

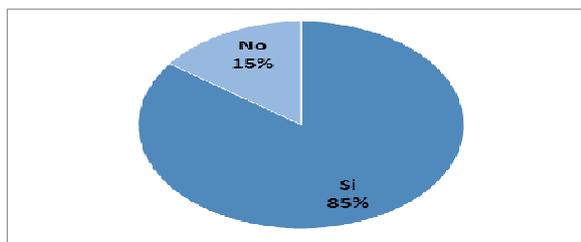


Figura 38. Reposición particular de uniformes laborales

Según los resultados que se obtuvieron, se indica que el 85% de las personas encuestadas si realizan la reposición en el lapso de tiempo indicado en la consulta anterior, es decir, en su gran mayoría en un año; y el 15% no lo hace, sino que lo aplaza por un periodo adicional.

¿Qué artículos de su uniforme generalmente suple?

Determinar cuáles de los artículos que conforman el uniforme, son los más repuestos por los encuestados. Se consideró por lo menos dos respuestas por cada encuestado.

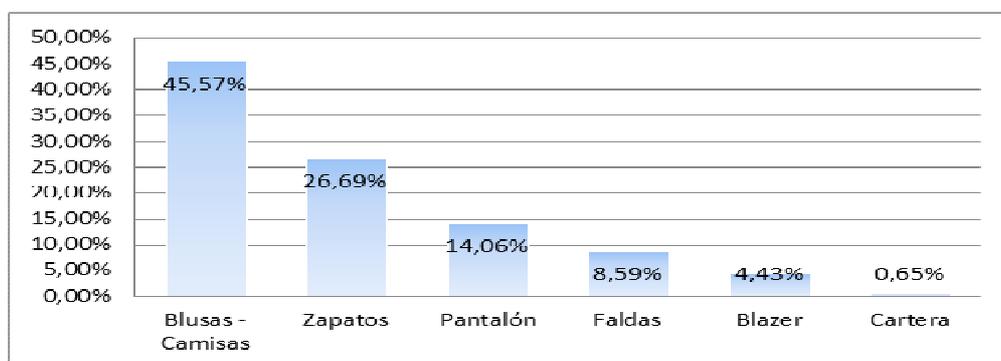


Figura 39. Artículos que se reemplaza

La encuesta muestra que la prenda que con frecuencia se repone son las blusas – camisas, determinado por el 46% de los resultados; seguido por el 27% de renovación de zapatos; 14% pantalones, 9% faldas, 4% blazer y menos del 1% carteras. Por lo que se puede indicar que el 73% del total de los encuestados hacen la reposición del uniforme que corresponde a prendas de vestir.

¿La empresa le descuenta de su sueldo las reposiciones?

Se desea conocer si los valores por reposición de uniformes son asumidos por el empleado. De igual manera, se consideró para esta pregunta las personas que respondieron utilizar uniforme empresarial.

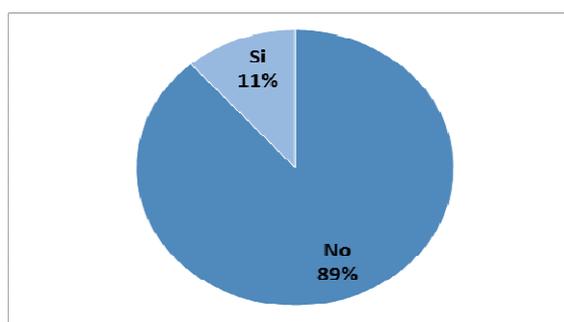


Figura 40. Cancelación de uniformes adicionales solicitados

De las 281 respuestas, el 89% indicó que la empresa asume los valores por reposición de uniformes, esto se puede generar debido que es una práctica que las empresas locales han adquirido con el transcurso del tiempo, además de que está regulado por el código de trabajo; y el 11% indica que se le descuenta el valor correspondiente por este concepto.

¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?

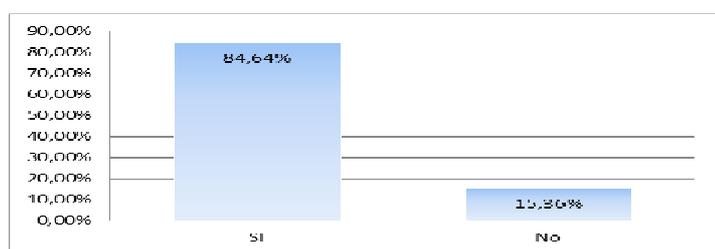


Figura 41. Importancia del material de los uniformes laborales

El 85% de los encuestados consideran que si es importante el material con el que se confeccionan los uniformes para la duración del mismo; y el 15% considera que no es relevante.

¿Con qué prenda de vestir se siente más cómoda?

Se desea conocer con cual prenda se siente más cómoda cuando realiza las actividades de oficina.

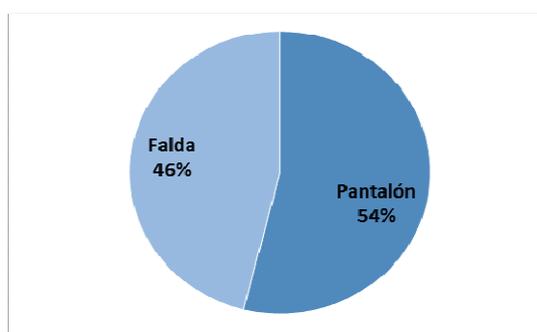


Figura 42. Prenda de uniforme con mejor comodidad

Con las respuestas se puede determinar que el pantalón es la prenda de vestir preferida, debido que el 54% de los encuestados así lo señalaron; y el 46% indicó que es la falda. Se debe considerar que tanto hombres como mujeres fueron quienes emitieron respuesta.

¿En qué tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?

Identificar el lapso de tiempo en que los uniformes presentaron los primeros daños.

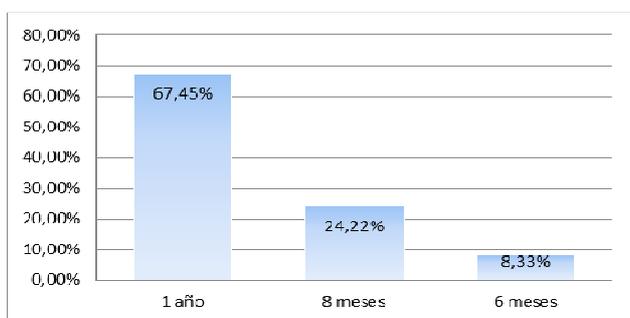


Figura 43. Imperfecciones encontradas en uniformes laborales

De acuerdo a los encuestados, el 67% señaló que las primeras imperfecciones fueron durante el primer año de utilizar el uniforme; el 24% tuvieron daños a los 8 meses y el 8% a los 6 meses.

¿Qué daños se han presentado en su uniforme?

Determinar cuáles son los daños más comunes en los uniformes.

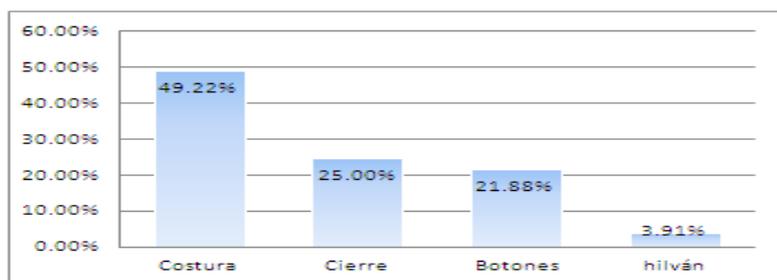


Figura 44. Afectaciones principales en los uniformes laborales

Según los datos observables se determina que la costura en las prendas de vestir es el daño más frecuente, con el 49%; un 25% señaló que su primer daño fue por el cierre; así mismo el 22% indicó que los botones es uno de los motivos; y el 4% lo es el hilván

¿Cuál es el precio que está de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?

La pregunta fue empleada para conocer la cantidad de dinero destinada para cancelar los empleados por la compra de uniformes.

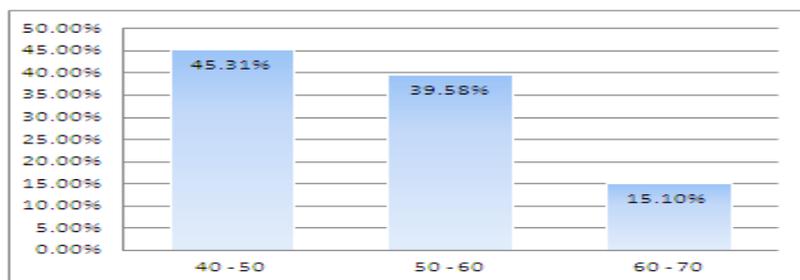


Figura 45. Nivel de precios para uniformes empresas

De las personas encuestadas manifestaron con el 45% que están dispuestas a cancelar entre \$40 a \$50 en la adquisición o reposición de los uniformes, por lo que se considera que hay empresas que las primeras prendas son gratis y a partir de las segundas son cobradas mediante a rol a los empleados, sin embargo también se encontraron personas que pagan directamente los uniformes sin que las empresas asuman estos gastos.

El siguiente rango es de \$50 a \$60 con el 40% y en el último lugar se encuentra el rango de precios de \$60 a \$70, no siempre se compra el uniforme completo sino que se lo realizan con piezas que se necesitan.

Tabla 20**Resumen de resultados de encuesta para uniformes de empresas**

No.	PREGUNTA	OPCIONES		CANTIDAD
		Si	No	
1	¿En su lugar de trabajo utilizan uniformes?	281	103	
4	¿Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo?	239	42	
6	¿La empresa le descuenta de su sueldo las reposiciones?	32	249	
7	¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?	325	59	
2	¿Considera importante el uso del uniforme empresarial por qué?	Representación de la empresa	166	
		Presencia e imagen	113	
		Formalidad	78	
		Ahorro	27	
3	¿Cada que tiempo le sustituyen el uniforme?	Cada dos años	155	
		Cada año	81	
		Más de 2 años	45	
5	¿Qué artículos de su uniforme generalmente sule?	Blusas - Camisas	350	
		Zapatos	205	
		Pantalón	108	
		Faldas	66	
		Blazer	34	
		Cartera	5	
8	¿Con qué prenda de vestir se siente más cómoda?	Pantalón	207	
		Falda	177	
9	¿En qué tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?	1 año	259	
		8 meses	93	
		6 meses	32	
10	¿Qué daños se han presentado en su uniforme?	Costura	189	
		Cierre	96	
		Botones	84	
		hilván	15	
11	¿Cuál es el precio que está de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?	40 - 50	174	
		50 - 60	152	
		60 - 70	58	

Tabla 21**Resumen de resultados de encuesta para uniformes de unidad educativa**

No.	PREGUNTA	OPCIONES	CANTIDAD
		Si	No
4	¿Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo?	235	149
6	¿Los valores que cancela son elevados o de acuerdo con su presupuesto?	258	126
7	¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?	313	71
1	¿En qué sector de la ciudad adquiere los uniformes de sus hijos?	Centro	183
		Norte	134
		Sur	67
2	¿Considera importante el uso del uniforme para sus hijos por qué?	Identificación de la institución educativa	211
		Imagen	132
		Pulcritud	41
3	¿Cada que tiempo le sustituyen el uniforme?	Cada año	325
		Cada dos años	47
		Más de 2 años	12
5	¿Qué artículos de su uniforme generalmente sule?	Zapatos	208
		Blusas - Camisas	196
		Pantalón	166
		Faldas	92
		Medias	60
		Ropa deportiva	46
8	¿En qué tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?	6 meses	197
		8 meses	119
		1 año	68
9	¿Qué daños se han presentado en su uniforme?	Costura	193
		Hilván	78
		Cierre	61
		Botones	52
10	¿Cuál es el precio que está de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?	40 - 50	162
		50 - 60	159
		60 - 70	61

Focus Group Empresas Medianas y Pequeñas

Con la finalidad de poder ampliar la investigación sobre el mercado en el cual se desea incursionar se estimó realizar un focus group con 7 empresas de la ciudad que dieron su apertura y confirmación de asistencia con la finalidad de debatir temas para la implementación del taller, además de poder traspasar sus experiencias y conocimientos en el momento de la inversión de un negocio nuevo.

Tabla 22
Participantes del Focus Group

Nombre	Dirección	Segmento
Creaciones Estrella	Mapasingue Mz.2 villa 37	Comercio
CDK Consulting	Kennedy Norte peatonal 3 villa 2	Asesoría
CEDE Centro Educativo de Desarrollo Empresarial	Trade building piso 5 Oficina 531	Servicio
Lubricentro	Autopista Narcisa de Jesús	Servicio
Automotriz Ortega	Av. De las Américas 1525	Comercio
Creaty	Guayacanes Mz.109 Villa 19	Servicio
Barceloneta	Alborada IX etapa	Comercio

El debate de intercambio de información comenzó con la pregunta clave, si sus negocios tienen uniformes para sus colaboradores, en las que el 6 de 7 respondieron que sí, argumentando que por ser empresas pequeñas la imagen cuenta para la atención de clientes, puesto que se dedican al comercio y servicio. La restante se encuentra abierta a la opción de aportar con uniformes a sus colaboradores, es más la tienen en el presupuesto de este año, pues consideran que el marketing de una empresa se refleja en la presentación de los uniformes.

En cuanto a la calidad y eventualidad de reposición depende mucho de las labores que realicen, hay empresas del focus group que realizan trabajos de oficina, la tela y el desgaste es diferente a las empresas que trabajan con overoles

como el Lubricentro, pues sus colaboradores utilizan otra clase de tela para el trabajo que realizan, a pesar de los argumentos presentados, consideran que de manera anual sería el tiempo óptimo para la reposición, sin embargo hay otros factores externos que impiden como hoy en día las empresas se encuentran restringidas en sus gastos sugieren que los cambios se hagan cada dos años.

De las 7 empresas participantes, manifiestan que el primer uniforme se lo entrega la empresa, además que eso señala la Ley Laboral, a partir de ello el cuidado de las prendas dependen de los colaboradores y de tener la necesidad de reposición será de forma particular debe ser por cuenta propia y cancelar vía rol con descuento hasta en tres meses dependiendo del monto y cantidad de prendas, esto se maneja internamente con políticas. Se rescata la aportación y sugerencia para el emprendimiento del taller en el cual manifestaron que la diferencia de un taller artesanal se encuentra en el servicio y asesoría de imagen, porque cada uno es especialista en su rama pero que le presenten alternativas de colores, diseños, telas y beneficios serían de gran aporte para tomar la decisión, así como la parte económica cuyos precios deben ser competitivos con los demás talleres de confección que hay en la ciudad.

En conclusión de este capítulo se señala que la ciudad crece hacia el lado norte, en la que se encuentran asentados varios talleres de costura y confección, sin embargo la propuesta de este proyecto es diferente porque está apoyada a un grupo de personas que han trabajado de manera individual y se agrupan bajo un mismo fin que es el de confeccionar uniformes a bajos costos y fomenta la economía del país por la compra de insumos nacionales.

CAPÍTULO 4: LA ESTRATEGIA

4.1. Estudio Legal

La empresa es un taller que se dedica a la fabricación y confección de uniformes para empresas e instituciones educativas, pudiendo además dedicarse a la reparación de prendas, así como también en la confección de masas de prendas de vestir femenina.

El capital inicial es de \$47.150 que corresponde a la propiedad que es el lugar que se instala el taller artesanal ubicado en la ciudadela Samanes, a continuación se detalla el nombre de los accionistas que comprenden la conformación de la empresa. Se encuentra inscrita como Taller Artesanal, cuya actividad depende en el área de Desarrollo Artesanal de la Dirección General de Gestión Cultural, dependiente de la Subsecretaría de Promoción Cultural Secretaría de Cultura, Ministerio de Cultura y Turismo.

El representante legal de la empresa es el señor Carlos Ordoñez, nombrado mediante la junta de accionistas por un periodo de cinco años, a quien le corresponde ejercer las actividades de manera individual la representación de la empresa de forma judicial y extrajudicial. Se detalla los nombres de los funcionarios.

Tabla 23
Descripción de cargos

Nombres	Cargo
Carlos Ordoñez	Maestro Artesanal
Verónica Ordoñez	Jefe Financiero
Lucia Aguirre	Jefe Operativo
Marisol Suárez	Jefe Comercial

El taller tiene la obligación de asegurar a todas sus operarias en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y registrarlos en el Ministerio Laboral. Para que sea considerado Taller Artesanal debe estar representado por un Maestro Artesanal que es el propietario adicionalmente que su capital no haya superado los 87.500 dólares de inversión, la calificación está dada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano una vez que el local ha sido calificado como tal, accede a beneficios como: tarifican cero (sin IVA al cliente), tiene descuento de patentes y permisos municipales, no está obligado a pagar a sus operarios los Décimos Tercero y Cuarto Sueldo, fondos de reserva, ni utilidades.

4.2. Estudio Administrativo

4.2.1. Objetivo General de la propuesta

Realizar el estudio de viabilidad del proyecto para implementar un taller artesanal en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de determinar la estructura administrativa y operativa.

Objetivo específicos de la propuesta

- Determinar estrategias administrativas del Taller (misión, visión, principios, valores y estrategias)

- Definir estructura organizacional.
- Detallar el equipo técnico que se desea implementar.
- Especificar la estrategia comercial (zona y clientes)
- Verificar la viabilidad del proyecto.

Nombre: Taller de costura Verord

Logo



Figura 46. Logotipo Verord

Slogan

“Con estilo propio e imagen”

Misión

“Producir trajes de vestir de alta costura para su institución, por medio del cuidado de su imagen, diseño y materiales, con especial atención en la comodidad y elegancia para el uso de las prendas de vestir”

Visión

“Ser el taller artesanal de mayor reconocimiento en la comercialización y producción de uniformes para instituciones a nivel local y nacional, cumplir con las normas de calidad para lograr la satisfacción total de los clientes”

Valores



Figura 47. Valores éticos y emprendedores de VERORD

Organigrama

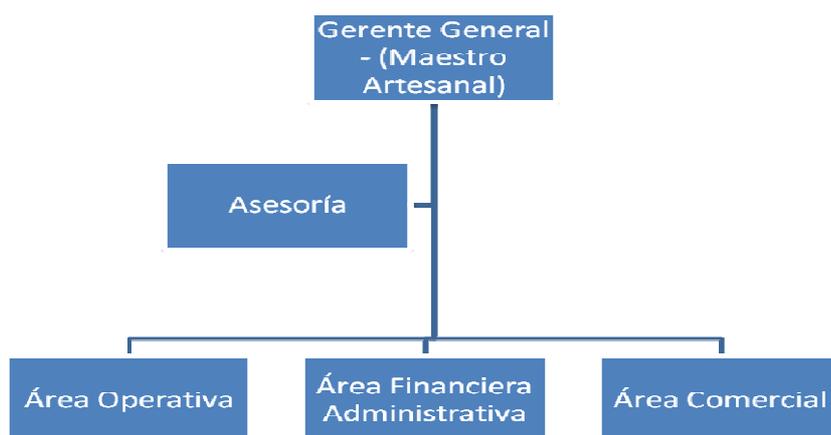


Figura 48. Organigrama VERORD

**Tabla 24
Nómina de VERORD**

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL US \$	SUELDO ANUAL US \$
Gerente General	1	1.500	18.000
Jefe Operativo	1	1.200	14.400
Jefe Administrativo	1	1.200	14.400
Jefe Comercial	1	1.200	14.400
Operarios	8	4.000	48.000
Vendedores	2	1.500	18.000
Asistentes	2	800	9.600
Ayudantes	2	800	9.600
TOTAL	18	12.200	146.400

Se encuentran destinados para las áreas administrativas, operativas y comercial, cada una dispone de una jefatura para direccionar, supervisar y controlar actividades que se realicen al interior del taller.

4.2.2. Perfil del Personal

El gerente general es el propietario del taller, que tiene la intención de poder reunir a varios artesanos que tengan la misma visión y habilidades en la confección de uniformes. Tiene como función realizar la supervisión, control y organización del taller, el mismo que cuenta con la asesoría externa de un profesional que le indicará los caminos legales a seguir con relación a la actividad del taller artesanal.

Funciones:

Gerente General:

- a) Fijar objetivos y políticas.
- b) Organizar de manera más adecuada los lineamientos del taller.
- c) Dirigir y evaluar el desempeño de cada área.
- d) Mantener buenas relaciones y vínculos entre áreas.
- e) Realizar análisis y estudios de la competencia.

Jefe área operativa

- f) Realizar programación de trabajo con las operarias.
- g) Realizar informe de actividades diarias.
- h) Supervisar actividades y estar atentos a proponer mejoras.
- i) Atender solicitudes, quejas y peticiones.

j) Controlar cumplimiento de procedimientos operativos en el taller.

Jefe área financiera - administrativa:

- a) Pensamientos sistemático y estratégico.
- b) Experiencia en dirigir un taller de costura y registro contable.
- c) Comportamiento ético y honesto.
- d) Revisar ingresos y gastos del taller.

Jefe área comercial:

- a) Programar y ejecutar los planes de venta
- b) Coordinar ventas y visitas a nuevos prospectos.
- c) Elaborar programa de recorridos y resultados obtenidos.
- d) Seguimiento de clientes.
- e) Estadística sobre las ventas y competencia.
- f) Notificar sobre necesidades del mercado.

Horarios de funcionamiento

Tabla 25
Horarios de funcionamiento VERORD

Atención al público	
Lunes a viernes	09h00 a 16h00

Taller	
Lunes a viernes	08h00 a 17h00
Sábados	09h00 a 13h00

El horario de atención al público en el taller es de 09h00 hasta las 16h00, al interior los colaboradores trabajan desde las 08h00 hasta las 17h00, sin

embargo los sábados también se abrirá el taller siempre y cuando se tenga que recuperar el horario de alguna operaria para que cumpla con la tabla de trabajo semanal, si es que tuvo alguna eventualidad entre semana, lo puede recuperar el fin de semana, en horario de 09h00 hasta las 13h00 y en temporadas de iniciar clases.

4.3. Estudio Técnico

4.3.1. Localización de plantas y oficinas

El taller se encuentra localizado en la ciudadela Samanes, de propiedad de la socia principal. Para tomar la decisión de localización se analizó varios factores desde el punto de vista social, económico, logístico y tecnológico.

Vías de acceso, transporte y movilización:

Permiten a los clientes, colaboradores y proveedores poder movilizarse en la misma zona norte de menos conflicto vial porque cuenta con varias calles alternas para poder llegar al taller, así como también salir de él. Existen varias líneas de transporte que circulan en las calles principales al norte con la AV. Francisco de Orellana y al sur con Isidro Ayora.

Cercanía al Mercado:

El taller se encuentra en la zona norte en donde desea comenzar a posicionar su nombre y productos, tanto para el área comercial como la logística del taller favorece en tiempo y costos estar en el segmento.

Servicios Básicos:

La zona norte de Guayaquil en especial la ciudadela Samanes donde está ubicado el taller, cuenta con los servicios luz, agua, electricidad, alcantarillado, recolección de basura, internet y telefonía, lo que hace que este sector se encuentre estratégicamente ubicado por la gama de servicios básicos que necesita para poder operar.

Infraestructura:

La propiedad es un domicilio que ha requerido de transformación en algunos cuartos para destinarlas como bodegas, así como también el área de recepción y de garaje interno. Esta propiedad ha sufrido una transformación de 15% lo cual ha sido mínima porque internamente tenía una distribución adecuada en sus dos pisos.

Tabla 26
Factores de decisión para localización

Factores relevantes	Peso asignado	Opción A: Samanes		Opción B: Sauces IX	
		Calificación	ponderación	Calificación	ponderación
Vías de acceso, transporte y movilización	0.30	9.00	2.70	8.00	2.40
Cercanía al mercado	0.15	8.00	1.20	8.00	1.20
Servicios básicos	0.25	9.00	2.25	8.00	2.00
Infraestructura	0.30	9.00	2.70	7.00	2.10
	1.00	35.00	8.85	31.00	7.70

Después de realizar la evaluación entre las opciones para la instalación del taller artesanal se decidió que Samanes con 8.85 de puntos cumple con las expectativas con la mejor posición especialmente para poder movilizarse tanto los colaboradores como las operarias, además de tener una infraestructura interna

adecuada para las áreas del taller, costura, planchado y cortado, pues posee las dimensiones y espacio necesario para las maquinarias.

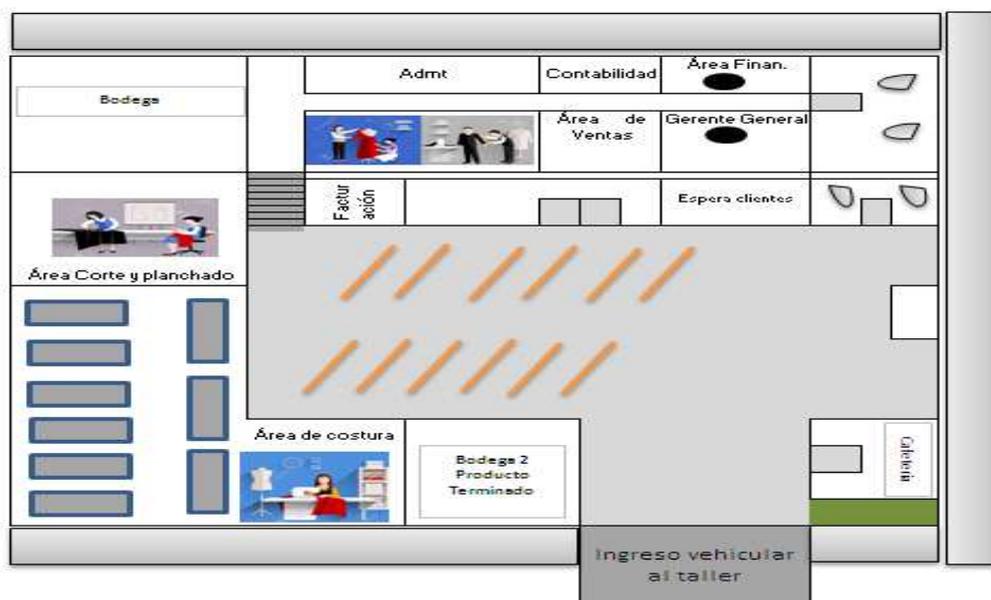


Figura 49. Distribución física del Taller artesanal VERORD

De acuerdo con la imagen anterior se aprecia de mejor manera las dimensiones y distribución del taller de acuerdo con los espacios determinados, para el área operativa y administrativa. Posee además un garaje interno para clientes y propios para evitar congestionamientos al exterior. La infraestructura cuenta con seguridades, la cafetería se encuentra independiente del taller y el área comercial está junto con la recepción para la atención de los clientes.

Tabla 27
Gastos de Adecuación VERORD

GASTOS DE ADECUACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Adecuación en instalaciones	1	2,000	2,000
Letrero	1	150	150
TOTAL			2,150

Los letreros internos de señalización y los externos para guiar a los clientes y colaboradores, son considerados como gastos en la inversión inicial con un valor de \$150, también hubo la necesidad de modificar ciertos espacios externos por \$2.000 como la rampa para el ingreso de camiones y camionetas y en la parte interna se modificaron las instalaciones eléctricas para incorporar más conectores en el suelo y de iluminación, tanto en el área de taller como el de corte y planchado.

4.3.2. Máquinas

Tabla 28
Equipo de producción VERORD

EQUIPOS PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO US\$	V. TOTAL US\$
Maquina Recta	2	640	1,280
Maquina cerradora de codo	1	3,300	3,300
Maquina overlock	2	1,300	2,600
Maquina botonera	1	1,600	1,600
Máquina dos agujas	1	1,000	1,000
Atracadora industrial	1	2,500	2,500
Mesa para cortar	1	300	300
Cortadoras eléctricas	2	750	1,500
Planchas industriales	2	350	700
TOTAL			14,780

La maquinaria básica para iniciar las actividades de Verod comprende de 13 máquinas incluido la mesa de cortado, todo este equipo forma parte del inventario como maquinaria y equipo con un total de \$14.780 cuya depreciación comprende en 10 años.

Materia prima e insumos

La materia prima comprende de la cantidad necesaria para la confección de cada prenda, se ha definido realizar una ponderación inicial por ternos completos de uniforme para mujer y hombre, overoles y mandiles para operarios varones y uniformes escolares estándar. Se debe indicar que la cantidad necesaria de materia para la confección de prendas depende de la contratación ya que hay que establecer la cantidad de uniformes, las tallas, modelos, tipo de tela y el tiempo que se lo requiere.

De acuerdo con lo indicado, se procedió a realizar un estimado de los costos para la confección de uniformes básicos, con relación a hilos, botones, etiquetas, cierres, forros, tizas, entre otros con la unidad respectiva considerando que sean tallas estándar.

Tabla 29

Materia prima ternos uniformes

UNIFORMES TERNOS MUJER				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	12	0.03	0.36
Cierre	Centímetro	1	0.35	0.35
Etiquetas	Unidad	1	0.80	0.80
Forro de bolsillo	Metro	0.50	1.13	0.57
Forro te terno	Metro	3	0.96	2.88
Hilos	Rollos	500	0.02	10.00
Hombreras	Unidad	2	0.80	1.60
Tela de terno (*)	Metro	4	1.90	7.60
			TOTAL	24.16

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

Los ternos de mujer necesitan alrededor de \$24.16 de inversión para su confección, expresada las cantidades en unidades, metros y rollos, el terno se refiere solo al blazer y falda, o blazer y pantalón.

Tabla 30
Materia prima overol

UNIFORMES OVEROLES ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	15	0.20	3.00
Cierre	Centímetro	1	0.60	0.60
Etiquetas	Unidad	1	0.80	0.80
Forro para bolsillo	Metro	0.80	1.13	0.90
Gabardina (*)	Metro	2.50	2.63	6.58
Hilos	Rollos	400	0.02	8.00
Tizas	Unidad	0.02	0.45	0.01
TOTAL				19.89

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

La confección del overol es de \$19.89, tomando en consideración para este cálculo que es una prenda masculina para ser usada de forma externa y cubrirlas de algún riesgo que puede ensuciar sus prendas.

Tabla 31
Materia prima mandiles

UNIFORMES MANDILES ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	5	0.20	1.00
Cierre	Centímetro	2	0.60	1.20
Etiquetas	Unidad	1	0.80	0.80
Forro para bolsillo	Metro	0.10	1.13	0.11
Hilos	Rollos	300	0.02	6.00
Tela comando (*)	Metro	3.00	2.63	7.89
Tizas	Unidad	0.02	0.45	0.01
			TOTAL	17.01

Los mandiles se confeccionan por \$17.01, también es una prenda masculina considerado para este cálculo, utilizada para cubrirse de algún riesgo de la actividad que realice.

Tabla 32

Materia prima camisa escolar

UNIFORMES CAMISA ESCOLAR ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	6	0,05	0,30
Etiquetas	Unidad	1	0,30	0,30
Hilos	Rollos	150	0,02	3,00
Tela docoma (*)	Metro	1,00	0,50	0,50
TOTAL				4,10

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

Tabla 33

Materia prima camisetas polo escolar

UNIFORMES CAMISETA POLO ESCOLAR ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	2	0,05	0,10
Etiquetas	Unidad	1	0,30	0,30
Hilos	Rollos	150	0,02	3,00
Tela dacrón (*)	Metro	1,00	1,05	1,05
TOTAL				4,45

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

Tabla 34

Materia prima faldas escolar

UNIFORMES FALDA SENCILLA ESCOLAR ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO US\$	VALOR TOTAL US\$
Botones	Unidad	1	0,05	0,05
Cierre	Centímetro	1	0,15	0,15
Etiquetas	Unidad	1	0,30	0,30
Hilos	Rollos	200	0,02	4,00
Tela dacrón (*)	Metro	1,50	1,05	1,58
TOTAL				6,08

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

Tabla 35
Materia prima calentador escolar

UNIFORMES CALENTADOR ESCOLAR ESTANDAR				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	VALOR
	DE		UNITARIO	TOTAL
	MEDIDA		US\$	US\$
Elástico	Metro	1	0,02	0,02
Etiquetas	Unidad	1	0,30	0,30
Hilos	Rollos	200	0,02	4,00
Tela lana (*)	Metro	2,00	0,75	1,50
TOTAL				5,82

(*) Escoge el cliente varía según el pedido

En la determinación de los costos de los uniformes de estudiantes se consideró el tamaño estándar, para obtener el valor que se estima se va a gastar. Sin embargo hay que tener presente que el taller va a confeccionar uniformes desde segundo de básica a tercero bachillerato, por lo que la cantidad de metros de tela varía, adicionalmente también varía la cantidad de estudiantes, que en los primeros años hay más estudiantes que en los años superiores.

Tabla 36
Consumo de Materia prima para uniformes empresariales

Temos			Mandiles			Overol		
	Producción para 45 días: P	270		Producción para 45 días: P	330		Producción para 45 días: P	330
CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC	CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC	CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC
BTN	12	3,240	BTN	5	1,650	BTN	15	4,950
CRR	1	270	CRR	2	660	CRR	1	330
ETQ	1	270	ETQ	1	330	ETQ	1	330
FR.BOL	0.50	135	FR.BOL	0.10	33	FR.BOL	0.80	264
FR.TER	3	810	HIL	300	99,000	GAB	3	825
HIL	500	135,000	T.COM	3	990	HIL	400	132,000
HOM	2.00	540	TIZ	0.02	7	TIZ	0.02	7
T.TER	4.00	1,080						
Total		141,345		Total	102,670		Total	138,706

Después de haber calculado los costos estándar para la confección de uniformes empresariales se debe proyectar en un tiempo estimado de 45 días tomando en consideración la cantidad que se va a elaborar en el taller, siendo 270 ternos, 330 overoles y 330 mandiles, el costo en estos tres productos será de \$382.721 por mes.

Tabla 37***Consumo de Materia prima para uniformes instituciones educativas***

Calentador	Producción para 45 días: P	270	Camisa	Producción para 45 días: P	270
CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC	CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC
ELS	1	270	BTN	6	1,620
ETQ	1	270	ETQ	1	270
HIL	200	54,000	HIL	150	40,500
T LAN	2	540	T DOC	1.00	270
Total		55,350	Total		42,930

Falda	Producción para 45 días: P	270	Camisas Polo	Producción para 45 días: P	270
CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC	CÓDIGO	Estándares de consumo: EC	Nivel de Inventario: P x EC
BTN	1	270	BTN	2	540
CRR	1	270	ETQ	1	270
ETQ	1	270	HIL	150	40,500
HIL	200	54,000	T DRA	1.00	270
T DRA	1.50	405			
Total		55,485	Total		84,780

Los mismos cálculos se efectúa en el costo de uniformes de instituciones educativas, pero la cantidad mensual es de 270 prendas en el lapso de 45 días cada uno de los productos: Calentador, falda, Camisas y Camisas polo, llegando a un costo mensual de \$194.535.

4.3.3. Proceso Productivo

El taller artesanal cuenta con los proveedores locales para la adquisición de la materia prima los cuales son receptados en la bodega destinada para estos artículos, se especifica en este punto que no se tiene material almacenado puesto

que el trabajo del taller consiste en adquirir la materia prima para la confección exclusiva en base a los requerimientos de los clientes, salvo el caso que la confección sea para otros destino se mantiene el material en la bodega.

El momento de la adquisición tiene promedio de 2 a 5 días hasta que llegan a las bodegas del taller, los mismos que son adquiridos en base a los pedidos de confección que existen, no es procedente tener materia prima de telas exclusivas almacenadas ya que son bajo pedido, las telas básicas como de forro o de poliéster son las que pueden tener en stock. El proceso de transformación corresponde a la cantidad y la efectividad del uso de cada máquina para lo cual en las tablas de la productividad de la planta se detalla el tiempo en minutos por cada prenda, como cada orden de trabajo es de cantidades diferentes, este tiempo se debe multiplicar por la cantidad que se va a trabajar.

En las actividades del taller no se encuentra realizar pruebas, ya que inicialmente en la toma de medidas se entregaron prendas de prueba para poder trabajar con ellas y así ahorrar el tiempo para cumplir con el contrato.

El cobro se realiza con anticipo del 50% para iniciar y el otro 50% en el plazo de entrega, esto varía según sea el plan, puede ser en promedio de 1 a 6 meses, se conversa con los propietarios de las empresas para saber la premura que ellos lo requieren y también con la capacidad del taller para poder cumplir con los tiempos a fin de poder llegar a un consenso.

El pago a proveedores dependiendo del monto y la materia prima adquirida se llega a un acuerdo de 45 días como también puede extenderse en pagos

equitativos de 3 pagos iguales mensuales, depende mucho del producto y del monto adquirido.

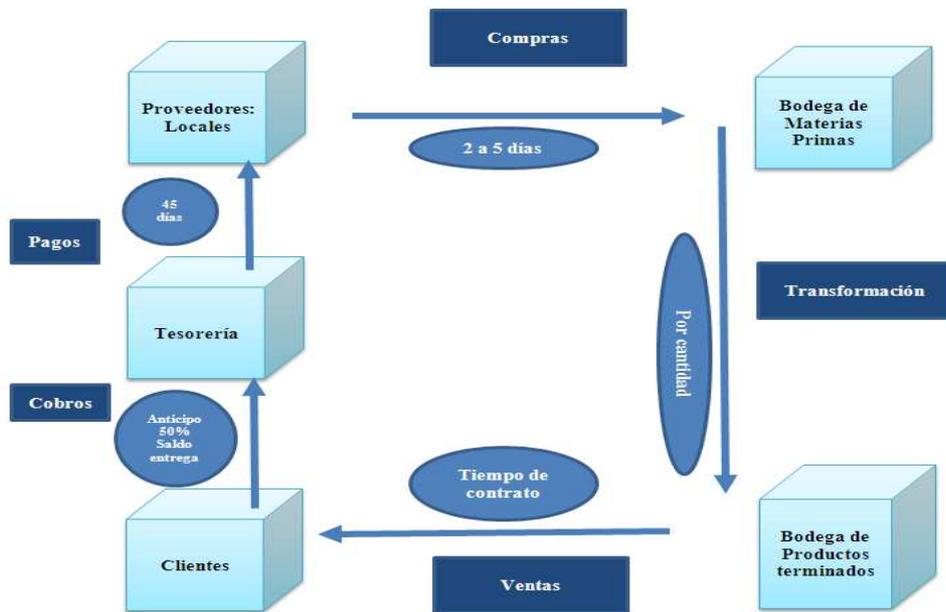


Figura 50. Proceso productivo

El tiempo de transformación de materia prima en uniformes depende de la capacidad de la maquinaria la cantidad de operadores y el tiempo que solicita el cliente, para tal efecto se desarrolla el siguiente esquema.

4.3.4. Cuellos de Botella

De acuerdo con la capacidad de producción que tiene el taller con las 13 máquinas que están operando, el 100% corresponde a 943 uniformes de empresas y 869 de uniformes de instituciones educativas. Esta cantidad se cumple siempre y cuando se cuente con materia prima adecuada en el momento oportuno por tal

razón el contacto con proveedores y reposición que se realice para adquirir la materia prima en los días que dure la realización de la producción.

Tabla 38
Capacidad de producción

Capacidad Instalada		70%	100%	50%
943	Empresarial	660	943	472
869	Escolar	608	869	435

Un cuello de botella es la restricción de la producción, por lo que se debe realizar una corrección en los procesos, a medida que se va evaluando la capacidad que tiene cada máquina en el taller, sin embargo se manifiesta que en el proceso de cosido es donde el tiempo de estación es más duradero, ya que su preliminar que es el cortado, los moldes son tomados en masa debido a esto el tiempo es menor, sin embargo al pasar al siguiente proceso que es el cosido se lo realiza por unidad además de poner los apliques adicionales lo que hace que la máquina esté produciendo al 100% pero no con la misma agilidad que se necesite, si sucede esto se deben redistribuir funciones y reorganizar el plan de trabajo a fin de que las operarias y las máquinas trabajen coordinadamente y cumplir con los tiempos.

De esta manera se produce de acuerdo con el diseño del plan, con la finalidad de que su tiempo estacional por cada máquina de cosido sea óptimo y se logre disminuir el tiempo, ya que corresponden a 7 las máquinas de coser, de tal manera que se anticipe ciertos pasos antes del uso de las overlock y de línea recta. La empresa VERORD tiene sus planes de trabajo sin embargo en cada nuevo

pedido las cantidades y telas son diferentes, por lo que no se puede estandarizar los tiempos, cantidades y telas.

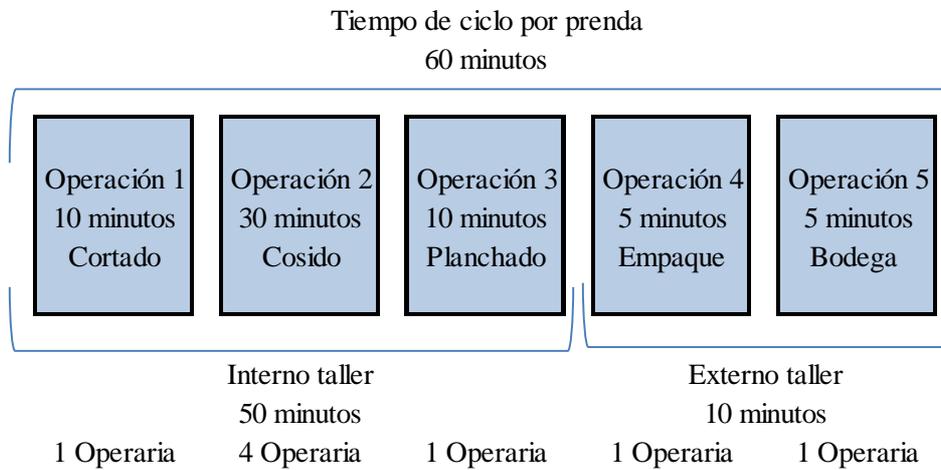


Figura 51. Proceso productivo VERORD

De acuerdo con el gráfico desarrollado como se encuentran distribuidas las funciones, el área interno del taller son quienes tienen la mayor carga operativa y en el exterior se encuentran dos personas para empaque e ingreso a la bodega, por lo que sí existe un exceso de demanda de producción se debe ingresar la operaria de empaque para que ayude en la actividad de cosido, de esta manera el tiempo se distribuye de mejor manera.

Tabla 39
Tiempo estimado usado en el taller VERORD

Días al mes	22
Horas / día	8
Horas / mes	176
Minutos / mes	10560

La forma de conocer el tiempo de trabajo durante un mes que tiene 22 días laborales, con 8 horas de trabajo cada día, que al mes son 176 lo que representa en

el mes de 10.560 minutos que debe ser utilizado para producir las prendas por operarios en el interior del taller.

Tabla 40
Capacidad efectiva del taller VERORD

	Producción requerida	Exigencias Operarias en taller			Exigencias P x E (horas)		
		Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado
Uniformes empresariales							
Ternos	180	0.50	0.60	0.15	90	108	27
Mandiles	220	0.35	0.40	0.10	63	72	18
Overol	220	0.33	0.40	0.10	59	72	18
Faldas	180	0.20	0.30	0.10	36	54	18
Pantalón	180	0.30	0.50	0.10	54	90	18
Blusas	220	0.20	0.30	0.10	36	54	18
Chalecos	180	0.20	0.60	0.10	36	108	18
Uniformes escolares							
Camisa	180	0.10	0.30	0.10	18	54	18
Camiseta polo	180	0.10	0.20	0.10	18	36	18
Faldas	180	0.10	0.20	0.10	18	36	18
Calentador	180	0.10	0.40	0.10	18	72	18
				Total	446	756	207
Costo estimado por hora :							
CH				8 operarias	2.84	2.84	2.84
Costo previsto de mano de obra en el taller:					1,268	2,148	588

Con relación a la capacidad de la mano de obra en tiempo utilizada para ambos productos, uniformes empresariales y escolares, se determinan las tres actividades básicas que se realizan que son cortados, cosido y planchado, representado en minutos por la cantidad de prendas que se confeccionan al mes y se obtiene el cantidad en horas dedicada para esa actividad. Esto quiere decir que para cortado se necesitan 446 horas al mes, para cosido 756 horas al mes y para planchado 207 horas al mes. Dicha distribución de actividades se comparte entre las ocho operarias que tiene el taller, obteniendo el valor de mano de obra al mes de \$4.000, considerando que cada operaria trabaja 8 horas por día los 5 días a la semana.

Tabla 41
Capacidad de producción Uniformes de empresas

UNIFORMES EMPRESAS									
CÓDIGO	220	Precio Unitario	Total costo estándar	220	Precio Unitario	Total costo estándar	180	Precio Unitario	Total costo estándar
	Mandiles			Overol			Ternos		
BTN	5	0,05	55	15	0,20	660	15	0,03	81
CRR	2	0,52	227	1	0,60	132	1	0,35	63
ETQ	1	0,80	176	1	0,80	176	1	0,80	144
FR BOL	0,1	1,13	25	0,8	1,13	199	0,8	1,13	163
FR TER		0,96	0			0		0,96	0
GAB		2,63	0	2,5	2,63	1.447	2,5		0
HIL	300	0,02	1.320	400	0,02	1.760	400	0,02	1.440
HOM		0,80	0			0		0,80	0
T COM	3	2,63	1.736			0			0
T TER		1,90	0			0		1,90	0
TIZ	0,02	0,45	2	0,02	0,45	2	0,02		0
		Costo:	3.541		Costo:	4.375		Costo:	1.891
	Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado
	36	72	36	36	72	36	18	54	18
	2,84			2,84			2,84		
Costo hora:	102	205	102	102	204	102	51	153	51
	Costo total Mandil		3.950	Costo total Overol		4.784	Costo total Terno		2.146

Tabla 42

Capacidad de producción Uniformes de instituciones educativas

UNIFORMES INSTITUCIONES EDUCATIVAS												
CÓDIGO	180 Calentador	Precio Unitario	Total costo estándar	180 Camisa	Precio Unitario	Total costo estándar	180 Camiseta p	Precio Unitario	Total costo estándar	180 Faldas	Precio Unitario	Total costo estándar
BTN			0,00	0,05	0,20	1,80	0,05	0,03	0,27	0,05	0,03	0,27
CRR			0,00		0,60	0,00		0,35	0,00	0,15	0,35	9,45
ELS	1	0,02	3,60		0,80	0,00		0,80	0,00		0,80	0,00
ETQ	1	0,30	54,00	0,3	1,13	61,02	0,3	1,13	61,02	0,3	1,13	61,02
HIL	200	0,02	720,00	0,02		0,00	0,02	0,96	3,46	0,02	0,96	3,46
T DOC			0,00	0,5	2,63	236,70			0,00			0,00
T DRA			0,00		0,02	0,00	1,05	0,02	3,78	1,05	0,02	3,78
T LAN	2	0,75	270,00			0,00		0,80	0,00		0,80	0,00
		Costo:	1.047,60		Costo:	299,52		Costo:	68,53		Costo:	77,98
	Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado	Cortado	Cosido	Planchado
Mandiles	18	54	18	18	54	18	18	54	18	18	54	18
Costo hora:	2,84			2,84			2,84			2,84		
	51	153	51	51	153	51	51	153	51	51	153	51
	Costo total Calentador		1.303	Costo total Camisa		555	Costo total Camiseta		324	Costo total Falda		334

4.3. Estudio Comercial

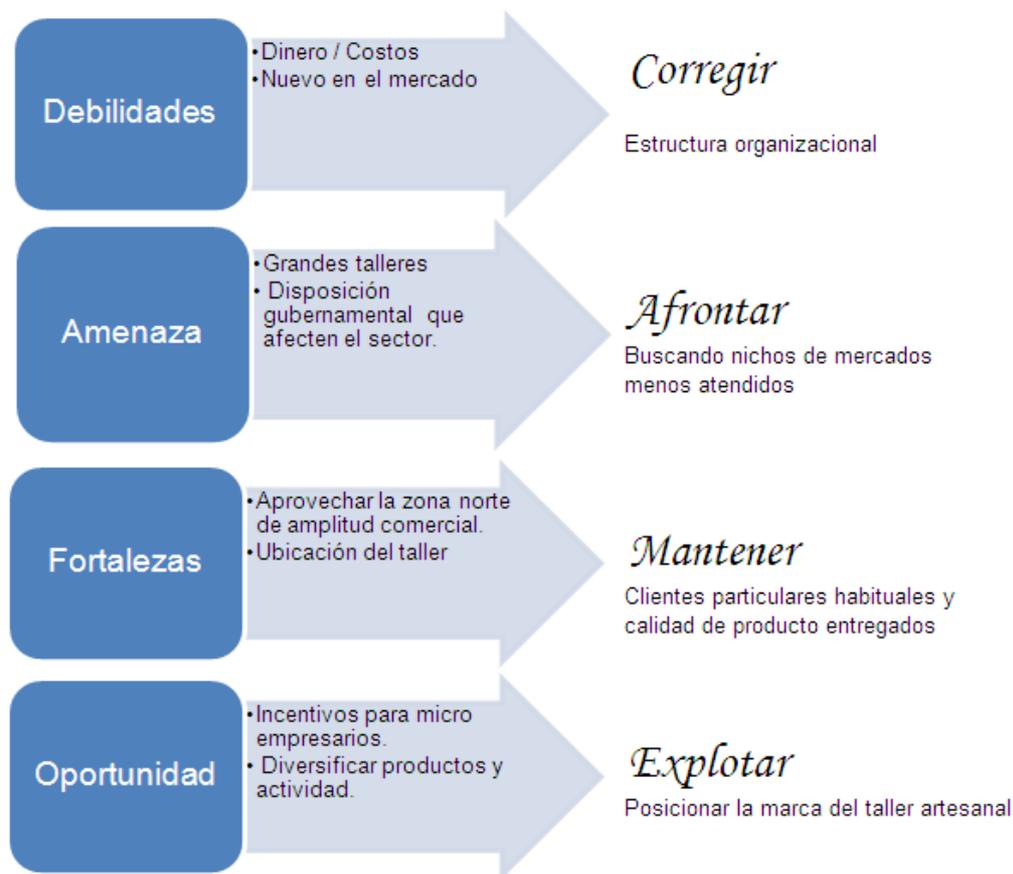


Figura 52 Estrategias comerciales para aplicar en el negocio

La estrategia principal del taller artesanal que se propone implementar comprende factores de éxitos internos como la capacitación, ubicación y experiencia que cuentan los recursos, por otra parte los factores de éxitos externos está el respaldo gubernamental para los permisos, autorizaciones y competitividad en el mercado, bajo el marco de apoyo al crecimiento de las microempresas, que priorizan el consumo de productos nacionales, con lo que se permite bajar los costos y minimizar las exportaciones, debido a que el taller se enfoca en la materia prima nacional.

4.3.1 Tipo de cliente

- Personas naturales que trabajan bajo relación de dependencia.
- Empresas jurídicas que necesitan proveedor de confección de uniformes.
- Alumnos de escuelas públicas o privadas.
- Alumnos de colegios públicos o privados.
- Personas particulares.

4.3.2. Cobertura de Mercado

El proyecto de la implementación del taller será en la zona norte de la ciudad de Guayaquil con mayor énfasis en las parroquias Tarqui y Pascuales. Distribuidas como parroquia 1 y 2 para poder asignar cuota de venta a los asesores encargados en el taller cuya comercialización será directamente desde el taller o realizando visita con demostración de diseños, visita a instalaciones, material de tela y acabados.

Tabla 43
Cobertura de Mercado en Guayaquil

ZONA	CUOTA EN %	VENTAS US\$
Parroquia 1 - Norte	37.35%	19,476
Parroquia 1 - Sur	21.10%	11,002
Parroquia 2 - Norte	29.40%	15,328
Parroquia 2 - Sur	12.15%	6,335
TOTAL	100.00%	52,140

Categoría	Recorridos por mes	Contratos por mes	Cantidades por mes	Asesor 1	Asesor 2
Empresarial	983	246	43,200	21,600	21,600
Escolar	334	84	10,800	5,400	5,400
TOTAL	1,317	329	54,000	27,000	27,000

4.3.3. Política de Crédito

El Taller VEROD entrega créditos de hasta 45 días a sus clientes o cambiar su forma de pago de 50% para inicio de trabajo y 50% al concluir con la entrega de las prendas, con cheque o transferencia a cuenta. De cualquiera de las dos opciones puede acogerse el cliente, sin embargo de forma de análisis de riesgo interno, el área comercial revisa y analiza la información del cliente para registrarlo en la base, empezando por la recepción de la documentación denominado “Política de solicitud de crédito”, para posteriormente realizar la verificación de datos y análisis de riesgo respectivo

POLÍTICA DE SOLICITUD DE CRÉDITO		Fecha: dd/mm/aaaa No.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Fecha de Vigencia desde:		
Objetivo: Determinar el riesgo que implica asignar el cupo de crédito con plazo y monto para los clientes frecuentes, o los que tienen contratos a largo plazo firmados con el taller.		
Involucrados: Ventas, clientes y crédito y cobranzas		
Proceso: Llenar la solicitud de crédito Cliente entrega documentación Se ingresan la solicitud al sistema Se reúne comité de asignación de crédito para aprobar. Se aprueba o niega el crédito. Comunica al cliente		

Una vez ingresado al sistema la solicitud de crédito y se haya firmado el contrato para la confección de uniformes, se activa el siguiente paso que es la gestión de cobro, la misma que también se maneja con políticas internas para tal efecto, el área comercial tiene a su cargo la gestión de cobranza, que debe ser reportada constantemente al área administrativa.

POLÍTICA MANEJO DE CRÉDITO		Fecha: dd/mm/aaaa No.
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
		
Fecha de Vigencia desde:		
<p>Objetivo: Realizar el respectivo seguimiento de la cobranza y flujos de pagos para poder minimizar el riesgo de cuentas incobrables.</p> <p>Involucrados: Área Comercial, Gerencia General y Área Administrativa</p> <p>Contenido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Determinar monto, plazo y forma de pago del contrato. 2 Informar al cliente las fechas de cobro. 3 Realizar informes de crédito y recuperación de dinero. <p>Proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cliente que paga a 45 días cancela la totalidad del contrato. - Cliente que se acoge al 50% - 50% (anticipo y fin de contrato) <ul style="list-style-type: none"> Si existe retraso se reprograma la deuda con el cliente. Si existe retraso repetitivo se cancela los créditos. 		

4.3.4. Marketing MIX

Producto

- Uniformes de empresas
- Uniformes de instituciones educativas

Los uniformes son elaborados en el taller y empaquetados en fundas biodegradables con el sello del taller, incluye el armador que se cuelgan las prendas, en el caso de uniformes institucionales es particular la entrega. Para los uniformes escolares son doblados y empaquetados por talla y entregados a los distribuidores.

Uniformes Empresariales
Uniformes Instituciones Educativas

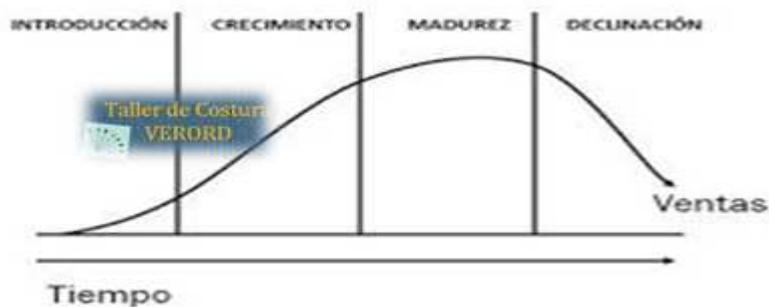
Características:

Tela	Composición
Orión mix	50% Poliéster 50% Algodón
Fox	100% Poliéster
Araba	100% Oliéster
Bermuda	100% Algodón



Figura 53. Uniformes - Producto

Los uniformes del taller se encuentran en etapa de introducción en la ciudad de Guayaquil, puesto que se está incorporando el taller con sus productos para ser ofertados en el mercado.



Precio

A continuación se presenta la tabla de precio unitario por cada prenda que se elabora, hay que tener presente que los valores son por prendas de tamaño estándar, como se indicó anteriormente se debe diferenciar, el tipo de tela y la cantidad a utilizar de materia prima.

Tabla 44
Precio – Marketing Mix

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO
Uniformes empresariales	
Ternos	55
Mandiles	30
Overol	40
Faldas	25
Pantalón	25
Blusas	20
Chalecos	25
Uniformes escolares	
Camisa	11
Camiseta polo	15
Faldas	17
Calentador	17

Plaza

El lugar determinado para la cobertura es la zona norte de la ciudad para ingresar en la etapa de introducción en las parroquias Tarqui y Pascuales con una

cobertura del 100% de recorrido de los asesores comerciales por lo que la venta será directa del productor al consumidor.

El taller cuenta con bodegas de almacenamiento adecuadas para guardar los productos terminados y para la materia prima, en el mismo taller ubicado en Samanes y los contratos son con el 50% de entrada y 50% al momento de entregar la mercadería, o con crédito de 45 días, previo la firma del contrato.

Tabla 45
Plaza – Marketing Mix

Zona norte de Guayaquil Cobertura 100% Parroquia Tarqui y Pascuales	
Canal de Distribución:	Venta directa del productor al consumidor
Ubicación de locales:	Samanes
Fuerza de ventas:	Conformado por 2 vendedores, 1 administrador en oficina y 1 Jefe Comercial en oficina y campo.
Almacenamiento:	Existen dos bodegas, la de materia prima y la de producto terminado. Con la finalidad de control el inventario y productos de exhibición (muestras)
	La ubicación de las bodegas en Samanes
Abastecimiento de locales:	Las bodegas son abastecidas de acuerdo con los pedidos realizados.
Logística:	La entrega es bajo la contratación de servicio de transporte para entrega directa.

Promoción

Para este apartado se considera que se deben realizar dípticos, banners y el letrero del local que identifique la actividad del taller, además de utilizar los recursos tecnológicos para realizar emailing. Las promociones también incluyen

asistir a ferias artesanales para las fiestas de Guayaquil en que se puede exponer el arte al que se dedica el taller además de poder hacer publicidad gratuita pues las instalaciones lo permiten.

Al momento de la entrega de los uniformes se entrega llaveros, plumas, ó varios suvenires como parte del recuerdo del taller y así realizar una promoción silenciosa del taller.

Tabla 46
Promoción - Marketing Mix

<p>Publicidad:</p> <p>Medios de promoción de Ventas:</p> <p>Obsequios:</p>	<p>Dípticos, Barners y letrero en el local.</p> <p>Marketing en redes sociales, e-mailing</p> <p>Feria Artesanal del Colegio Guayaquil (Julio y Octubre)</p> <p>Ferias en centro de convenciones de Guayaquil (Fomentar talleres artesanales)</p> <p>Calendarios, llaveros, plumas y vasos térmicos.</p>
---	--

Para toda organización grande o pequeña es importante implementar las áreas principales que van a ayudar en el control y la administración ya sea por medio del aspecto legal para conocer las obligaciones y derechos por cumplir, así como el estudio técnico para determinar la capacidad de trabajo con las máquinas y el personal que conforma el taller y el estudio comercial determinando el segmento y mercado en el cual se va a desenvolver. Cada una de estas áreas tiene un papel fundamental en la estabilidad del taller, por tal razón es importante determinar responsabilidades y objetivos que cumplir para cada una y ser evaluadas regularmente.

CAPITULO 5:

IMPACTOS ESPERADOS

Objetivo

Medir el impacto que genera la creación de un taller artesanal con personal calificado para producir a mayor escala uniformes para empresas e instituciones educativas.

5.1. Social

Crear oportunidad de trabajo para que operarias independientes puedan unirse bajo una razón social y producir en mayor cantidad los artículos que están especializadas en sus destrezas. Fomentar la creación de micro negocios para personas que sienten la necesidad de progresar y sentirse identificadas en la sociedad. Contribuir al crecimiento de la ciudad, bajo la denominación de un taller artesanal con proyecciones de ser un taller industrial.

5.2. Económico

Mejorar las condiciones económicas del personal que conforma el taller artesanal en especial a las operarias que son la mano de obra fundamental. Promover la producción nacional, en base a las compras de insumos generados en el país. Dinamizar la economía en el sector textil artesanal con nuevos talleres para la confección, distribución y comercialización.

Incentivar a nuevas inversiones de acuerdo con el flujo proyectado puesto que cuenta con liquidez para realizar nuevas inversiones a partir del año 4.

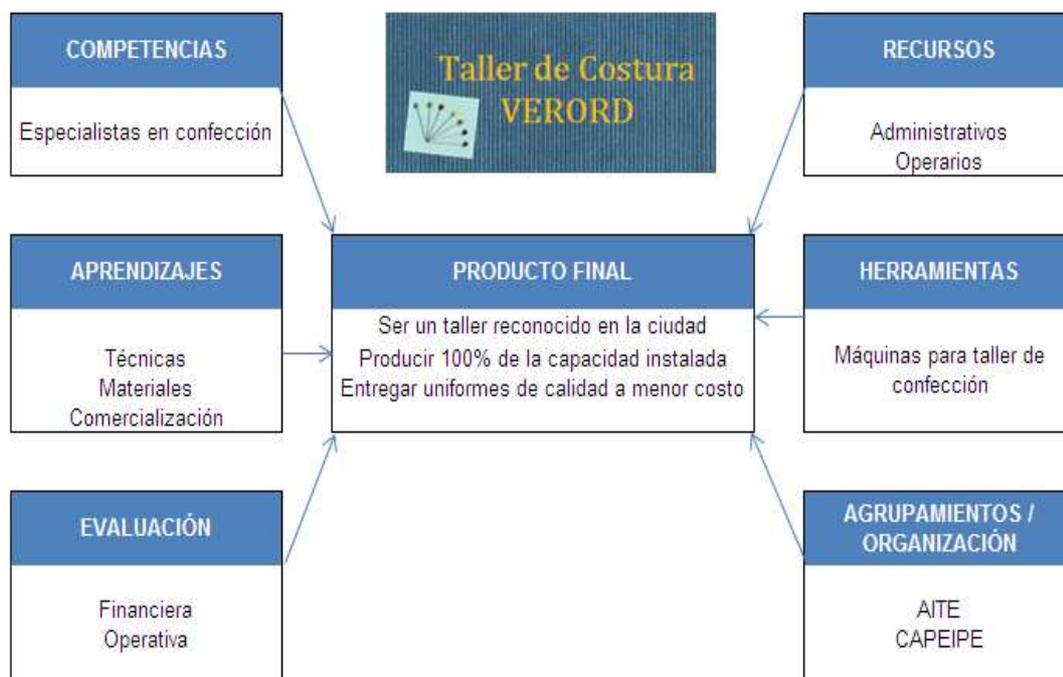


Figura 54. Alcance de Impactos de VERORD

5.3. Beneficiarios

Por medio del Plan Nacional del Buen Vivir en su objetivo No.8: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”

Enfatiza el apoyo del gobierno hacia las nuevas oportunidades de producción nacional, para el caso del taller artesanal su inclusión es por medio del uso de insumos de marcas nacionales, cuyo costo es barato, pues carece de aranceles que encarecen el costo.

Se cita textualmente lo manifestado en el desarrollo del objetivo 8: Impulsar la formación técnica y especializada dirigida al sector popular, en el marco de su incorporación en los procesos de sustitución de importaciones y la transformación de la matriz productiva.

Tabla 47
Beneficiarios Directos e Indirectos VERORD

Beneficiarios Directos	
Empresas	Trabajadores
Instituciones educativas	Alumnos
Taller artesanal	Recurso humano
Beneficiarios Indirectos	
Proveedores	Materia prima

Es un proyecto que brinda apoyo en el área social ya que permite que varias personas se puedan unir para conformar un taller artesanal bajo una razón social y que les permita ser competitivos en la ciudad, disminuyendo costos y producir en mayor cantidad, lo que da como resultado obtener mayores ingresos con el propósito de llegar a ser un taller industrial. Para lo cual el personal debe comprometerse, ser constantes en su capacitación, en técnicas y materiales para ofrecer siempre productos de calidad.

CAPITULO 6: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1. Información Financiera

El Taller Artesanal necesita de \$70.265 para comenzar su funcionamiento, de los cuales se encuentran clasificados en activos fijos que corresponden a las maquinarias en las que hay que invertir, el lugar donde se instalará el taller es de aportación patrimonial por \$47.150 y se necesita financiar la inversión restante de \$23.115 con la institución financiera que será la CFN con tasa del 8.61% para crédito de Capital de trabajo por 1080 días Micro negocios con tasa reajutable cada 90 días.

Tabla 48
Balance Inicial VERORD

ACTIVOS				PASIVOS	
Activo Corriente				Pasivo Largo Plazo	
Bancos	5,000			Documentos por pagar	23,115
				TOTAL PASIVOS	23,115
Activo Fijo		65,265			
Edificio	47,150			PATRIMONIO	
Muebles y enseres	440			Capital Propio	47,150
Equipos de Oficina	1,825			TOTAL PATRIMONIO	47,150
Equipos de Computación	1,070				
Maquinaria y Equipos	14,780				
TOTAL ACTIVOS		70,265		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	70,265

En el registro de los ingresos se consideró la variación de precio y cantidad de 3.58% correspondiente a la inflación al cierre de diciembre de 2015. Considerando que el mercado se desenvuelva en iguales condiciones que el año anterior, un poco contraído por la disminución de liquidez en el mercado, así como la apreciación del dólar y por la baja en el precio del petróleo.

La proyección de los resultados se considera las ventas efectuadas durante el año con la capacidad instalada del 75% para poder presentar resultados en un escenario normal. Sus ingresos provienen de dos líneas las de uniformes empresariales con elaboración de 1380 prendas mensuales y 720 prendas escolares.

Tabla 49
Ingresos proyectados

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Uniformes empresariales					
Ternos	118,800	127,458	132,021	136,748	146,714
Mandiles	79,200	84,972	88,014	91,165	97,809
Overol	105,600	113,296	117,352	121,554	130,413
Faldas	54,000	57,936	60,010	62,158	66,688
Pantalón	54,000	57,936	60,010	62,158	66,688
Blusas	52,800	56,648	58,676	60,777	65,206
Chalecos	54,000	57,936	60,010	62,158	66,688
Uniformes escolares					
Camisa	17,820	19,119	19,803	20,512	22,007
Camiseta polo	24,300	26,071	27,004	27,971	30,010
Faldas	27,540	29,547	30,605	31,701	34,011
Calentador	27,540	29,547	30,605	31,701	34,011
TOTAL	588,060	630,919	653,506	676,901	726,235

Los costos en la proyección son la mano de obra y la materia prima utilizada en la confección de uniformes y se ubican en promedio de \$465.000 mensuales y la variación constituye el 3.58% para unidades y para valores.

Tabla 50
Costos proyectados

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Uniformes empresariales					
Ternos	52,175	54,043	55,977	57,981	60,057
Mandiles	44,912	46,520	48,185	49,910	51,697
Overol	52,504	54,384	56,331	58,348	60,436
Faldas	40,500	41,950	43,452	45,007	46,619
Pantalón	40,500	41,950	43,452	45,007	46,619
Blusas	39,600	41,018	42,486	44,007	45,583
Chalecos	40,500	41,950	43,452	45,007	46,619
Uniformes escolares					
Camisa	8,856	9,173	9,501	9,842	10,194
Camiseta polo	9,612	9,956	10,313	10,682	11,064
Faldas	13,122	13,592	14,078	14,582	15,104
Calentador	12,571	13,021	13,487	13,970	14,470
Mano de obra Directa					
Operarios	60,198	62,353	64,585	66,897	69,292
Jefe Operativo	18,316	18,971	19,650	20,354	21,083
TOTAL	433,366	448,880	464,950	481,595	498,836

La utilidad bruta se obtiene entre la diferencia de ingresos y costos generados del taller, presentados en el estado de resultado que se evidencia el promedio de \$190.000, de los cuales se deben descontar los gastos administrativos y de ventas para obtener la utilidad antes de participación.

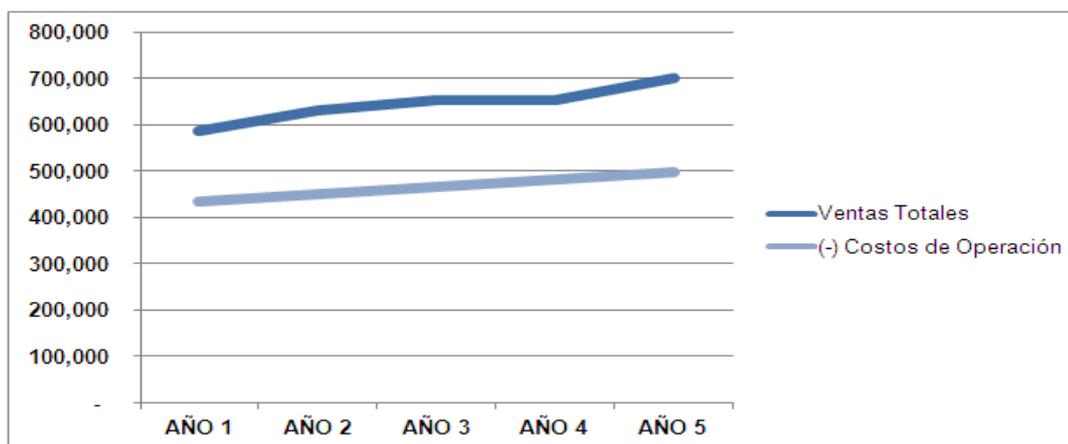


Figura 55. Ingresos y Costos proyectados VERORD

Tabla 51
Estado de Resultado Proyectado VERORD

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	588,060	630,919	653,506	676,901	726,235
(-) Costos de Operación	433,366	448,880	464,950	481,595	498,836
(=) Utilidad Bruta en Ventas	154,694	182,039	188,556	195,306	227,399
(-) Gastos en Administración	90,062	97,530	100,863	103,959	107,535
(-) Gastos de Ventas	44,119	48,469	50,204	52,001	53,863
(=) Utilidad antes de impuestos	20,514	36,041	37,489	39,346	66,001
(-) Gastos Financieros	1,716	1,084	396	-	-
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	18,798	34,956	37,093	39,346	66,001
(-) 15% Participación a trabajadores	2,820	5,243	5,564	5,902	9,900
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	15,978	29,713	31,529	33,444	56,100
(-) 22% Impuesto a la renta	2,397	4,457	4,729	5,017	8,415
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	13,581	25,256	26,800	28,427	47,685

Nota: Proyección realizada a 5 años con crecimiento estimado de 3.58% tomada del cierre de inflación del año 2015.

Los ingresos provienen de las ventas estimadas para el periodo de estudio de cinco años, realizando las ventas de uniformes de estudiantes y personal de empresas, con cantidades de promedio de producción semanal de 525 prendas, se le aplica la variación en precio y cantidad de 3.58% correspondiente a la inflación del cierre del año 2015.

Por otra parte los costos son generados por la adquisición de materia prima localmente en Guayaquil y Quito que constituyen en promedio del 65% de la

producción y que también se aplica la variación pertinente para la evaluación de cinco años.

Tabla 52
Evaluación Financiera VERORD

INVERSIÓN INICIAL	(70,265)
Flujo año 1	16,162
Flujo año 2	26,473
Flujo año 3	23,437
Flujo año 4	33,115
Flujo año 5	59,144
TASA DE DESCUENTO	6%
VAN	\$ 56,806
TIR	28%
B/C	\$ 0.81
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	3 años

En la evaluación financiera se presenta los flujos previstos en el periodo de estudio de los 5 años, los cuales son tomados desde los ingresos y descuenta los gastos operativos, administrativos y financieros, posterior a ello determina el disponible que cuenta la empresa.

La tasa de descuento aplicada representa la tasa referencial tomada del cálculo de WACC que son las siglas de costo del capital propio, costo de la deuda, financiamiento con capital propio y con terceros, lo que dio como resultado el 6%, generando así el VAN de \$56.806 con los flujos proyectados trayendo a valor presente y una TIR del 28%, dichos indicadores evidencian la viabilidad del proyecto y que se recupera la inversión en un plazo promedio de 3 años.

Tabla 53
WACC Tasa de descuento

FÓRMULA	%
WACC = $(k_g) * (E/v) + k_d * (D/V)$	
En donde:	
Kg= Costo del capital propio	4%
Kp= Costo de la deuda	9%
E/V= Relación objetivo capital propio del total de financiamiento	67%
D/V= Relación objetivo de deuda a total de financiamiento	33%
WACC	6%

Con la finalidad de poder exponer la situación económica del proyecto se rescata los indicadores más relevantes para el estudio y proyección del caso, que se evidencia un margen bruto estable con utilidades al final de cada periodo y que se obtiene ROE con tendencia ligeramente estable y una capacidad de pago que va creciendo año a año por lo que son saludables.

Los recursos patrimoniales participan con un 40% en promedio y el nivel de endeudamiento corresponde en promedio del 60%, concentrado principalmente a corto plazo debido a que se financia con proveedores y que a partir del tercer año es 100% corto plazo ya que se cancela la totalidad de la deuda del préstamo adquirido. La rotación de cobro se ubica en promedio de 60 días y la de pago en promedio de 90 días.

Tabla 54
Indicadores Financieros VERORD

Datos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Activos	123,663	217,690	245,210	292,202	374,099
Total Pasivo	123,778	188,130	184,432	198,934	229,084
Total Patrimonio	60,731	85,987	112,787	141,215	188,900
Capital de Trabajo	15,946	37,935	60,778	93,268	145,015
Ventas Netas	588,060	630,919	653,506	676,901	726,235
Costo de Ventas	433,366	448,880	464,950	481,595	498,836
Margen Bruto	154,694	182,039	188,556	195,306	227,399
Gastos operacionales	134,181	145,998	151,067	155,960	161,398
EBITDA	36,676	62,513	60,926	72,461	125,145
Beneficio Operativo (EBIT)	20,514	20,514	20,514	20,514	20,514
Beneficio antes de Impuestos	18,798	34,956	37,093	39,346	66,001
Beneficio Neto	13,581	25,256	26,800	28,427	47,685
Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Crecimiento en ventas por año	-	7.29%	3.58%	3.58%	7.29%
Crecimiento utilidad neta por año	-	85.96%	6.11%	6.07%	67.74%
Costo de ventas / ventas	73.69%	71.15%	71.15%	71.15%	68.69%
Margen bruto de utilidad/ventas	26.31%	28.85%	28.85%	28.85%	31.31%
Gastos operacionales / ventas	22.82%	23.14%	23.12%	23.04%	22.22%
Utilidad operativa / ventas	3.49%	3.25%	3.14%	3.03%	2.82%
Utilidad neta / ventas	2.31%	4.00%	4.10%	4.20%	6.57%
ROS Tasa de retorno sobre ventas	2.31%	4.00%	4.10%	4.20%	6.57%
ROA Tasa de retorno del activo total	10.98%	11.60%	10.93%	9.73%	12.75%
ROE Tasa de retorno de capital accionario	22.36%	29.37%	23.76%	20.13%	25.24%
Deuda total sobre Activos	100.09%	86.42%	75.21%	68.08%	61.24%
Deuda total sobre Ventas	21.05%	29.82%	28.22%	29.39%	31.54%
Nivel Patrimonial	32.92%	31.37%	37.95%	41.52%	45.19%
Nivel de endeudamiento	67.08%	68.63%	62.05%	58.48%	54.81%
Deuda Corto Plazo	87.02%	95.55%	100.00%	100.00%	100.00%
Deuda Largo Plazo	12.98%	4.45%	0.00%	0.00%	0.00%
Razón corriente	1.15	1.21	1.33	1.47	1.63
Razón de liquidez	0.20	0.26	0.39	0.52	0.71
Razón ácida	0.15	0.21	0.33	0.47	0.63
Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días Inventario	50	50	49	58	68
Días Cobro Comerciales	63	62	61	59	58
Días Pago	85	99	91	89	92
Rotación del Inventario, veces x año	7	7	7	6	5
Apalancamiento	2	2	2	1	1

Se estableció tres escenarios posibles, el que se presenta es el normal y adicionalmente se efectuaron dos más como optimista con capacidad de producción del 80% de la planta y el pesimista con capacidad de producción del 60%, obteniendo resultados favorables evidenciando que el proyecto es viable en cualquiera de los tres escenarios.

Tabla 55
Escenarios VERORD

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	5%	6%	7%
Capacidad Instalada	60%	70%	80%
Inversión inicial	(70,265)	(70,265)	(70,265)
Flujo 1	4,593	16,162	40,042
Flujo 2	16,709	26,473	46,826
Flujo 3	13,598	23,437	43,896
Flujo 4	22,924	33,115	54,306
Flujo 5	47,448	59,144	83,678
VAN	16,981	56,806	133,406
TIR	11%	28%	60%
B/C	0.24	0.81	1.90
PRI	4.4 años	3 años	1.3 años

Con la finalidad de respaldar lo indicado, se realizaron los ajustes en sus cifras financieras en la proyección obteniendo los indicadores que se detallan a continuación, mostrando niveles aceptables de liquidez, así como de solvencia patrimonial, la deuda con la CFN es cancelada en tres años por lo que se evidencia una disminución de sus pasivos y tiene capacidad de apalancarse a largo plazo para que se mejoren su capacidad productiva, esto puede ser con capital de trabajo para ampliar su negocio.

A continuación se describen ambos movimientos mediante indicadores de escenario pesimista y optimista.

Tabla 56

Resultados ajustados en escenario pesimista

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROS Tasa de retorno sobre ventas	0.93%	2.64%	2.74%	2.84%	5.26%
ROA Tasa de retorno del activo total	4.66%	8.09%	7.98%	7.32%	11.35%
ROE Tasa de retorno de capital accionario	9.97%	23.27%	20.03%	17.71%	26.00%
Deuda total sobre Activos	107.56%	93.98%	84.43%	77.77%	70.01%
Deuda total sobre Ventas	21.48%	30.64%	28.97%	30.19%	32.42%
Nivel Patrimonial	30.28%	27.00%	32.08%	34.71%	38.41%
Nivel de endeudamiento	69.72%	73.00%	67.92%	65.29%	61.59%
Deuda Corto Plazo	86.68%	95.46%	100.00%	100.00%	100.00%
Deuda Largo Plazo	13.32%	4.54%	0.00%	0.00%	0.00%
Activo Corriente/Pasivo Corriente	1.07	1.11	1.18	1.29	1.43
Razón corriente	0.09	0.15	0.22	0.32	0.49
Razón ácida	0.07	0.11	0.18	0.29	0.43
Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días Inventario	52	52	51	60	71
Días Cobro Comerciales	66	64	64	62	60
Días Pago	88	103	94	92	95
Rotación del Inventario, veces x año	7	7	7	6	5
Apalancamiento	2	3	2	2	2

Tabla 57
Resultados ajustados en escenario optimista

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROS Tasa de retorno sobre ventas	4.75%	6.43%	6.52%	6.61%	8.89%
ROA Tasa de retorno del activo total	20.90%	17.08%	15.16%	13.05%	14.70%
ROE Tasa de retorno de capital accionario	39.54%	36.46%	27.69%	22.52%	24.53%
Deuda total sobre Activos	88.38%	74.68%	62.02%	54.74%	49.15%
Deuda total sobre Ventas	20.11%	28.11%	26.66%	27.72%	29.73%
Nivel Patrimonial	37.42%	38.55%	46.90%	51.42%	54.94%
Nivel de endeudamiento	62.58%	61.45%	53.10%	48.58%	45.06%
Deuda Corto Plazo	87.68%	95.72%	100.00%	100.00%	100.00%
Deuda Largo Plazo	12.32%	4.28%	0.00%	0.00%	0.00%
Razón corriente	1.29	1.40	1.61	1.83	2.03
Razón de liquidez	0.39	0.49	0.71	0.92	1.15
Razón ácida	0.29	0.40	0.61	0.83	1.03
Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días Inventario	46	46	45	53	63
Días Cobro Comerciales	57	56	55	53	52
Días Pago	79	91	84	82	84
Rotación del Inventario, veces x año	8	8	8	7	6
Apalancamiento	2	2	1	1	1

Tabla 58
Indicadores a seguir VERORD

INDICADOR	FÓRMULA	META	RESPONSABLE
ECONÓMICO FINANCIERO Cumplimiento de presupuesto de venta	$\frac{\text{Uniformes vendidos}}{\text{Proyección de ventas}}$	80%	Jefe Financiero Administrativo / Jefe Comercial
CLIENTE Satisfacción del cliente	$\frac{\text{Calidad obtenida}}{\text{Calidad programada}}$	100%	
Insatisfacción	$\frac{\text{Reclamos recibidos}}{\text{Ordenes tramitadas}}$	15%	Jefe Comercial
PROCESOS INTERNOS Cobertura	$\frac{\text{Número de usuarios atendidos}}{\text{Número potencial de usuarios}}$	100%	
Cobertura de demanda	$\frac{\text{Población atendida}}{\text{Demanda Real}}$	100%	Jefe Operativo
APRENDIZAJE Técnicas	$\frac{\text{Número de asistentes a cursos}}{\text{Número cursos de actualización}}$	100%	Jefe Operativo
Materiales	$\frac{\text{Insumos adquiridos}}{\text{Conocimiento sobre Materiales}}$	80%	Jefe Financiero Administrativo
Mercado	Evaluación Benchmark	100%	Jefe Comercial

Con la finalidad de cumplir con las expectativas del proyecto del taller artesanal en términos cualitativos y cuantitativos, es preciso incorporar indicadores para llevar el seguimiento de los mismos de manera mensual, con la finalidad de que se realice el control adecuado sobre el cumplimiento de la proyección numérica propuesta. La herramienta propuesta es mediante el Balanced Scorecard la misma que dispone en 4 áreas que son la financiera, de procesos, de atención a clientes y por aprendizaje, que fueron señaladas cada una en el gráfico anterior, junto con ello el responsable de realizar el seguimiento y evaluar los resultados.

La determinación de la viabilidad del proyecto es fundamental pues se conoce cuanto se necesita invertir inicialmente y como se va a financiar, establecer una proyección de flujos que permita asegurar la ejecución y puesta en marcha del taller, se evidencia que se obtiene una TIR del 28% y que se encuentra dentro de los parámetros aceptables para que el proyecto sea prometedor en el lapso de 5 años que es realizado este estudio.

CONCLUSIONES

Es importante conocer los diversos aspectos y fundamentos que involucran poner en marcha un taller artesanal, a diferencia de un negocio particular, no cuenta con las formalidades que una microempresa debe tener, como la organización, normas, reglas claras para el personal y el cliente.

La estrategia principal del taller artesanal que se propone implementar comprende factores de éxitos internos como la capacitación, ubicación y experiencia que cuentan los recursos, por otra parte los factores de éxitos externos está el respaldo gubernamental para los permisos, autorizaciones y competitividad en el mercado, bajo el marco de apoyo al crecimiento de las microempresas, que priorizan el consumo de productos nacionales, costos baratos y reducir las exportaciones, debido a que el taller se enfoca en la materia prima nacional.

La ciudad crece hacia el norte, en la que se encuentran asentadas varios talleres de costura y confección, sin embargo la propuesta de este proyecto es diferente porque apoya a un grupo de personas que han trabajado de manera individual y se agrupan bajo un mismo fin que es el de confeccionar uniformes a bajos costos y a la economía del país ya que fomenta la compra de insumos nacionales.

Para toda organización grande o pequeña es importante implementar las áreas principales que van a ayudar en el control y la administración ya sea por medio del aspecto legal para conocer las obligaciones y derechos por cumplir, así

como el estudio técnico para determinar la capacidad de trabajo con las máquinas y el personal que conforma el taller y el estudio comercial determinando el segmento y mercado en el cual se va a desenvolver. Cada una de estas áreas tiene un papel fundamental en la estabilidad del taller, por tal razón es importante determinar responsabilidades y objetivos que cumplir para cada una y ser evaluadas regularmente.

Es un proyecto que brinda el apoyo en el área social, porque permite que varias personas se puedan unir para conformar un taller artesanal bajo una razón social y que lleguen a ser competitivos en la ciudad, con bajos costos y realizar la producción en mayor cantidad, lo que da como resultado obtener mayores ingresos con el propósito de llegar a ser un taller industrial. Para lo cual el personal debe comprometerse, ser constantes en su capacitación, en técnicas y materiales para ofrecer siempre productos de calidad.

La determinación de la viabilidad del proyecto es fundamental pues se conoce cuanto se necesita invertir inicialmente y como se va a financiar, establecer una proyección de flujos que permita asegurar la ejecución y puesta en marcha del taller, se evidencia que se obtiene una TIR del 28% y que se encuentra dentro de los parámetros aceptables para que el proyecto sea prometedor en el lapso de 5 años que es realizado este estudio.

Al finalizar la propuesta se concluye, que existen diversas oportunidades para emprender nuevos proyectos en las que se unifican esfuerzos y recursos que se mancomunan en un fin común, como es la creación de un taller artesanal, que

tiene la oportunidad en la zona norte de la ciudad por el incremento de puntos comerciales e instituciones educativas que buscan tener proveedores que elaboren uniformes en el mismo sector, para lo cual se necesitan llevar el control y seguimiento de los objetivos a fin de poder cumplir en el lapso de 5 años los resultados propuestos.

RECOMENDACIONES

Fomentar el trabajo artesanal que existe en el país, para unificar sus labores y establecer micro empresas y/o talleres que permita ser competitivos en la sociedad, lograr pactos para crecer social y económicamente.

El ritmo que tiene la ciudad de Guayaquil es muy rápido por lo que mientras se pueda disminuir distancias representados en costos, significa que se puede progresar, por lo que la inclusión de un taller artesanal de confección se ajusta a la realidad del mercado para poner a disposición los artículos que se confeccionan.

La estructura para micro negocios y/o talleres necesita que se pueda contar además del conocimiento operativo también de asesoría de cómo seguir y expandir sus productos y/o servicios, por lo tanto es recomendable que deben estar constituidos y regidos bajo normas internas para llegar a la optimización de los recursos y organización de sus actividades.

Se recomienda establecer indicadores de seguimiento y estándares de calidad de los productos y servicios que se brindan, con la finalidad de ser competitivos en el mercado, así como también realizar seguimientos y Benchmark en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de industriales textiles del Ecuador. (2015). *Más de 100 mil empleos en riesgo por comercio ilícito en el sector textil*. Quito: Boletín 27.
- CEPAL, S. d. (2013). *Serie Historia de la Política Económica del Ecuador*. Quito, Ecuador: Editogran S.A.
- Cevallos, J. (2012). *Momentos difíciles para el textil ecuatoriano*. Quito.
- Fondo Monetario Internacional. (2006). *Perspectivas de la economía mundial, abril de 2006: Globalización e inflación*. Washington: Servicio Multimedia FMI.
- Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: EAFIT editorial.
- INEC, I. N. (2010). *Censo 2010*.
- Laudon, J. P. (2004). *Sistema de información gerencial: Administración de empresas*. México: Pearson Education.
- Lopez, A. E. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México: THOMSON.
- Manay, M. (2012). *Las micro pequeñas y medianas empresas y la participación en el desarrollo social y crecimiento económico de América Latina*. Perú: CELSA, Centro de Estudios Latinoamericanos.
- Medina, A. (2005). *Gestión por procesos y creación de valor público: un enfoque analítico*. Santo Domingo, RD: INTEC.
- Menoscal, L. (2012). *Hacia donde crece Guayaquil*. Guayaquil: El Oficial.
- Mestre, M. S. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Pirámide.

- Ministerio de Relaciones Exteriores, C. e. (2012). *Análisis sectorial de textiles y confecciones*. Guayaquil: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos*. MM Editores.
- Riveros, H. (2006). *Organización de empresas y asociativas*. Peru: PRODAR IICA.
- Ruíz, J. B. (1997). *Presupuesto, enfoque moderno de planeación y control de recursos, segunda edición*. Colombia: McGraw Hill Interamericana S.A.
- Telégrafo, D. E. (03 de 06 de 2013). *93.148 mipymes son proveedoras del Estado*.
- Universo, D. E. (25 de 07 de 2014). *10 razones para vivir en Guayaquil*, pág. 2.
- Uribe, J. A. (2012). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Colombia: Ediciones de la U.

Apéndice A. Encuesta Trabajadores

			
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL			
Encuesta dirigida para el público en general para conocer el gusto y preferencias de utilización de Uniformes. En relación de dependencia			
INFORMACIÓN GENERAL			
Edad	<input type="text"/>	Instrucción	<input type="text"/>
Estado Civil	<input type="text"/>	Relación de dependencia	<input type="text"/>
Negocio propio	<input type="text"/>		

Marque con X en las alternativas que corresponda.

<p>Pregunta: 1</p> <p>¿En su lugar de trabajo utilizan uniformes?</p> <p>Si <input type="text"/> No <input type="text"/></p>
<p>Pregunta: 2</p> <p>¿Considera importante el uso del uniforme empresarial por qué?</p> <p>Presencia e imagen <input type="text"/> Ahorro <input type="text"/> Representación de la empresa <input type="text"/></p> <p>Formalidad <input type="text"/></p>
<p>Pregunta: 3</p> <p>¿Cada que tiempo le sustituyen el uniforme?</p> <p>Cada año <input type="text"/> Cada 2 años <input type="text"/> Mas de 2 años <input type="text"/></p>
<p>Pregunta: 4</p> <p>¿Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo?</p> <p>Si <input type="text"/> No <input type="text"/></p>
<p>Pregunta: 5</p> <p>¿Qué artículos de su uniforme generalmente sufre?</p> <p>Zapatos <input type="text"/> Cartera <input type="text"/> Blusas - Camisas <input type="text"/></p> <p>Pantalón <input type="text"/> Faldas <input type="text"/> Blazer <input type="text"/></p>
<p>Pregunta: 6</p> <p>¿La empresa le descuenta de su sueldo las reposiciones?</p> <p>Si <input type="text"/> No <input type="text"/></p>

Pregunta: 7

¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?

Si No

Pregunta: 8

¿Con qué prenda de vestir se siente más cómoda?

Pantalón Falda

Pregunta: 9

¿En que tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?

6 meses 8 meses 1 año

Pregunta: 10

¿Qué daños se han presentado en su uniforme?

Cierre Botones Costura
Ilban

Pregunta: 11

¿Cuál es el precio que estaría de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?

60 - 70 40 - 50
50 - 60

Apéndice B: Encuesta padres de familia

 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL Encuesta dirigida para el público en general para conocer el gusto y preferencias de utilización de Uniformes. Padres de familia					
INFORMACIÓN GENERAL					
Edad	<input type="text"/>	Instrucción	<input type="text"/>	Estado Civil	<input type="text"/>
Institución particular	<input type="text"/>	Institución pública	<input type="text"/>		

Marque con X en las alternativas que corresponda.

Pregunta: 1 ¿En que sector de la ciudad adquiere los uniformes de sus hijos? Norte <input type="text"/> Centro <input type="text"/> Sur <input type="text"/>
Pregunta: 2 ¿Considera importante el uso del uniforme para sus hijos por qué? Imagen <input type="text"/> Pulcritud <input type="text"/> Identificación de la institución educativa <input type="text"/>
Pregunta: 3 ¿Cada que tiempo le sustituyen el uniforme? Cada año <input type="text"/> Cada 2 años <input type="text"/> Mas de 2 años <input type="text"/>
Pregunta: 4 ¿Usted realiza reposición de uniformes en el intervalo de tiempo? Si <input type="text"/> No <input type="text"/>
Pregunta: 5 ¿Qué artículos de su uniforme generalmente sule? Zapatos <input type="text"/> Blusas - Camisas <input type="text"/> Faldas <input type="text"/> Medias <input type="text"/> Ropa deportiva <input type="text"/> Pantalón <input type="text"/>
Pregunta: 6 ¿Los valores que cancela son elevados o de acuerdo con su presupuesto? Si <input type="text"/> No <input type="text"/>

Pregunta: 7

¿Es importante el material que utilizan para la confección del uniforme?

Si No

Pregunta: 8

¿En que tiempo se han presentado las imperfecciones en su uniforme habitual?

6 meses 8 meses 1 año

Pregunta: 9

¿Qué daños se han presentado en su uniforme?

Cierre Botones Costura
Ilban

Pregunta: 10

¿Cuál es el precio que estaría de acuerdo a cancelar por el uniforme completo de acuerdo con sus ingresos?

60 - 70 40 - 50
50 - 60

FORMATO DE PERFIL DE CARGO

FECHA: 5 de enero de 2016

No. Requerimiento

23098

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Operarias

CÓDIGO: AO123

Reporta a: Jefe área Operativa

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$ 600

Tipo de contrato: Fijo

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Realizar actividades de costura, corte y confección en el taller artesanal.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA

Primaria y/o secundaria

Especialista en corte y confección.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	COMPETENCIAS			
	Generales	Técnicas	Tipo de F.	Periodicidad
Cortar, planchar, coser		X	E	D
Empaquetar uniformes por tallas		X	E	D
Detallar uso de inventario inicio y fin de día		X	E	D
Realizar reporte de producción	X		C	D
Diseñar moldes	X		E	O
Cumplir con tareas relacionadas al taller		X	C	O

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

Elaborado por: Carlos Guamán

Revisado por: Roberto Suárez

Aprobado por: Mónica Molina

FORMATO DE PERFIL DE CARGO

FECHA: 5 de enero de 2016

No. Requerimiento

23099

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Vendedores

CÓDIGO: AC123

Reporta a: Jefe área Comercial

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$600 mas comisión

Tipo de contrato: Fijo

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Promover los productos de uniformes en empresas e instituciones educativas.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA

Bachiller, Universitario

Experiencia en venta de productos de 2 años.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	COMPETENCIAS			
	Generales	Técnicas	Tipo de F.	Periodicidad
Buscar prospectos		X	E	D
Realizar recorridos de campo		X	E	D
Mantener al tanto lo que sucede en el mercado	X		A	D
Colocación de productos		X	E	D
Realizar estadísticas		X	A	M
Realizar reportes de cumplimiento y proyección		X	A	M

Convenciones

TIPO DE FUNCIÓN
PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

Apéndice C: Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	21,162	47,635	71,072	104,186	163,330
Cuentas por cobrar	102,501	107,785	110,569	110,569	116,441
Inventario	-	62,271	63,570	77,447	94,328
Total Activos Corrientes	123,663	217,690	245,210	292,202	374,099
Activos Fijos					
Edificio	47,150	47,150	47,150	47,150	47,150
Muebles y enseres	440	440	440	440	440
Equipos de Oficina	1,825	1,825	1,825	1,825	1,825
Equipos de Computación	1,070	1,070	1,070	1,070	1,070
Maquinaria y Equipos	14,780	14,780	14,780	14,780	14,780
(-) Depreciación Acumulada	(4,419)	(8,837)	(13,256)	(17,318)	(21,380)
Total Activos Fijos	60,846	56,428	52,009	47,947	43,885
TOTAL ACTIVOS	184,509	274,118	297,219	340,149	417,984
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	-	46,463	56,506	68,842	83,847
Participación a Trabajadores por Pagar	2,820	5,243	5,564	5,902	9,900
Impuesto a la Renta por Pagar	2,397	4,457	4,729	5,017	8,415
Pago en tránsito	102,501	123,592	117,632	119,174	126,922
Total Pasivos Corrientes	107,717	179,756	184,432	198,934	229,084
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	16,061	8,375			
Total Pasivos de Largo Plazo	16,061	8,375			
TOTAL PASIVOS	123,778	188,130	184,432	198,934	229,084
PATRIMONIO					
Capital Social	47,150	47,150	47,150	47,150	47,150
Utilidad del Ejercicio	13,581	25,256	26,800	28,427	47,685
Utilidades Retenidas	-	13,581	38,837	65,637	94,065
TOTAL PATRIMONIO	60,731	85,987	112,787	141,215	188,900
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	184,509	274,118	297,219	340,149	417,984

ACTIVOS	AÑO 1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%	AÑO 4	%	AÑO 5	%
Activos Corrientes										
Caja	21,162	11%	47,635	17%	71,072	24%	104,186	31%	163,330	39%
Cuentas por cobrar	102,501	56%	107,785	39%	110,569	37%	110,569	33%	116,441	28%
Inventario	-	0%	62,271	23%	63,570	21%	77,447	23%	94,328	23%
Total Activos Corrientes	123,663	67%	217,690	79%	245,210	83%	292,202	86%	374,099	90%
Activos Fijos										
Edificio	47,150	26%	47,150	17%	47,150	16%	47,150	14%	47,150	11%
Muebles y enseres	440	0%	440	0%	440	0%	440	0%	440	0%
Equipos de Oficina	1,825	1%	1,825	1%	1,825	1%	1,825	1%	1,825	0%
Equipos de Computación	1,070	1%	1,070	0%	1,070	0%	1,070	0%	1,070	0%
Maquinaria y Equipos	14,780	8%	14,780	5%	14,780	5%	14,780	4%	14,780	4%
(-) Depreciación Acumulada	(4,419)	-2%	(8,837)	-3%	(13,256)	-4%	(17,318)	-5%	(21,380)	-5%
Total Activos Fijos	60,846	33%	56,428	21%	52,009	17%	47,947	14%	43,885	10%
TOTAL ACTIVOS	184,509	100%	274,118	100%	297,219	100%	340,149	100%	417,984	100%
PASIVOS										
Pasivos Corrientes										
Cuentas por Pagar	-	0%	46,463	25%	56,506	31%	68,842	35%	83,847	37%
Participación a Trabajadores por Pagar	2,820	2%	5,243	3%	5,564	3%	5,902	3%	9,900	4%
Impuesto a la Renta por Pagar	2,397	2%	4,457	2%	4,729	3%	5,017	3%	8,415	4%
Pago en tránsito	102,501	83%	123,592	66%	117,632	64%	119,174	60%	126,922	55%
Total Pasivos Corrientes	107,717	87%	179,756	96%	184,432	100%	198,934	100%	229,084	100%
Pasivo de Largo Plazo										
Préstamo Bancario	16,061	13%	8,375	4%		0%		0%		0%
Total Pasivos de Largo Plazo	16,061	13%	8,375	4%		0%		0%		0%
TOTAL PASIVOS	123,778	100%	188,130	100%	184,432	100%	198,934	100%	229,084	100%
PATRIMONIO										
Capital Social	47,150	78%	47,150	55%	47,150	42%	47,150	33%	47,150	25%
Utilidad del Ejercicio	13,581	22%	25,256	29%	26,800	24%	28,427	20%	47,685	25%
Utilidades Retenidas	-	0%	13,581	16%	38,837	34%	65,637	46%	94,065	50%
TOTAL PATRIMONIO	60,731	100%	85,987	100%	112,787	100%	141,215	100%	188,900	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	184,509		274,118		297,219		340,149		417,984	

Apéndice D: Punto de Equilibrio

EMPRESARIALES

TERNOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	55	57	59	59	61
Costo Variable Unitario (En US\$)	24	24	25	25	25
Costo Fijo Total (En US\$)	12,740	13,196	13,196	13,669	14,158
Punto de Equilibrio (unidades - año)	414	403	389	403	393
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	35	34	32	34	33

MANDILES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	30	31	32	32	33
Costo Variable Unitario (En US\$)	17	17	18	18	18
Costo Fijo Total (En US\$)	15,572	16,129	16,129	16,706	17,304
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1,199	1,147	1,108	1,147	1,101
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	100	96	92	96	92

OVEROLES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	40	41	43	43	44
Costo Variable Unitario (En US\$)	20	20	21	21	21
Costo Fijo Total (En US\$)	15,572	16,129	16,129	16,706	17,304
Punto de Equilibrio (unidades - año)	775	749	723	749	726
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	65	62	60	62	61

FALDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	25	26	27	27	28
Costo Variable Unitario (En US\$)	19	19	19	19	19
Costo Fijo Total (En US\$)	12,740	13,196	13,196	13,669	14,158
Punto de Equilibrio (unidades - año)	2,039	1,847	1,784	1,847	1,694
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	170	154	149	154	141

PANTALON	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	25	26	27	27	28
Costo Variable Unitario (En US\$)	19	19	19	19	19
Costo Fijo Total (En US\$)	12,740	13,196	13,196	13,669	14,158
Punto de Equilibrio (unidades - año)	2,039	1,847	1,784	1,847	1,694
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	170	154	149	154	141

BLUSA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	20	21	21	21	22
Costo Variable Unitario (En US\$)	15	15	16	16	16
Costo Fijo Total (En US\$)	15,572	16,129	16,129	16,706	17,304
Punto de Equilibrio (unidades - año)	3,115	2,822	2,725	2,822	2,588
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	260	235	227	235	216

CHALECO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Unitario (En US\$)	25	26	27	27	28
Costo Variable Unitario (En US\$)	19	19	19	19	19

Costo Fijo Total (En US\$)	12,740	13,196	13,196	13,669	14,158
Punto de Equilibrio (unidades - año)	2,039	1,847	1,784	1,847	1,694
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	170	154	149	154	141

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

CAMISAS

AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

Precio Unitario (En US\$)	11	11	12	12	12
Costo Variable Unitario (En US\$)	5	5	6	6	6
Costo Fijo Total (En US\$)	9,555	9,897	9,897	10,252	10,619
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1,727	1,670	1,613	1,670	1,619
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	144	139	134	139	135

CAMISA POLO

AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

Precio Unitario (En US\$)	15	16	16	16	17
Costo Variable Unitario (En US\$)	6	6	6	6	6
Costo Fijo Total (En US\$)	9,555	9,897	9,897	10,252	10,619
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1,054	1,031	995	1,031	1,010
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	88	86	83	86	84

FALDAS**AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5**

Precio Unitario (En US\$)	17	18	18	18	19
Costo Variable Unitario (En US\$)	8	8	8	8	8
Costo Fijo Total (En US\$)	9,555	9,897	9,897	10,252	10,619
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1,074	1,041	1,005	1,041	1,012
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	90	87	84	87	84

CALENTADOR**AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5**

Precio Unitario (En US\$)	17	18	18	18	19
Costo Variable Unitario (En US\$)	8	8	8	8	8
Costo Fijo Total (En US\$)	9,555	9,897	9,897	10,252	10,619
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1,035	1,005	971	1,005	979
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	86	84	81	84	82



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Ordoñez Timm, Verónica Isabel con C.C: # 0914583372 autora del trabajo de titulación: **“Viabilidad Financiera para crear una Microempresa destinada a la Confección de Uniformes para Escuelas, Colegios y Empresas de la Ciudad de Guayaquil”** previo a la obtención del título de **MASTER EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 30 de noviembre del 2016

f. _____
Nombre: Ordoñez Timm, Verónica Isabel
C.C: # 0914583372



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Viabilidad Financiera para crear una Microempresa destinada a la Confección de Uniformes para Escuelas, Colegios y Empresas de la Ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Ordoñez Timm, Verónica Isabel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Chávez, Jack		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
CARRERA:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
TÍTULO OBTENIDO:	Master en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	30 de noviembre del 2016	No. DE PÁGINAS:	163
ÁREAS TEMÁTICAS:	Confección Artesanal, Producción Nacional, Competitividad en el Mercado		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	TALLER, UNIFORMES, EMPRESAS, UNIDAD EDUCATIVA, FORMALIDAD, TELAS, MÁQUINAS INDUSTRIALES		
<p>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): La realización de este proyecto proviene de la necesidad de poner a disposición del mercado un taller artesanal especializado en la confección de uniformes empresariales y de instituciones educativas; se ha considerado el crecimiento de la ciudad hacia la zona norte, una demanda latente de instituciones que aún gustan de vestir a su personal corporativo con formalidad, con uniforme y otra, proveniente del mercado educativo, que busca ofrecer uniformes de acuerdo con una tendencia moderna de comodidad, flexibilidad y de calidad, para las innumerables actividades que realizan los alumnos de los diversos niveles.</p> <p>En base a esto, la constitución del taller artesanal proviene de la unión de personas que trabajan de forma individual y que visualizan en la agrupación de sus recursos mejores oportunidades de competitividad en el mercado, puesto que van a trabajar bajo una razón social y podrán captar pedidos, en consecuencia la oportunidad de negocio se evidencia en la cantidad que produzcan en forma asociada.</p> <p>No obstante que la conformación del taller cuenta con las áreas fundamentales para la organización, control y cumplimiento de objetivos, el apoyo gubernamental para el financiamiento es fundamental; como lo demuestra el estudio, es una oportunidad viable, cuyos resultados en el tiempo permiten convertir la sociedad en un taller industrial, que aporta a la comunidad nuevas plazas de empleo y movilidad, así como ventajas a la economía ya que la demanda de materia prima será adquirida dentro del país, sustentado de esta manera el crecimiento de la producción nacional.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2073575/0991667947	E-mail: veronica.ordonez@cu.ucsg.edu.ec/ verito9905@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ma. Teresa Alcívar, Ph.D		
	Teléfono: +593-042-206950		
	E-maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	