



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN DE
PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA
COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE,
PROVINCIA DE SANTA ELENA.” AÑO 2013**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: KARINA HERLINDA RODRÍGUEZ GONZABAY

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN DE
PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA
COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE,
PROVINCIA DE SANTA ELENA.” AÑO 2013**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: KARINA HERLINDA RODRÍGUEZ GONZABAY

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La libertad, 31 de octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013” elaborado por la Sra. KARINA HERLINDA RODRÍGUEZ GONZABAY, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.

DEDICATORIA

A Dios, por darme fuerza y voluntad y permitir culminar el trabajo de tesis con éxito y así alcanzar mis objetivos anhelados.

A mis padres que creen, confían, apoyan y que siempre estuvieron junto a mí para la terminación de mi trabajo.

A mis hermanos, que con amor, orientación y ánimo de superación, me motivaron cada día para alcanzar el éxito.

Karina Rodríguez Gonzabay

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a las autoridades y colaboradores de la universidad Estatal Península de Santa Elena, por formar parte del proceso de formación profesional.

A todas las personas inmersas en el campo artesanal de confecciones “Mishell”, de La Comuna Bambil Deshecho, y otras que de alguna u otra manera colaboraron para el desarrollo y culminación de la tesis.

Karina Rodríguez Gonzabay

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADO

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIONES DE
PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA
COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE,
PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2013”**

Autora: Karina Herlinda Rodríguez Gonzabay

Tutor: Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.

RESUMEN

Plan de negocios para la industria de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, el siguiente plan de negocios tiene como finalidad la expansión y desarrollo de una empresa de confección y comercialización de prendas de vestir de alta costura, ofreciendo diseños exclusivos y un servicio personalizado al gusto y preferencia del cliente de todas las edades, con una amplia disponibilidad de telas y materiales que le dan el estilo rústico y original, que solo un buen diseñador o especialista en confecciones podrán ofrecer al cliente. Para el ingreso al mercado es necesario reestructurar y analizar todas las áreas de la empresa e implementar estrategias en cada uno de los departamentos que conforma la industria, y una forma de competir en la misma es con la calidad del producto, es mediante la investigación de mercado ya que con ello se determinara y se analizaran los gustos y preferencias de los clientes, buscando ofrecer una forma atractiva y versátil para ilustrar a los consumidores y emplear estrategias para mejorar las ventas, para ello se analizaron a personas de 18 a 70 años de edad para aplicarles la encuesta respectiva en cuanto al producto y servicio, esto conjunto con la entrevista a los directivos de la industria y colaboradores de la misma obteniendo la apreciación de cada uno de forma directa, con este plan de negocios se estará aportando directamente al desarrollo de la Parroquia Colonche y de sus Comunidades aledañas, siendo aporte empresarial para la misma específicamente en la actividad económica y social motivados a implementar en el mercado productos de calidad óptima, surgiendo para ser líderes en el mercado competitivo a través de estrategias de comercialización e innovación del producto tomando en cuenta los instintos del consumidor y los cambios que se dan a través del tiempo y en forma general.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVII
ÍNDICE DE ANEXO.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
TEMA	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
Situación actual.....	4
Situación futura.....	5
Control del pronóstico.....	6
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
Sistematización del problema	7
Evaluación del problema.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
Justificación teórica	10
Justificación metodológica.....	11
Justificación práctica.....	12
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	13

Objetivo general.....	13
Objetivo específico	13
HIPÓTESIS.....	14
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	14
CAPÍTULO I.....	17
MARCO TEÓRICO	17
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	17
1.1.1 Fundamentación del tema.....	19
1.1.2 La economía en las empresas	19
1.1.3 Fuentes de financiamiento.....	20
1.1.3.1 Clasificación de las fuentes de financiamiento según Lawrence. .	20
1.1.3.1.1 Fuentes internas.....	20
1.1.3.1.2 Capital social común	21
1.1.3.1.3 Capital social preferente.....	21
1.1.4 Proveedores.	21
1.1.5 Utilidades retenidas.	22
1.1.6 Utilidades de operación	22
1.1.7 Reserva de capital.....	22
1.1.8 Expansión	24
1.1.9 El desarrollo	24
1.1.9.1 El desarrollo sostenible	26
1.1.9.2 Desarrollo social.....	26
1.1.9.3 Desarrollo económico y subdesarrollo	26
1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	27
1.2.1 Constitución de la república del ecuador	27
1.2.2 Plan nacional de desarrollo	27
1.2.2.1 Transformación social y de desarrollo humano	28
1.2.3 Plan del buen vivir.....	28
1.2.4 Pequeña y mediana empresa en el ecuador	29
1.2.6 PIB del sector	30

1.2.7 Sector externo.....	31
1.2.8 La inflación	31
1.3 MARCO REFERENCIAL	32
CAPÍTULO II	33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
2.4 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.4.1 Método inductivo	37
2.4.2 Método analítico.....	38
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.5.1 Entrevista.....	38
2.5.2 Encuesta	39
2.6 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	39
2.6.1 Guión de entrevista.....	40
2.6.2 Cuestionario	40
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA	41
2.7.1 Población.....	41
2.7.2 Muestra.....	42
2.8 PROCESAMIENTOS Y PROCEDIMIENTO.....	44
2.8.1 Procedimiento.....	44
2.8.2 Procesamiento	46
CAPÍTULO III.....	47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	47
3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	47
3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	67
3.2.1 Análisis de los entrevistados	72
3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73

CAPÍTULO IV	75
PROPUESTA	75
4.1 PRESENTACIÓN	75
4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	75
4.2.1 Segmento del mercado	76
4.2.2 Determinación de la población objetivo.....	77
4.2.3 Identificación del cliente meta	77
4.2.3.1 Género	77
4.2.3.2 Edad.....	78
4.2.3.3 Ingreso aproximado	78
4.2.4 Frecuencia de compra.....	78
4.2.5 Proyección de la demanda	78
4.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	79
4.3.1 Identificación de los competidores.....	79
4.4 DEMANDA INSATISFECHA	80
4.5 MARKETING MIX	80
4.5.1 Compuestos por las 4p del marketing.	80
4.5.2 Producto	81
4.5.3 Precio.....	82
4.5.3.1 Estrategias de precios	83
4.5.4 Estrategias de distribución	83
4.5.4.1 Identificación del canal óptimo	84
4.5.5 Promoción	85
4.5.5.1 Presupuesto de promoción	87
4.5.6 Estratégias competitivas	87
4.5.6.1 Las 5 fuerzas de porter	88
4.5.6.2 Matriz BCG	89
4.6 ESTUDIO TÉCNICO	90
4.6.1 Infraestructura de la empresa	90
4.6.1.1 Distribución de la planta	91
4.6.2 Capacidad instalada.....	92

4.6.3	Tamaño.....	93
4.6.4	Ubicación del proyecto.....	93
4.6.5	Descripción de los procesos	93
4.6.5.1	Diagrama de flujo de los procesos	93
4.6.6	Descripción de los procesos de producción	96
4.6.7	Recursos tecnológicos	96
4.7	ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL	97
4.7.1	Marco legal.....	97
4.7.2	Acta de constitución	97
4.7.3	Misión.....	98
4.7.4	Visión	98
4.7.5	Objetivos	98
4.7.5.1	Objetivos generales	98
4.7.5.2	Objetivos específicos.....	99
4.7.6	Valores institucionales	99
4.7.7	Análisis FODA.....	100
4.7.8	Actividades de la empresa.....	101
4.7.8.1	Principales	101
4.7.8.2	Secundarias.....	101
4.7.9.1	Organigrama estructural	102
4.7.9.2	Departamentización.....	102
4.7.9.3	Responsabilidades de los departamentos	103
4.7.9.4	Descripción de los puestos	105
4.8	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	106
4.8.1	Inversión inicial.....	107
4.8.1.1	Activos fijos	108
4.8.1.2	Capital de trabajo	108
4.8.1.3	Resumen de inversión inicial	109
4.8.2	Financiamiento	109
4.8.2.1	Amortización de la deuda.....	110
4.8.2.2	Resumen de la deuda.....	113

4.8.3	Proyección de las ventas	113
4.8.4	Proyección de costos de ventas	114
4.8.5	Costos operativos	115
4.8.6	Depreciación.....	117
4.8.7	Estado de resultados	118
4.8.8	Flujo de caja proyectada.....	119
4.8.9	Evaluación financiera del flujo	120
4.8.9.1	Tasa de descuento.....	121
4.8.9.2	Valor actual neto (van).....	121
4.8.9.3	Tasa interna de retorno (tir).....	121
4.8.9.4	Periodo de recuperación de la inversión	121
4.8.10	Evaluación de la situación inicial.....	122
4.8.11	Punto de equilibrio	124
4.8.12	Escenario optimista	126
4.9	ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	127
4.9.1	Análisis de la evaluación ambiental	127
4.9.2	Impacto ambiental	128
4.9.3	Análisis socio económico del proyecto	128
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
	BIBLIOGRAFÍAS	131
	LIBROS DE TEXTO	131
	ANEXOS	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 PIB del sector.....	30
Gráfico 2 Mapa de la Parroquia Colonche.....	32
Gráfico 3 Género de los encuestados.....	48
Gráfico 4 Edad de los encuestados.....	49
Gráfico 5 Ingreso de los encuestados.....	50
Gráfico 6 Periodo de compra.....	51
Gráfico 7 Clases de prendas.....	52
Gráfico 8 Periodo de compra.....	53
Gráfico 9 Preferencia de compra.....	54
Gráfico 10 Relación al precio.....	55
Gráfico 11 Lugar de compra.....	56
Gráfico 12 Compraría prendas en la zona.....	57
Gráfico 13 Lugar en la que adquiriría las prendas.....	58
Gráfico 14 Existencia de microempresa en la zona.....	59
Gráfico 15 Seria cliente de la microempresa.....	60
Gráfico 16 Conoce confecciones “Mishell”.....	61
Gráfico 17 Ha adquirido prendas en confecciones “Mishell”.....	62
Gráfico 18 Calidad de las prendas.....	63
Gráfico 19 Características del producto.....	64
Gráfico 20 Compraría en confecciones “Mishell”.....	65
Gráfico 21 Servicio Adicional.....	66
Gráfico 22 Infraestructura de la empresa.....	91

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de la variable Independiente.....	15
Cuadro 2 Operacionalización de la variable Dependiente	16
Cuadro 3 Población de la Parroquia Colonche	42
Cuadro 4 Población de Colonche por sexo	42
Cuadro 5 Resumen de la muestra.....	44
Cuadro 6 Instrumentos utilizar.....	47
Cuadro 7 La demanda	76
Cuadro 8 Proyección de la demanda.....	79
Cuadro 9 Precios	83
Cuadro 10 Canal de distribución.....	84
Cuadro 11 Presupuesto de publicidad.....	87
Cuadro 12 Matriz BCG.....	89
Cuadro 13 Proceso de producción	96
Cuadro 14 FODA	100
Cuadro 15 Estructura organizacional.....	102
Cuadro 16 Inversión inicial.....	107
Cuadro 17 Activos fijos	108
Cuadro 18 Capital de trabajo	108
Cuadro 19 Resumen de inversión	109
Cuadro 20 Financiamiento porcentual	110
Cuadro 21 Amortización de la deuda.....	110
Cuadro 22 Amortización del crédito.....	111
Cuadro 23 Resumen de la deuda.....	113
Cuadro 24 Proyección de ventas	113
Cuadro 25 Incremento por ventas	114
Cuadro 26 Proyección de ventas	114
Cuadro 27 Incremento de inflación de ventas.....	115
Cuadro 28 Costos Operativos	116
Cuadro 29 Depreciación muebles de oficina	117

Cuadro 30	Equipo de computación.....	117
Cuadro 31	Depreciación de maquinarias y equipos.....	118
Cuadro 32	Estado de resultados	119
Cuadro 33	Flujo de caja	120
Cuadro 34	Período de recuperación de la inversión	122
Cuadro 35	Estado de situación inicial.....	123
Cuadro 36	Punto de equilibrio de prendas para niños	124
Cuadro 37	Prendas para damas	124
Cuadro 38	Prendas para caballeros	124
Cuadro 39	Prendas para el hogar	125
Cuadro 40	Prendas deportivas.....	125
Cuadro 41	Uniformes.....	125
Cuadro 42	Prendas interior masculino	125
Cuadro 43	Prendas interior femenino	126
Cuadro 44	Variedades de prendas.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género de los encuestados	48
Tabla 2 Edad de los encuestados.....	49
Tabla 3 Ingreso de los encuestados.....	50
Tabla 4 Periodo de compra	51
Tabla 5 Clases de prendas	52
Tabla 6 Periodo en las que adquiere las prendas	53
Tabla 7. Preferencia de compra.....	54
Tabla 8 Relación al precio	55
Tabla 9 Lugar de compra	56
Tabla 10 Compraría prendas en la zona.....	57
Tabla 11 Lugar en las que adquiriría las prendas.....	58
Tabla 12 Existencia de microempresa en la zona	59
Tabla 13 Seria cliente de la microempresa	60
Tabla 14 Conoce a Confecciones “Mishell”	61
Tabla 15 Ha adquirido prendas en confecciones “Mishell”.....	62
Tabla 16 Calidad de la prendas	63
Tabla 17 Características del producto	64
Tabla 18 Compraría en confecciones “Mishell”	65
Tabla 19 Servicio adicional.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Marketing Mix.....	81
Figura 2 Prendas de vestir de confecciones “Mishell”	82
Figura 3 Publicidades de la Microempresa.....	85
Figura 4 Marca	85
Figura 5 Tarjetería.....	85
Figura 6 Publicidades.....	86
Figura 7 Valla Publicitaria	86
Figura 8 Volantes	86
Figura 9 Maquinarias de confecciones “Mishell”	92
Figura 10 Maquina Fileteadora	92
Figura 11 Maquina plana	92
Figura 12 Maquina Overlook.....	92
Figura 13 Maquina Costura recta.....	92
Figura 14 Flujograma del proceso de producción.....	95

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1 Plan de acción.....	135
Anexo 2 Encuesta aplicada a la población.....	137
Anexo 3 Entrevista realizada al propietario.....	139
Anexo 4 Carta aval.....	140
Anexo 5 Glosario	141
Anexo 6 Abreviaturas	143
Anexo 7 Maquinas de confecciones “Mishell”	144
Anexo 8 Medidas para el corte de tela.....	144
Anexo 9 Verificación de medidas.....	144
Anexo 10 Prenda costura recta.....	144
Anexo 11 Medidas alternas.....	144

INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta el desarrollo del plan de negocios de una empresa de diseño y comercialización de ropa. El proyecto busca impulsar el crecimiento de la empresa a través de un estudio de mercado y así establecer la existencia real de clientes potenciales, determinar las características económicas, también evaluar financieramente el ideal para encontrar viabilidad, posibilidades de proyección y posicionamiento.

Confecciones “Mishell” es una empresa idealizada para el sector textil, la cual es dedicada exclusivamente al diseño y comercialización de prendas de vestir de alta costura, está busca reconocimiento en el mercado, espera satisfacer constantemente a sus clientes con productos de valor agregado por su innovación en diseño, utilización de telas inteligentes y excelencia en la elaboración de sus prendas gracias a la calidad humana con la que cuenta.

El sector de la confección de prendas de vestir, presenta cada vez más estándares de competitividad y desarrollo más exigentes, además se encuentra altamente influenciado por los conceptos de oportunidades, de tendencias de la moda, la alta calidad de los productos y los precios justos.

Ofreciendo variedades de colores, modelos, aplicaciones, bordados, la idea es que la microempresa de confecciones “Mishell” sea reconocida por los clientes de la Parroquia Colonche, porque actualmente está contando con alta variedad de interesantes modelos a elegir e innovadores. Generando con ella una propuesta de emprendimiento basado en una idea de negocios orientado hacia el diseño, producción y comercialización de prendas de vestir de alta costura, buscando entrar en el mercado de confecciones “Mishell” de la comuna Bambil Deshecho.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

Intervención en los niveles de financiamientos en la expansión y desarrollo de confección de prendas de vestir, mediante una investigación que involucre a las instituciones financieras, gubernamentales clientes, competidores y a directivos de la microempresa. Diseño de un plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir de alta costura “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2013.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la República del Ecuador del Cantón Santa Elena, se encuentra ubicada la Parroquia Colonche, comuna Bambil Deshecho, donde se encuentra situada la industria de confección de alta costura “Mishell”.

Los competidores globales en la actualidad y el avance en todo los medios productivos de los procesos tecnológicos y científicos, están llevando una ardua cadena de alta competitividad a vivir e fuertes en el mercado, cada día ver cómo enfrentarse a un mercado nacional de alta calidad más exigente, donde los clientes esperan que los productos tengan la calidad esperada, siendo útiles para varios propósitos teniendo un precio bajo y es ahí donde la empresa ira adoptando estrategias de excelencia empresarial. Interactuando con el cliente, formando la cadena de valor con clientes, fidelizándolos con altos estándares de servicio personalizado dentro de la microempresa, siendo consiguiendo ser la Microempresa de confecciones de la zona norte, una de las más altas en excelencia en sus productos, es por ello que quiere expandirse en la Parroquia Colonche, produciendo con personal competente y comprometidos.

Según (James, 2009), Dice; excelencia empresarial es la integración eficaz de las actividades en un término de costos dentro de todas las unidades de una organización conducente a mejorar continuamente la entrega de bienes y servicios que satisfagan al cliente, una empresa industrial estructurada para lograr una ventaja competitiva, la habilidad para lograr mantener una ventaja competitiva y mantener sostener la excelencia empresarial exige la mejora continua y deliberada de todas las actividades de la empresa.

Es decir que la excelencia empresarial abarca todas las áreas de la organización, entre ellas la de finanzas, economía o costos que es una de las falencias que la empresa ha tenido desde sus inicios, los sistemas de información acerca y de cómo se ejecutan el trabajo ordinariamente para la sociedad y el sector de las confecciones.

Existiendo actualmente en la microempresa falencias de recursos económicos para alcanzar el liderazgo en el mercado de la Parroquia, teniendo en cuenta que el plan de negocios que se realizara tiene como fin analizar la expansión y desarrollo de una estrategia para el diseño y comercialización de una nueva Marca en la Ciudad de Santa Elena.

Observando las necesidades básicas de la microempresa y el impacto que las mismas entidades textiles están llevando a cabo en la actualidad, podemos decir que se puede recurrir a la implementación de un plan de negocios para confecciones “Mishell”, tomando en cuenta aspectos como el financiamiento, capacitación interna, captación de nuevos mercados, conocimientos en cuanto a las tendencias que se viven día a día, a los proveedores y por supuesto a quienes serán los posibles clientes, ofreciendo productos de alta tendencia en moda y elegancia en general.

Situación Actual

El taller de alta costura de la comuna Bambil Deshecho, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, fue constituida desde el año 2010 ya que existió la iniciativa de realizar un curso de costura de prendas de vestir en la Comuna, por lo tanto luego de terminar la misma se vio la necesidad de crear un taller con la finalidad de cubrir necesidades de escuelas de la zona que muchas veces acudían a otras áreas comerciales a obtener sus prendas pero sin los gustos que ellos requerían, por lo tanto desde ahí parte la idea.

En el 2012, entró un mercado potencial que es la empresa reconocida a nivel Nacional como es Negocios Industriales S. A., se enfocó a confeccionar y bordar camisas a diferentes áreas de la empresa, como: Empaque/Maquina, Revisión de Envase, encartonado, empacadora, entre otros, esto nos llevó a cubrir una gran demanda de clientes ya que se observaba la necesidad y adquisición de la misma. Actualmente se está trabaja en la confección de equipos de las escuelas de la zona.

No cuenta con maquinarias sofisticadas acorde al tipo de oficio que realizan diariamente, es decir la inexistencia de máquina para bordados ya que muchas veces existen pedidos de uniformes y equipos deportivos de la zona que requieren de bordados en diferentes partes, por lo cual para cubrir el requerimiento del cliente y realizar el bordado respectivo es necesario viajar al cantón la Libertad donde existen algunos talleres de bordados y realizar el nuestro.

El taller específicamente se dedica a la confección de prendas de vestir, como vestidos, shorts, blusas, ropa deportiva, pantalones, ternos para damas y caballeros, abrigos, uniformes para colegios y escuelas, calentadores, entre otras, además también coger pedidos de acuerdo al estilo del cliente, es decir ropa a la medida, con la finalidad de que el cliente sea quien decida como desea el producto terminado a la medida y al a costura que quiera.

Situación Futura

Se han identificado los siguientes segmentos de mercado: Bazares, tiendas de ropa y boutiques que compran accesorios de prendas de vestir para vender, de toda la Provincia de Santa Elena y cantón la Libertad, la diferenciación está en que los modelos y diseños que se ofertaran serán de alta calidad y moda actual de acuerdo a la tendencia. Se brindara el asesoramiento técnico personalizado, para dar una respuesta rápida y efectiva a la necesidad y creatividad del cliente, confección de prendas de acuerdo con los gustos y requerimientos de los compradores.

La publicidad es muy importante dentro de este rango de productos porque es ahí donde la empresa va a tener acogida de acuerdo a la moda, se harían publicidades como: tarjetas de presentación, cuando un cliente compre una prenda se les entregara una tarjeta ya que esta podría regresar a la adquisición de más prendas, también se harían promociones de acuerdo al estilo de ropa que se ofertan y descuentos especiales.

Con la compra de maquinarias con la última tecnología se podrán confeccionar más prendas de vestir de diferentes estilos y para todo apto social, es decir expandiendo locales dentro de la comunidad y el cantón, además se podrá adquirir infraestructura estratégica a vista del cliente ya que es muy importante para la visita y compra del cliente.

El mejoramiento de la productividad, será primordial además de otorgar trabajo a personas capacitadas en las áreas específicas, permite conocer el logro que se ha obtenido de acuerdo a los objetivos planteados por los microempresarios, el aprovechamiento óptimo de los recursos la satisfacción del personal y de los clientes y la forma con lo que se logran los mismos, expandirse en primer lugar a toda la Parroquia Colonche y a sus comunidades aledañas como su principal punto como el más estratégico en la Comuna Bambil Deshecho.

Control del Pronóstico

Venta directa, las prendas de vestir se venderán directamente al cliente, en una tienda ubicada en alguna zona transitada de la ciudad o la comuna se contará con un ambiente adecuado para la venta y será anexo al lugar donde se encuentra el taller de producción. Venta minorista, las prendas de vestir con diseños predeterminados serán colocados en boutiques, tiendas de ropa, bazares, tiendas de regalos y de artesanía ubicadas en los alrededores de los lugares más transitados del centro de la ciudad o la comunidad.

Crear una marca que identifique al producto y a la empresa, desde el inicio de las operaciones, es decir pidiendo ayuda a un profesional de acuerdo a la área para crear un logotipo para identificar al taller artesanal, además se distribuirán folletos y hojas volantes, contar con una cartera de clientes estable, lo que permitirá posicionar la marca.

Trabajar con boutiques, tiendas de ropa, bazares, tiendas de regalos y de artesanía, para llegar a más clientes y posicionar la marca, contar con tecnología de vanguardia que permita, por un lado, ofrecer diseños y aplicaciones originales e innovadoras y, por otro, reducir los tiempos de confección y costos, así como la disminución de desperdicios, es muy importante la adquisición de maquinarias para el completo acabado de las prendas, estas se las comprara de acuerdo a créditos que se adquirirán en los bancos financieros de la provincia, y se traerán de la ciudad de Guayaquil para mejores garantías y posibilidades económicas.

Las recomendaciones de los clientes ya fidelizados y la buena atención serán claves para que nuevos clientes se acerquen al negocio a comprar los productos, mantener un contacto permanente con las clientas a los accionistas con todos los colaboradores de la Microempresa llevando a cabo una ardua comunicación y un contacto permanente con todos los que las componen, manteniendo como tal un alto nivel de servicio con los clientes.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera intervienen los niveles de financiamiento en la expansión y desarrollo de la microempresa de confección de prendas de vestir de alta costura “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho, Provincia de Santa Elena, año 2013?

Sistematización del problema

- ¿Existe un mecanismo para llegar a expandir y desarrollar la de confección de prendas de vestir “Mishell de la Comuna Bambil Deshecho?
- ¿De qué forma se podrá lograr desarrollar la de confección de prendas de vestir “Mishell de la Comuna Bambil Deshecho?
- ¿De qué forma beneficiaria el financiamiento a los talleres de confecciones de prendas de vestir de la microempresa “Mishell”?
- ¿Porque es importante la aplicación de un plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”?
- ¿Cuál sería la aceptación de un Plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell en las Comunas de la Parroquia Colonche?

Evaluación del problema

Cuando el investigador ha logrado detectar y delimitar el problema que constituirá en centro de la investigación, está pendiente aún una decisión muy importante, para ello debe evaluar el problema de investigación para decidir si en ese momento y lugar, con los recursos que dispone es oportuno abordarlo.

En evaluación la definición del problema de investigación, la identificación de criterios, la formulación de interrogantes y la selección del enfoque metodológico son caras del mismo prisma la cual llevara a identificar mercados.

Delimitado: En el proyecto se analizara la confección de prendas de vestir de alta costura de la Comuna Bambil Deshecho desde octubre del 2012 hasta marzo del 2013.

Claro: El presente proyecto es nítido, de fácil intuición de la ideas del problema.

Evidente: Todas las perspectivas que encontramos en el planteamiento del problema son claros y transparente.

Relevante: el proyecto es de mucha importancia ya que cubrirá necesidades básicas de una población de la Comuna Bambil Deshecho.

Original: El proyecto es inédito ya que se enfocara a nuevas estrategias para alcanzar un posicionamiento en la mente del consumidor y el desarrollo local.

Contextual o en el contexto: El presente proyecto representa al ámbito de comercialización, marketing.

JUSTIFICACIÓN

Un plan de negocios será el instrumento clave y fundamental para el éxito de la microempresa de Confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell”, ya que obtendría una serie de participaciones relacionadas entre sí en el mercado, para el comienzo y desarrollo de la microempresa de confecciones aplicando un sistema que ayude a alcanzar la expansión y a captar clientes potenciales.

También se beneficiara toda la población de Bambil Deshecho ya que captaremos clientes de acuerdo a los servicios como garantía en sus compras, promociones y descuentos de acuerdo a las compras, en si el proyecto o plan de negocios, será factible para la compra o adquisición de maquinarias, adquiriendo créditos en las instituciones financieras de la Provincia, con el fin de que la microempresa de confección, produzca al 100%, cumpliendo una necesidad en la población ya que existen gran parte de la población que adquieren sus productos en otras partes y dificulta su estabilidad económica.

Buscando incluirse en la mente del consumidor y en la población de la Parroquia Colonche, siendo ellos los primeros en ser los potenciales clientes, además cubriendo las demandas de personas que saben y están aptos para la actividad de ejercer su labor, dándoles la oportunidad de que ellos cumplan y ejerzan su actividad dentro de la microempresa de confecciones “Mishell”.

En el campo investigativo, si cambia ya que ya no será la microempresa un negocio si no es que ahora se abarcará a amplios mercados y canales de distribución por lo cual será ya un taller de alta costuras y diseños exclusivos de moda y de acuerdo a la tendencia del cliente, además dándoles la oportunidad a que la Microempresa ayude al crecimiento y desarrollo de la Parroquia de Colonche, expandiéndonos en la área textil en el mercado, también como empresa siendo unos de los que aportaría a la sociedad por vincularse al mercado.

Justificación Teórica

En la investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente.

Un plan de negocios, será para la expansión y desarrollo de la microempresa de confecciones de prendas de vestir, comercializando de forma adecuada nuestros productos terminados mediante técnicas de mercadotecnia. Desde su creación el taller de confecciones de ropa, no ha tenido el mercado esperado, ya que los colaboradores de la misma no han tenido el conocimiento, la capacidad y/o profesionalismo para la ejecución de planes estratégicos para la expansión de la microempresa en el mercado.

Los talleres de costura brindan los servicios de corte y confección, elaborando prendas de vestir al gusto del cliente, se partió de la idea de ofrecer una solución a una necesidad primaria: el vestirse, dicha necesidad ha sido satisfecha por las tiendas de ropa que actualmente ofrecen una amplia variedad de estilos, sin embargo, se considera que algunos puntos aún no han sido cubiertos por los actuales proveedores de prendas en la localidad.

La simple necesidad de vestirse ha quedado atrás, ya que también es importante que las prendas queden bien a los clientes, muchas personas no encajan dentro de los estándares de tallas establecidos debido a que la apariencia de cada individuo que puede cambiar, por ello muchas personas difícilmente encuentran una prenda que les quede bien, la solución se puede encontrar con pequeños arreglos, por lo general se trata de subir dobladillos, cambiar botones, meter pinzas, etc.

La moda en si cada día es más complicada por el alto grado de tecnología viene apareciendo de una ciudad a otra, es por ello que las empresas textiles o de confecciones siempre deben estar al apar con la mismas.

Justificación Metodológica

Se utilizara el tipo de investigación descriptiva, con el fin de conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento, además se utilizara la técnica de la observación ya que es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Los instrumentos de recolección de información son de gran importancia en un proceso de investigación. La medición es el proceso de asignar números o marcadores a objetos, personas, estados o hechos, según las reglas específicas para representar la cantidad o cualidad de un atributo.

La población al que se va a dirigir la microempresa es a hombre y mujeres ya que en la actualidad son ellos quienes forman parte de la moda actual, además de los niños y adolescente que a pesar de sus edades cambian de tendencias y gustos de acuerdo al entorno, los meses con mayores ingresos en una tienda de ropa coinciden con las dos campañas tradicionales de rebajas, Diciembre y Enero.

Las prendas de vestir que la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, ofrecerá estará al gusto de toda clase de personas y a toda clase de nivel social, se harán respectivamente descuentos especiales y promociones.

Justificación Práctica

Una justificación práctica, cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo. Primero en cuanto al trabajo se beneficiaran las personas con alto conocimiento en cuanto a costura y que no tenían trabajo y que recibirán un sueldo razonable de acuerdo a su trabajo diario.

También se beneficiara toda la población de Bambil Deshecho ya le daremos garantía, tiempo, y a escoger el tipo de ropa que desea de acuerdo al gusto y preferencia, también a la Parroquia Colonche y a la provincia de Santa Elena, sin dejar a tras de que la empresa gracias a ellos se desarrollara a nivel local. En si el proyecto de inversión, será factible para la compra o adquisición de maquinarias e insumos, pero más aún resuelve un problema en la sociedad, ya que como se ha mencionado anteriormente, las personas acudían a otros lugares y adquirir sus prendas.

Además busca incidir en que la población pueda ejercer su potencial y conocimientos de la confección de prendas de vestir, a la sociedad al tener la posibilidad de crear relaciones más equitativas entre hombres, mujeres y un ambiente en el que cada individuo tenga el poder para tomar decisiones informadas y seguras sobre trabajar y ganarse un sueldo digno.

En el campo investigativo, si cambia ya que ya no será la microempresa un negocio si no es que ahora se abarcara a amplios mercados y canales de distribución por lo cual será ya un taller de alta costuras y diseños exclusivos de moda y de acuerdo a la tendencia del cliente.

Se hará respectivamente investigaciones de campo, para saber los cambios o gustos cambiantes de los clientes para con la sociedad.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Evaluar los niveles de financiamientos que intervienen en la expansión y desarrollo de la microempresa de confección de prendas de vestir, mediante una investigación a los directivos e instituciones gubernamentales, para el diseño de un plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho.

Objetivo Específico

- Analizar las posibles causas para la expansión y desarrollo de la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”.
- Evaluar los niveles de financiamiento que puede adquirir en instituciones financieras de la microempresa de confecciones “Mishell”
- Evaluar la mejor opción para la distribución y comercialización de las prendas de vestir de la microempresa de la Comuna Bambil Deshecho “Mishell”.
- Desarrollar estrategias de financiamiento para el crecimiento de la microempresa de confecciones “Mishell” dentro de los mercados de la Parroquia Colonche.
- Diseño de un plan de negocios utilizando técnicas y métodos investigativos para la expansión y desarrollo de la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”, de la Comuna Bambil Deshecho, Parroquia Colonche.

HIPÓTESIS

La intervención de los niveles de financiamientos factibles contribuirá en la expansión y desarrollo de la microempresa de confecciones de prendas de alta costura “Mishell”, mediante una investigación que involucre a las instituciones financieras, gubernamentales, clientes, competidores y a los directivos de la microempresa, en la Comuna Bambil Deshecho, Provincia de Santa Elena.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

- Variable Independiente

Niveles de financiamiento

- Variable Independiente

Expansión y desarrollo

Con las variables dependientes y dependientes se observara los distintos métodos en las cuales se pueden medir los métodos las cuales podrían estudiarse minuciosamente las diferentes alternativa que la microempresa de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell”, obteniendo resultados que ayuden a alcanzar la competitividad con grandes empresas de la Provincia de Santa Elena, llevando a cabo las estrategias y métodos más concurrentes. Con el fin de llegar a la mente del consumidor de la manera más oportuna, dándoles las facilidades y el servicio personalizado que todo consumidor o posible cliente requiere. Controlando así las diferentes características como; controlar y estudiarlas las diferentes medidas que se tienen que tomar en cuenta para la expansión y desarrollo, y además los diferentes estilos de financiamientos.

Cuadro 1 Operacionalización de la variable Independiente

OPERACIONALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITENS	INSTRUMENTOS
<p>V.INDEPENDIENTE</p> <p>Niveles de financiamiento</p> <p>Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones.</p> <p>Al disponer qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fuentes internas/y de implementación ▪ Fuentes de financiamiento ▪ Procesos internos del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la Microempresa • Capacitaciones internas. • Nivel de conocimiento en esta rama • El financiamiento externo • Confección de prendas de vestir • Servicio • Los competidores textiles. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuáles son las características principales que hicieron que su empresa se desarrolle en el ámbito de la confección de prendas de vestir? porque? ✓ Sus empleados han recibido capacitaciones para la confección de las prendas de vestir? ✓ Cuáles son los mayores inconvenientes que tiene la microempresa? ✓ Como le gustaría ser conocido en el mercado? ✓ ¿Cree Ud. que adquiriendo un financiamiento mejoraría diferentes ámbitos de la microempresa? Cuales? ✓ ¿Cuál es el proceso de producción de las prendas de vestir de su microempresa? ✓ ¿Conoce Ud. Los principales puntos de distribución de las zonas Rurales para la realización de la venta del producto? porque medios hace la venta? 	<p>Entrevista</p>

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karina Rodríguez

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

En los últimos años y en la actualidad no existe una empresa que se dedique a esta actividad es decir a la confección y venta de prendas de vestir en la Parroquia Colonche, solo existen los sastres que trabajan independientemente quienes están dedicados a la confección de prendas de vestir a la medida.

Ubicando estos puntos a favor de la microempresa “Mishell” podemos mencionar que debe seguir expandiéndose y desarrollándose en esta actividad pero con mucha más potencia con el fin de fidelizar a los clientes insatisfechos que existe en esta Parroquia.

La microempresa de confecciones de prendas de vestir se ha desarrollado en este ámbito desde el año 2010, y se ha seguido expandiendo de acuerdo a las alternativas y estrategias de ventas que ha ido implementando, ayudando así a la mejora de las mismas.

De acuerdo a la expansión que se ido desarrollando, y obligatoriamente a sacar el RUC para que funcione correctamente y ayudando al pago de impuestos para el bienestar del país, es por ello que actualmente cuentan con ese requisito fundamental para el funcionamiento, produciendo continuamente para los clientes insatisfecho, cumpliendo con los requisitos de alta calidad que ellos desean, promoviendo la innovación y las tendencias actuales que todo cliente busca, aplicando fundamentalmente los valores agregados de las prendas y así entregar productos de calidad óptima para los clientes en general, aplicando estrategias de superación para los empleados ya para sí motivarlos al trabajo continuo y mutuo, es así que la microempresa poco a poco ira teniendo la acogida favorable que se esperaba en cuanto a los consumidores.

(ROM, 2008) Dice: La crisis financiera internacional a partir de Octubre del año 2008 afectó la economía mundial, debido a varios factores entre ellos, precios altos de las materias primas, la sobrevaloración del producto, entre otros, esto ha afectado a las cadenas productivas comerciales y de servicios.

Que en muchos de los casos ha provocado que opten por políticas inadmisibles empíricas aleatorias sin previos estudios, con una tendencia a la disminución de personal, además han preferido reducir los gastos por materia prima de poca calidad, con una visión errónea de poder mantenerse así en el mercado, no han tomado en cuenta la calidad de bienes o servicios que deben ofrecer al consumidor final.

Mientras otros entes productivos han seguido conservando la calidad de sus productos, estableciendo otras estrategias que han asegurado su desarrollo empresarial, entre una de ellas ha sido lograr el compromiso de su gente con la empresa, búsqueda de materia prima de óptima calidad, aprovechando todos los recursos sin desperdiciarlos.

Estas medidas adversas tomadas improvisadamente, exigen tener establecidas medidas preventivas para precisar opciones que fortalezcan el desarrollo empresarial en tiempo de crisis, y poder coadyuvar al incremento del empleo, tomando siempre en cuenta la calidad del producto o de sus bienes que se pretenden ofrecer.

Llevando a cabo un alto índice rentabilidad en las ventas diarias y proyectadas, contando con un alto índice de mano de obra calificada se podrá obtener los clientes necesarios para el desarrollo de la misma, ya que se entregara producto de satisfacción para quienes necesiten cubrir sus necesidades básicas de vestimenta.

Además promoviendo un servicio exclusivo para todo el cliente, entregando el producto a domicilio sin necesidad de que el cliente se acerque a los locales.

1.1.1 Fundamentación del tema

1.1.2 La economía en las empresas

En Ecuador el gobierno del Economista Rafael Correa a través del Plan de Desarrollo Nacional se ha elaborado habilidades económicas lucrativas una de ellas la renovación de importaciones, en el mes de abril del año 2010, se presenta un resumen del informe semanal de actividades en el cual el Ejecutivo explica una de las estrategias acogidas por su gobierno:

EL PRESIDENTE (FINANZAS, 2009) dice “a través de la sustitución de las importaciones no se permite la salida de dólares hay cosas que podemos sustituir que lo estamos importando, como el maíz, el trigo, derivados de petróleo, electricidad”, además pretende apoyar al sector turístico. “Forman parte de esta destreza el sector de alimentos frescos y procesados, energías renovables, biocombustibles, productos farmacéuticos y químicos, biotecnología, servicios ambientales, metalmecánica, plástico y caucho, confecciones y calzado, vehículos automotores, carrocerías y partes de automotores, transporte, calzado, software entre otros”.

Estos cambios de políticas monetarias han autorizado que el país no se vea muy afectado debido a las dificultades internacional, a su vez han promovido la creación de pequeñas empresas que alcancen crear fuentes de empleo para empapar los desempleados de la región y específicamente dentro de la provincia de Santa Elena, creando fuente de empleo para los ciudadanos.

Según la Cámara de Comercio de Quito, en su Boletín Económico:

(COMERCIO, 2010) manifiesta: “De igual manera diferentes ONG internacionales que han comprendido que las (PYMES) generan desarrollo para los países han destinados para el Ecuador alrededor de USD 15 millones para el apoyo productivo de estas unidades en el país con proyectos productivos.

Decimos que las pymes en la actualidad son el eje principal de la naturaleza, y en más en las entidades de confecciones de prendas de vestir ya que ha llegado a un amplio desarrollo socioeconómico y de mucha escasez, obteniendo tener un gran desarrollo si se lo maneja adecuadamente el producto junto al mercado competitivo.

(El acceso a la PYMES a los mercados de Capitales, 2010) Dice: Otros factores que restringen el incremento de la mediana empresa es ausencia de controles contables, desconocimiento de práctica de elaboración de estados financieros, el no entrenamiento de los recursos humanos.

“Es de descartar la necesidad que tienes las PYMES, en fijar control interno, es decir tener un plan sistematizado entre la contabilidad las funciones de los empleados y los procedimientos establecidos, de tal manera que se pueda conseguir información optima, segura y confiable para proteger debidamente los bienes de la empresa así como proveer la eficacia de las operaciones.

1.1.3 Fuentes de Financiamiento

(LAWRENCE, 2012) Dice: Es la cualidad de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de incremento y progreso. Y es por ello que el actor lo clasifica de la siguiente manera.

1.1.3.1 Clasificación De Las Fuentes De Financiamiento Según Lawrence.

1.1.3.1.1 Fuentes Internas

Dentro de las fuentes de financiamiento internas sobresalen las aportaciones de los socios (capital social). El cual se divide en dos grupos según Lawrence.

- Capital social común
- Capital social referente

1.1.3.1.2 Capital social común

Es aquel contribuido por los accionistas precursores y por los que puede interesarse en el manejo de la compañía. Participa el mismo y tiene la prerrogativa de intervenir en la administración de la empresa, ya sea en forma directa o bien, por medio de voz y voto en las asambleas corrientes de accionistas, por sí mismo o por medio de representantes individuales o colectivos.

1.1.3.1.3 Capital social preferente

LAWRENCE, Dice: Es aportado por aquellos asociados que no se desea que notifiquen en la administración y providencias de la empresa, si se les invita para que proporcionen capitales a largo plazo, que no impacten el flujo de efectivo en el corto plazo.

1.1.4 Proveedores.

Este comienzo de financiamiento es la más común y la que repetidamente se utiliza. (LAWRENCE, 2009) Se genera mediante la ventaja o compra de bienes o bienes que la empresa utiliza en su ejercicio a corto plazo. La dimensión de este financiamiento crece o estrecha la oferta, debido a abundancia de mercado competitivo y de manufactura. En épocas de inflamación alta una de las medidas más positivas para neutralizar el efecto de la inflación en la empresa, es extender el financiamiento de los proveedores.

Características según (LAWRENCE)

- Su obtención es relativamente fácil
- Su obtención es relativamente fácil, y se otorga fundamentalmente con base en la confianza y previo a un trámite de crédito simple y sencillo, ante el proveedor de los bienes y servicios.

1.1.5 Utilidades retenidas.

(LAMBIG P., 2008) Dice: Esa esta la base de financiamiento, la fuente de capitales más trascendentales con que cuenta una compañía, las empresas que presentas salud financiera o una gran estructura de capital sano sólida, son aquellas que forman montos importantes de utilidades con relación a su nivel de ventas y conforme a sus contribuciones de capital.

1.1.6 Utilidades de operación

(CARLOS, 2009) Dice: Son las que genera la compañía como resultado de su operación normal, éstas son la fuente de recursos más importante con la que cuenta una empresa, pues su nivel de generación tiene relación directa con la eficiencia de operación y calidad de su administración, así como el reflejo de la salud financiera presente y futura de la organización. Por beneficios de operación se debe entender la diferencia positivo entre el valor de venta realmente obtenido de los bienes o servicios ofrecidos menos los costos y gastos efectivamente pagados adicionalmente por el importe de las depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados durante el entrenamiento de la empresa.

1.1.7 Reserva de capital

(PEREZ C., 2010) En cuanto a la reserva de capital, son separaciones contables de las utilidades de operación que garantizan caso toda la estadía de las mismas dentro del caudal de la empresa.

En su origen las utilidades de operación y reservas de capital, son las mismas con la diferencia que las primeras pueden ser susceptibles de retiro por parte de los accionistas por la vía de pago de utilidades, y las segundas persistirán con carácter de permanentes dentro del capital contable de la empresa, en tanto no se decreten disminuciones del capital social por medio de una asamblea general.

Los recursos necesarios para la financiación de una empresa descienden básicamente de cuatro fuentes: aportaciones directas de los socios, beneficios generados y no distribuidos (autofinanciación), crédito de entidades financieras y crédito de proveedores. De estas cuatro fuentes de financiación, el recurso al sistema crediticio junta el origen de fondos más utilizado por las empresas. Ello puede comportar una estructura financiera vulnerable a los cambios de política monetaria.

No siempre las situaciones, en cuanto a plazo, de los créditos conseguidos por las empresas han sido las más adecuadas para su desarrollo normal, ya que se han financiado inversiones en activos fijos, a largo plazo, con créditos a corto plazo, produciéndose una situación de desequilibrio financiero que, en muchos casos, ha resultado nefasto para la supervivencia de dichas empresas. Aún en fases expansivas, tanto de la propia empresa como del ciclo económico, es necesario el mantenimiento de una estructura financiera equilibrada.

La canalización de los ahorros a los sectores remuneradores de la economía nacional ha estado manejada por un limitado número de entidades financieras, quienes han asumido los riesgos de esta canalización consiguiendo retorno por dicho riesgo, en la forma de “costo de intermediación”. La gran mejoría global del desarrollo del mercado de valores es que facilita el proceso de inversión-financiamiento reconociendo una vía directa de acceso entre las empresas productivas con insuficiencia de financiamiento y las entidades o particulares con deseos de invertir.

El mercado de bienes aprueba la creación de empresas de capital más riesgoso, con tal de que esta acción esté adecuadamente supervisada. Una persona con una brillante idea empresarial, pero sin capital, podría obtener fondos y capitalización, y tal vez incluso fondos de largo plazo. Esto haría más emprendedora la actividad financiera de microempresa en este caso de confecciones como la que se está planteando.

Tan pronto una empresa realiza distribuciones a través de la Bolsa, de cualquier índole (aún de Papel Comercial), se ve estimulada a demostrar estados cada vez más atractivos, pero siempre reales. Esto dirige a la gerencia a ser más eficientemente y creativa.

Es por ello que un financiamiento es una muestra en las cuales las magnas y pequeñas empresas se asimilan y han surgido adquiriendo estos créditos, desempeñando los requerimientos precisos y establecidos, manejando comedidamente y agregando estrategias de cooperación para el alcance de los bienes y sacándole la rentabilidad necesaria para la misma.

1.1.8 Expansión

(Bueno Campos, 2010) Dice: es significativo tener en cuenta que la expansión no siempre involucra un avance físico o concreto sino que también hace informe a un desarrollo más genérico o figurado. De esta manera, puede entrevistarse de la expansión del patrimonio o la expansión cultural, que si bien tiene resultados y sustentos concreto producto más difícil de mensurar. Las estrategias de expansión son aquellas que se dirigen hacia el desarrollo de los mercados y compradores usuales de la empresa. Se basa en el crecimiento de una misma línea, manteniendo una estrecha relación con la situación actual de la empresa.

1.1.9 El desarrollo

(Thompson, 2011) Dice: Se entiende como desarrollo al avance a los paralelismos de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país. Partamos desde la representación de que la antigüedad, la humanidad ha tenido ventajas o ha adelantado hacia lo que somos ahora, este progreso no concluye aquí ya que en la actualidad la humanidad sigue avanzando y lo seguirá haciendo en el futuro; y es ahí donde nace la idea del perfeccionamiento.

El concepto de desarrollo también se refiere a los avances y los perfeccionamientos que permitan compensar de mejor manera las necesidades básicas humanas, como agua potable, vivienda, alimentación y salud; no importa el lugar de residencia de la persona. Luego de satisfacer las necesidades básicas, el desarrollo también buscará suplir aquellas necesidades que sean importantes para los integrantes de una sociedad determinada; buscará mejorar cada vez más el nivel de vida.

El desarrollo está representado por circunstancias que dejan al alcance de todos los grupos sociales, las organizaciones y los servicios de educación, salud, alimentación y vivienda. Además, debe instituir un acatamiento por las diferentes culturas y tradiciones.

En economía, el desarrollo incluye conformidades de empleo para la población y los medios para satisfacer sus necesidades. Para lograrlo debe haber una comercialización de la riqueza nacional que permita a la población, acceder a los servicios básicos. El desarrollo económico considera la generación de riqueza, es decir, la ampliación de la producción de bienes y servicios.

Es necesario que en el intento de desarrollo, no se pasen a llevar los recursos nativos y culturales. Además, se reflexiona que no puede haber desarrollo si empeoran temas como la pobreza, la desigualdad o el empleo, aun cuando el ingreso aumente. Comprendemos entonces, que es necesario un equilibrio o imparcialidad en donde el bienestar y la naturaleza son elementos primordiales.

El desarrollo y el bienestar social están condicionados por las ciencias aplicadas, los recursos naturales y la capacidad del medio ambiente para impregnar la actividad humana. Se persigue entonces, la eventualidad de que al avanzar la tecnología y socialmente, el medio ambiente se recupere al mismo ritmo que la actividad humana lo afecte, promoviendo la cultura empresarial y avanzando en cuanto a la tecnología y a la adquisición de materia prima de calidad.

1.1.9.1 El desarrollo sostenible

Se llama progreso sostenible aquél desarrollo que es capaz de compensar las necesidades existentes sin complicar los recursos y patrimonios de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad razonable es aquella que se puede conservar. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque afirmando la repoblación es una actividad sostenible.

1.1.9.2 Desarrollo social

El desarrollo social se describe al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Envuelve una evolución o cambio positivo en las recomendaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Envuelve principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto a futuro es el Riqueza social. La sociología del desarrollo reuniría todos estos conceptos, hipotéticamente y los clasificaría para validarlos como posibles o no factibles.

1.1.9.3 Desarrollo económico y subdesarrollo

El Desarrollo es un nivel socioeconómico descubierto por algunos países mediante un dominante nivel de industrialización, diversificación y tecnificación de los procesos industriales, que se traduce en los principales niveles de vida para la localidad.

El Subdesarrollo se identifica por la dependencia y el aplazamiento; es decir, son países capitalistas que dependen en cierta forma de los países industrializados y ya que el término subdesarrollo etimológicamente significa abajo del perfeccionamiento se explica lo de atraso.

1.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.2.1 Constitución de la República del Ecuador

- Capítulo 5: Sección tercera (Formas de trabajo y su retribución)

Art. 325. La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa, se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o personas empleadoras, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual y colectiva.

- (Intercambios económicos y comercio justo)

Art. 333. El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios,

Art. 334. El Estado velará e impulsará el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

1.2.2 Plan Nacional de Desarrollo

El plan nacional de desarrollo, es una meta que el gobierno nacional y específicamente en la actual presidencia de la República del Ecuador está ejerciendo, ya que busca un nuevo desafío para los ciudadanos, creando fuentes de empleo y viviendas dignas para el bienestar del pueblo ecuatoriano.

1.2.2.1 Transformación social y de desarrollo humano

El objetivo básico es garantizar el cumplimiento de los derechos económicos, sociales y culturales, con metas a nivel cantonal.

- 1) El derecho al trabajo y a condiciones laborales equitativas y satisfactorias.
- 2) El derecho a la seguridad social y al seguro social.
- 3) El derecho a la protección y asistencia a la familia.
- 4) El derecho a la alimentación.
- 5) El derecho a la vivienda.
- 6) El derecho a la educación.
- 7) El desarrollo científico y tecnológico.
- 8) El derecho al deporte y a la recreación.
- 9) Los derechos culturales.
- 10) El derecho a la salud física y mental.
- 11) El derecho a la prevención y protección contra riesgos y desastres naturales.
- 12) El derecho a un medio ambiente sano y el derecho al agua.
- 13) La igualdad de derechos entre hombres y mujeres.
- 14) Los derechos humanos de las personas con discapacidad.
- 15) Los derechos de los niños, adolescentes y jóvenes.
- 16) Los derechos económicos, sociales y culturales de las personas mayores.
- 17) Los derechos de los pueblos indígenas, afro ecuatorianos y montubios.
- 18) Los derechos de los migrantes.

1.2.3 Plan del Buen Vivir

- Objetivo 6 (Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas)

Garantizar la estabilidad, protección, y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

Con este objetivo del buen vivir, la empresa como tal garantizara el bienestar para con sus trabajadores, otorgándoles un sueldo digno de sí mismo y bajo las leyes, cumpliendo con responsabilidad todas las normas internas y externas de la empresa y de nuestro país.

1.2.4 Pequeña y mediana empresa en el Ecuador

De acuerdo a investigaciones orientadas a la industria manufacturera del Ecuador ejecutada por el INEC en el año 2007, las mismas que se encuentran publicadas en su página web www.inec.gov.ec . Por otro lado dentro de las PYMES, la microempresa o pequeña empresa es el gran motor de empleo, debido a que provee trabajo a gran de los trabajadores de ingresos medios y bajos.

En América Latina, este tipo de empresa es la principal fuente de trabajo con alrededor de 57 millones de microempresas, brindando empleo a por menor 110 millones de personas, para el año 1005 en el caso de Ecuador microempresa proporcionaron trabajo a un total de 1'018,135 personas, lo cual represento el 25% de la mano de obra urbana.

1.2.5 Ley de pequeñas y medianas Empresas

Art. 99. –la identidad sindical signataria del convenio colectivo y la representación de la pequeña empresa podrá acordar convenios colectivos de trabajo para el ámbito de estas últimas, la organización sindical podrá delegar en entidades de grado inferior la referida negociación, podrán así mismo estipular vencimiento de estos convenios colectivos.

Art. 100. – vencido el término de un convenio colectivo de trabajo o sesenta días antes de su vencimiento, cualquiera de las partes signatarias podrá solicitar el inicio de las negociaciones colectivas para el ámbito de la pequeña empresa.

Art. 101. -- En las actividades en las que no existiera un convenio colectivo de trabajo específico para las pequeñas empresas el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social deberá prever que en la constitución de la representación de los empleadores en la comisión negociadora se encuentre representado el sector de la pequeña empresa.

Art. 102. -- A partir de los seis (6) meses de la entrada en vigencia de la presente ley, será requisito para la homologación por parte del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social que el convenio colectivo de trabajo.

1.2.6 PIB del sector

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicadas por el Banco Central del Ecuador (BCE), el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un aumento anual de 3.5% en el primer trimestre de 2013. Dicha evolución fue impulsado mayoritariamente por el comportamiento del sector no petrolero, que registró un crecimiento anual de 4.2%. La economía no petrolera representó el 84.7% del total del PIB en el primer trimestre de 2013.

Gráfico 1 PIB del sector



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karina Rodríguez

Sin embargo de acuerdo con la Asociación de Industriales de Textiles de Ecuador (AITE), el sector se expandió en un 6% en el año 2010. El Producto Interno Bruto (PIB) del sector textil bordeó los 588 millones de dólares. Pese a existir un crecimiento en el sector, hay un factor que preocupa a los productores locales; el alza de los costos de las materias primas en el mercado internacional. El cambio de precio de compra en el exterior del algodón subió en un 300%, situación que resulta difícil porque el 90% de la producción textil en base a este material.

1.2.7 Sector externo

En cuanto a la balanza comercial que comprende a los meses de enero a mayo de 2013, registró un déficit de USD -287 millones, representando una disminución del saldo comercial de 142.3%%, comparándola con el superávit del mismo período en el año 2012, que fue de USD 677.8 millones. La Balanza Comercial Petrolera que comprende los meses de enero a mayo del año 2013 presenta un saldo a favor de USD 3,244.9 millones, lo que representa un -24.6% comparado con la cifra obtenida en el mismo período del año 2012 la cual fue de USD 4,300.9 millones.

1.2.8 La Inflación

En Enero del 2013, la inflación mensual se ubicó en 0.50%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012; 6 divisiones de consumo registraron inflación por sobre el promedio general, en tanto, en 2 se registró deflación lo que atenuó el resultado general.

La inflación anual del año 2013 se fue de 4.10%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012 (5,29%); 5 divisiones de consumo se ubicaron sobre el promedio general, que atenuó su resultado por la deflación de las categorías Recreación y Cultura y Comunicación.

1.3 MARCO REFERENCIAL

La microempresa de confección de prendas de vestir de alta costura estará ubicada en la Provincia de Santa Elena específicamente en la Parroquia Colonche, Comuna Bambil Deshecho Barrio Las Mercedes, recalando que su ubicación está totalmente en una zona estratégica y demandante, donde veremos la acogida de clientes de todas partes.

Además, en el estudio de mercado a llevarse a cabo también se verá la viabilidad de encontrar nuevos puntos estratégicos de comercialización y distribución del producto, por lo tanto se llevara a cabo con la finalidad de satisfacer a nuestros clientes y al gusto y preferencia de las mismas. Sin dejar atrás que en los puntos estratégicos de comercialización, serán dentro de la Parroquia Colonche para así tener sucursales y a largo plazo ingresar al mercado de la Provincia.

Gráfico 2 Mapa de la Parroquia Colonche



Fuente: Mapa de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Karina Rodríguez

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

(Alvarado, 2008) Dice: “La ciencia es el conocimiento racional, cierto o probable, obtenido periodicamente, sistematizado y verificable”, es el resultado de la investigación y la aplicación del método científico, el diseño cuantitativo es una forma de aproximación sistemática al estudio de la realidad, se apoya en categorías numéricas y permite realizar el análisis de los fenómenos a través de diferentes formas estadísticas.

Podemos mencionar que mediante este estudio que se está aplicando en el plan de negocios en técnicas de estudio se puede decir que existe la amplia seguridad de que el proyecto tendrá el grado de factibilidad y límite que aquel puede proveer para adquirir y alcanzar los objetivos de la empresa para fidelizar a los clientes insatisfechos.

Además este tipo de diseño ayuda a distribuir de forma correcta las estrategias a aplicar ya que estas están medidas de acuerdo a la forma de inversión que se haya elegido para el cumplimiento de inversión y comercialización, también contribuirá de forma significativa ya que se analizará a las personas a quienes vamos a encuestar, contribuirá así a un plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes.

El análisis del diseño de la investigación ayudará a encontrar los métodos óptimos para este plan de negocios para la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, realizando estudios de mercados de alto rendimiento, además cumpliendo con las normas que las mismas establecen.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Los proyectos factibles de la investigación que se estará analizando y/o elaborando mediante un modelo operativo viable, cuyo propósito es la búsqueda de solución y problemas, satisfacción de necesidades.

El proyecto de confección de prendas de vestir de alta calidad es factible ya que en la Parroquia Colonche, se ha observado carencia al momento de la adquisición de este tipo de productos como es la ropa y la dificultad que hay al adquirir esta necesidad, es por ello que la microempresa ya mencionada además de ya ser una más en el mercado y única en confecciones de prendas, también ya está actuando para abarcar a clientes potenciales y fidelizarlos a la vez.

Las tiendas que integran nuestra competencia son muy largas por lo que se realiza una matriz para identificar las fortalezas y debilidades de los factores claves de éxito del proyecto, con respecto a nuestra competencia por margen de grupos como se clasificaron primordialmente, para ello se elaboraron matrices competitivas ya que se verán con ellos las fuerzas y debilidades de los competidores y utilizando las últimas técnicas de estudios y de ventas que se utilizarán.

Se está enfocando al aspecto social ya que también vincula a la sociedad con tal, además del subdesarrollo local de la Provincia, buscando promover el desarrollo de producción a largo y estar posicionado en la mente del consumidor como una empresa prestigiosa, con alto grado de calidad e innovación en sus productos e incluso con valores agregados de acuerdo a la matriz del consumidor final.

La moda son tendencias repetitivas, sea en ropa o accesorios, estilos de vida o de manera de comportarse, y esto es lo que marca o modifica la conducta de las personas, y la empresa tiene que estar al apar de estos cambios y así ofrecer innovación para cada uno de ellos.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el nivel de estudio

La investigación descriptiva

HERNANDEZ. Dice: la investigación descriptiva es la base, ya que necesita reconocer todos los rasgos de campo de las personas a quienes se le emplea la investigación de campo, llegando así a conocer el contexto, costumbres y actitudes sobresalientes a través de la descripción exacta de las actividades, objeto, procesos y individuos en general.

Además se escogió este tipo de investigación descriptiva porque también está detallando minuciosamente los diferentes aspectos que se consideran de manera concisa, clara y breve sobre el proyecto, además porque la misma se limita a la recolección de datos a la predicción e identificación de la composición de los clientes potenciales.

Por el lugar de estudio

Investigación bibliográfica

Se utiliza también en el proceso de la planificación del proyecto, la investigación bibliográfica pues su nombre lo indica, es la técnica que se aplica cuando se va a buscar información en una biblioteca cultural o informativa, esto ayuda a que el investigador pueda completar o complementar los datos de la información solicitada con el fin de un correcto proceso de investigación para el proyecto que se está desarrollando.

Se utilizara el estudio de campo ya que son aquellas tecnicas que indican a que deben recurrir para investigar informacion y hacer trabajos respectivamente, tambien es importante aplicarlas con el fin de entregar informacion veridica y completa que aporte a las demas inevestigaciones.

La investigacion ademas de ser bibliografica esra ayudando a nuestro proyecto al analidis de sus conceptos encontrados de forma presominante y los textos de autores de gran categoria en la epoca, ademas esta misma investigacion permite en otras cosas apoyar la investigacion ya relacionadas, tomar conocimientos de experimentos.

Invetigación de campo

Con la investigación de campo se obtendrá información de la cual se puede proceder a realizar un análisis general relacionando las preguntas con los objetivos establecidos. De acuerdo a este análisis será posible formular el diagnóstico, de la situación que se ha detectado.

De acuerdo a este análisis será posible formar el diagnóstico de la situación que se ha detectado con este diagnóstico se ha puntualizado sobre aquellos aspectos que relacionan los programas sobre la existencia y puesta en práctica de una metodología específica para auditarlos, particularizando un poco sobre los programas de la microempresa al ámbito de confecciones de prendas de vestir.

Se ha delimitado en este tipo de programas tomándolos como modelo para poder diseñar una metodología específica que contribuya con el trabajo estableciéndoles un proceso definido a seguir para este tipo de auditorías, lo que no quiere decir que los lineamientos a seguir. La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, para la cual Carlos Sabino (S/f) en su texto "El proceso de Investigación" señala que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador centrarse en ello.

Sin embargo los datos que se pueden obtener considerando las restricciones de cada estudio como por la carencia de recursos humanos, monetarios, físico, se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado.

Por la dimensión temporal

Transversal: (PACHECO, 2011) Dice, que el diseño transversal es el más utilizado en la investigación por encuestas, ya que ayuda a confirmar los puntos exacto para la encuesta, y el valor que tendrá ejecutar.

La entrevista y la encuesta se utilizara en forma verbal y escrita a través de preguntas que propone el analista, quienes responden pueden ser gerentes o empleados de la organización las cuales son usuarios o colaboradores de la misma entidad, exponiendo sus opiniones relevantes y potenciales del sistema propuesto o aquello que proporcionara datos o será afectado por la aplicación propuesta.

2.4 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Durante el trabajo de campo se utilizaron métodos de naturaleza tomando como referencia ejercicios metodológicos similares los cuales fueron a la realidad bajo estudio, entre las cuales fueron:

2.4.1 Método inductivo

De acuerdo al autor del libro “Diseño y Desarrollo de la Metodología de la Investigación (HERNANDEZ, 2009) dice: el método inductivo es un proceso de crecimiento que inicia por la investigación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a consumaciones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones similares a la observación. Es decir la inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación, es por ello que conlleva a un análisis minucioso y coherente del problema de investigación.

2.4.2 Método analítico

Hernández”, dice que permite al investigador conocer la realidad, y se la puede obtener a partir de la identificación de las partes que conforman el todo o como resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad, iniciando siempre con los elementos más simple y fáciles y así ir accediendo poco a poco.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 Entrevista

A entrevista es muy importante en el desarrollo de la tesis ya que es una técnica que permite obtener información directa, además también es prioritario ya que es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudios fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto.

Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario ya que permite obtener una información más completa, a través de ellas el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite, si hay interpretación errónea de las preguntas, permite aclarar situaciones asegurando una mejor respuesta. También podemos decir que la entrevista está relacionada directamente, es por ello que se puede contar con una apreciación similar con voces de información que no se transmite con un solo sentido, si no en ambos por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador.

Sin lugar a duda además una entrevista no solo es una estrategia para recoger información, si no que dichas informaciones contribuye a la realización de investigaciones diagnosticadas que además permite la búsqueda de soluciones puntuales en el ámbito de una investigación, en si la entrevista es una estrategia útil y necesaria en la investigación, es por ello que es muy utilizada ya que ayuda concretar inquietudes e interrogantes y analizarlos entre sí.

2.5.2 Encuesta

La encuesta es una habilidad destinada a alcanzar datos de varias personas cuyas opiniones interpersonales interesan al investigador, para ello a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos a fin de que las contesten equivalentemente por escrito denominado en si cuestionario.

Es interpersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, además es una técnica aplicable ya que con la entrevista en si llevaremos a puntos de mucha relevancia para el desarrollo de las opiniones de quienes la potestad de responder a estas interrogantes.

La investigación por encuesta es estimada como una rama de la exploración social científica orientada a la apreciación de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras específicas de la misma, se caracteriza por la selección de testimonios orales o escritos, inducidos y dirigidos en el propósitos de investigar hechos, opiniones, la investigación por encuesta es un procesamiento de colección de datos en los cuales de defienden privativamente grupos de individuos que dan respuestas a un numero de preguntas concretas, obteniendo así respuestas favorables o no favorables pero de acuerdo al objetivo del investigador.

2.6 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El éxito de una exploración, además de la plena individualización de las variables, la correcta enunciación de la hipótesis, la estrategia proporcionada para probar dichas hipótesis, etc., obedece de la calidad de los materiales de investigación de datos, de ahí que resulta muy significativo que el investigador asuma esta tarea con el mayor compromiso posible.

Esto quiere decir que el investigador debe inquietar en cuidar que los instrumentos que elabora para acopiar los datos, posean caracteres básicos y necesarios. Si un instrumento no posee las cualidades excusados, la investigación puede patrocinar un sesgo peligroso y se puede llegar a lo que los expertos designan, resultados espurios o desatinados en una investigación.

2.6.1 Guión de entrevista

La entrevista es una forma de conocer más sobre un tema o sobre una persona y que se realiza mediante una serie de preguntas, según la información que se quiera obtener de una persona (entrevistado). Escribir un guion para una entrevista puede parecerse simple, pero hay muchos más que solo escribir una serie de preguntas, es importante un buen guion de entrevista con un balance entre preguntas directas, preguntas de seguimiento y otros posibles temas que pudieron seguir durante la entrevista.

La clave para que se realizara esta investigación deben ser con las preguntas adecuadas y además prepararse desde que se comienza la entrevista, es por ello que desde antes de realizarlas hay que elaborar de acuerdo al ámbito que quiere obtener información, muchas veces se hace un guion de entrevista pero no obtiene resultados veraz, realizando de manera precisa, clara y concisa, con la única finalidad de obtener información real.

2.6.2 Cuestionario

La encuesta se realizó en función de un cuestionario, siendo este un documento básico para obtener la información de la investigación o del plan de negocios que se está realizando. El interrogatorio de la investigación o del plan de negocios que se está realizando, es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente y organizadas, secuenciadas y ordenadas de acuerdo y planificadas con un concluyente perfil de profesionalismo en cuanto al investigador.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 Población

Según (ORTIZ, 2009) Dice: que el subconjunto de unidades o elementos claramente definidos por las características que posee, consiente un todo y puede ser el sujeto, empresa, países, ciudades, etc. Pues después es que se extrae de ese gran grupo de muestra.

Dado que la población obtenida es 17.234 habitantes de la Parroquia Colonche considerando a sus Comunas, se consideró como población la muestra aleatoria simple, para el cual estadísticamente se aplica la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

(Calero , 2011) Dice: En la práctica no nos interesa el individuo o elemento de la población seleccionado en general, sino solo una característica que mediremos u observaremos en él y cuyo valor será el valor de una variable aleatoria que en cada individuo o elemento de la población puede tomar.

Un valor será un elemento de cierto conjunto de valores de variables y aleatorias se puede descifrar como un conjunto de valores de variables aleatorias de cada una de las cuales tiene la misma colocación que es llamada distribución poblacional.

El universo está conformado por toda la población de la Parroquia Colonche, personas entre las edades de 18 a 70 años de edad, se detallan en la tabla por sexo y edades, esto con el fin de tener un resultado preciso para los estudios respectivos de este plan de negocios, saber cuál será la viabilidad para la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”.

Cuadro 3 Población de la Parroquia Colonche

GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	CANTIDAD
18 – 27 años	2.818	2.563	5.381
28 – 37 años	2.355	2.258	4.613
38 – 47 años	1.652	1.503	3.155
48 – 57 años	1.141	1.133	2.274
58 – 70 años	961	850	1.811
TOTAL	8.927	8.307	17.234

Fuente: INEC

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 4 Población de colonche por sexo

<u>SEXO</u>	<u>NUMERO</u>
HOMBRES	8.927
MUJERES	8.307
TOTAL	17.234
MUESTRA	376

Fuente: INEC

Elaborado por: Karina Rodríguez

2.7.2 Muestra

Se utilizó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra aleatoria simple y en cuanto a la población en estudios realizados es finita, es decir se conoce cuantos elementos o habitantes tiene la población o universo de estudio, es este caso la población de la Parroquia Colonche es de 17.234 de edades entre los 18 a 70 años de edad.

Fórmula

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

Detalles

n = Muestra Aleatorio Simple

N= Universo o población

p= Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.5)

q= Probabilidad de no ocurrencia (50% = 0.5)

Z= Nivel de confianza deseado (95%= 1.96 desviaciones estándar)

E= Límite aceptable de error muestral (5%)

Datos:

N= 17.234 personas

p= 50%= 0.5

q= 50%= 0.5

Z= 95%= 1.96

E= 5%= 0,05

Fórmula con respuesta.

$$n = \frac{17234(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(17234 - 1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{17234(0,25)(3,84)}{(17233)(0,05)^2 + (0,25)(3,84)}$$

n = 376 Encuestados

(LIND , 2008) Dice: básicamente una población o universo es el conjunto de todos los posibles individuos, objeto o medidas de interés.

El tamaño del universo a estudiarse para la encuesta a realizarse es de 376 dentro de la Parroquia Colonche.

Cuadro 5 Resumen de la muestra

Denominación	No. De muestra	Instrumento
Población de la parroquia Colonche	376	Encuesta
Directivos y empleados de la Microempresa	5	Entrevista

Fuente: Fórmula de la muestra Aleatoria Simple.
Elaborado por: Karina Rodríguez

2.8 PROCESAMIENTOS Y PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.8.1 Procedimiento

Se realizó a través de la planificación de las actividades necesarias para el cumplimiento de la investigación, se elige la documentación que conformara el marco conceptual para definir las categorías principales, subcategorías y dimensiones de cada una. Los pasos que se han seguido en este plan de negocios son de precisión, ya que con ello podemos regirnos a los pasos correctos y seguir el proyecto de la microempresa de confecciones.

- Búsqueda de información, para práctica de este plan de negocios, se llevó a cabo un análisis de un problema.
- Identificación y análisis de la problemática, Se encontró que es la microempresa de Confecciones de prendas de vestir “Mishell”, falencias en su capacidad de producción.
- Selección del problema, una vez detectada la problemática se procedió a la realización de la justificación.
- Justificación del estudio de la investigación, se efectuó las siguientes justificaciones: justificación teórica, metodológica y práctica para la investigación.
- Planteamiento de objetivos, de acuerdo a lo expuesto y analizado de la problemática, se plantea que es factible la realización de un plan de negocios.
- Planteamiento de la hipótesis y desarrollo de la Operacionalización, en este sentido se desarrollaron las variables dependientes y las independientes.
- Formulación de los instrumentos de la investigación, se efectuaron y plasmaron las respectivas preguntas de acuerdo a la Operacionalización de las variables.
- Construcción del marco teórico, en este aspecto se caracterizan las diferentes teorías de lo que pretende en el plan de negocios.
- Diseños de la metodología de la investigación, con el diseño de la metodología se tomó como punto principal, las falencias como la escases de maquinarias para una mayor producción de prendas de vestir.
- Aplicación de los instrumentos, de acuerdo a los análisis realizados se tomaron en cuenta los instrumentos de la investigación básica como las encuestas y las entrevistas.
- Recolección de información, se recolecto la información necesaria aplicando los instrumentos de la investigación requerida.

2.8.2 Procesamiento

- Tabulación y codificación de la información (Datos). Para conocer las opiniones directas de los directivos de la empresa, es necesario la práctica de las mismas, además también se llevó a cabo las diferentes encuestas a la población.
- Elaboración de las tablas o cuadros. De acuerdo a la información recolectada en las encuestas se llevara a cabo las tabulaciones en cuadros, y así saber el porcentaje real de las investigaciones.
- Utilización de los datos. Se llevara a cabo un análisis de las encuestas y las entrevistas realizadas para así conocer el grado de respuestas que la población ha dado a las preguntas.
- Análisis e interpretación de los resultados. Después de haber recolectado la información se harán los respectivos análisis para detectar el porcentaje de acuerdo a las investigaciones realizadas en los cuestionarios.
- Comprobación de hipótesis. Se analizara la hipótesis con los problemas encontrados.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones. Se realizaran conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los resultados de la investigación de campo.
- Diseño de la propuesta. Se realizara un estudio, es decir el plan de negocios plasmados en teorías para verificar la factibilidad de la misma, dándoles la opción para la ejecución de la misma.
- Elaboración y entrega del informe final. Se tiene que hacer el informe completo y la entrega de la misma.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Después de haber seleccionado la metodología con la que el trabajo es decir el proyecto se va a realizar, es necesario que el mismo se determine los instrumentos a utilizar como la encuesta y la entrevista es por ello que se pasa a desarrollar la muestra de las mismas por medio de los instrumentos ya especificados.

Las encuestas en sí, están desarrolladas de acuerdo al ámbito de la microempresa de confecciones “Mishell” con el objeto de descubrir las necesidades de los clientes y no clientes, estudiándolas así minuciosamente implementarlas en el proyecto, además con la entrevista a los directivos y empleados de la microempresa se verá las necesidades básicas de la industria.

Se elaboraron un total de 376 encuestas de acuerdo a los datos específicos en las formula del muestreo aleatorio simple, con el objetivo de obtener información verídica, es decir real que sirva de base para conseguir los cálculos estadísticos.

Cuadro 6 Instrumentos utilizar

N°	INSTRUMENTOS	DIRIGIDA A
1	Guión de Entrevista	Personal y Directivos
2	Ficha de Encuestas	Población

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

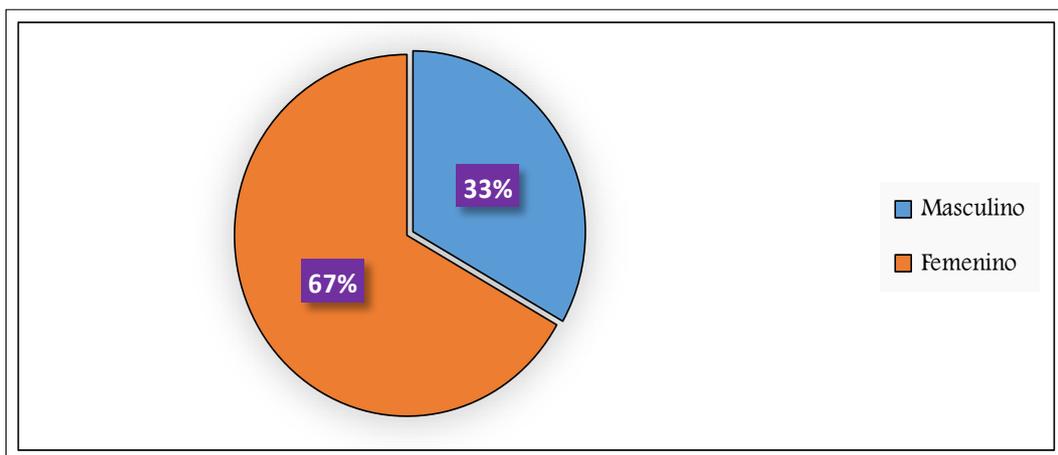
Tabla 1 Género de los encuestados

Alternativas	Personas Encuestadas	Porcentaje
Masculino	125	33%
Femenino	251	67%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 3 Género de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Con relación al género de los encuestados se puede observar que fueron encuestados 125 hombres y 251 mujeres que hacen un total de 376, del total de la muestra lo que nos denota que la mayor parte de la población encuestada fueron mujeres, esto es con el fin de ver cuál es la mayor cantidad de personas quienes se pudo realizar la encuesta y en este caso fue al género femenino ya que son las mujeres quienes con más frecuencia se encuentran en los hogares y que con mayor facilidad pueden contestar preguntas de este tipo.

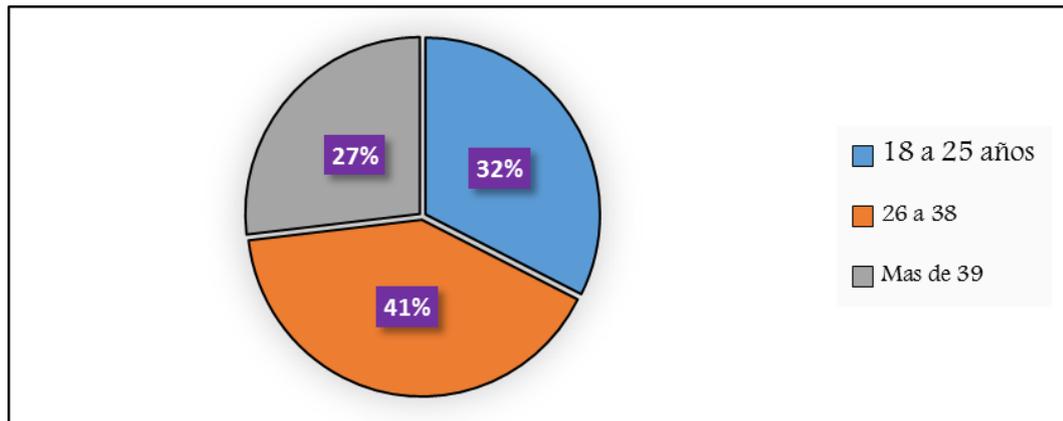
Tabla 2 Edad de los encuestados

Alternativas	Personas Encuestadas	Porcentaje
18 a 25 años	122	32%
26 a 38	153	41%
Más de 39	101	27%
Total	376	100%

Fuentes: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 4 Edad de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborador por: Karina Rodríguez

Según los datos obtenidos en esta sección podemos observar que el mayor número de encuestados tiene 26 a 38 años de edad, lo cual nos representa que si hay un número mayor de demanda entre las mismas respectivamente y denota que son las que con más concurrencia adquirirían particularidades de productos, seguido de personas entre las edades de 15 a 25 y 39 en adelante, la encuesta en cuanto a la edad de las personas a quienes fueron encuestados es con el fin de conocer a que específicamente en cuanto a las edades la empresa debe enfocarse más.

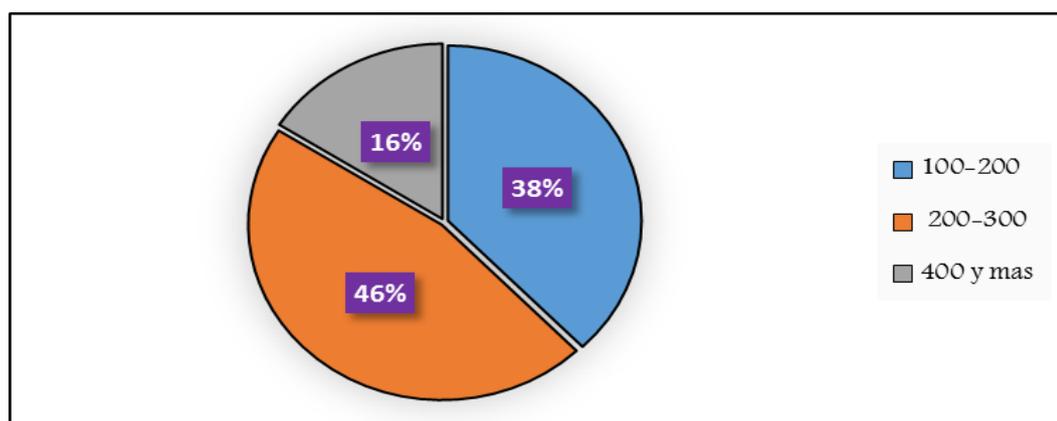
Tabla 3 Ingreso de los encuestados

Alternativas	Personas Encuestadas	Porcentaje
100-200	142	38%
200-300	174	46%
400 y mas	60	16%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 5 Ingreso de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Al observar la tabla y el gráfico de los datos recolectado y representado se determina que el ingresos económicos aproximado es de 200 a 300 dólares lo que denota que muchas de las personas encuestadas gana el sueldo básico unificado; además la población de Colonche gana entre los 100 a 200 por no obtener un trabajo estable, 400 y más a personas de que cuentan con un sueldo fijo, de acuerdo a la encuesta realizada esto nos denota que existe un alto grado de posibilidades que clientes acepten productos de la microempresa ya que la mayoría de los cuales afirmo que su sueldo es de 200 a 300 dólares.

1. ¿Compra Ud. generalmente prendas de vestir?

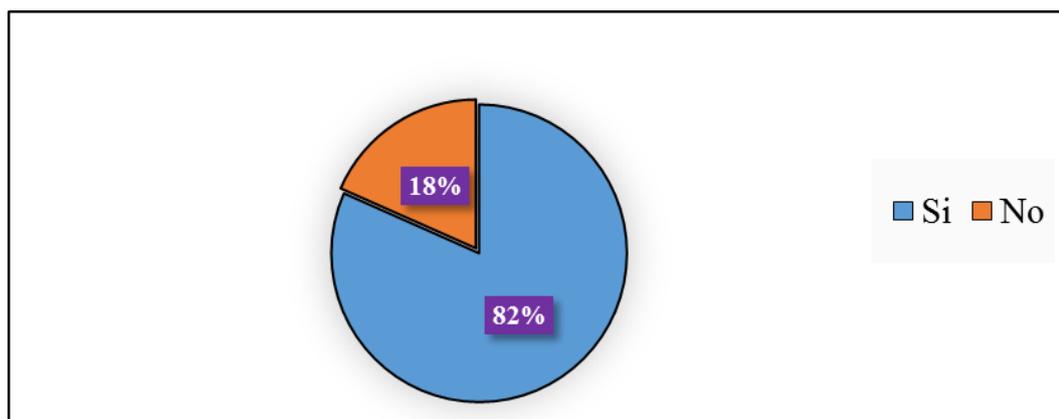
Tabla 4 Periodo de compra

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
1	Si	306	82%
	No	69	18%
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 6 Periodo de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De acuerdo a la encuesta indican que compran generalmente prendas de vestir la mayoría de las personas en si un total de 306 personas, mientras que 69 personas dicen que compran prendas de vestir por temporada, fechas especiales, entre otras. Además en cuanto a la microempresa de confecciones “Mishell” denota que si hay la suficiente demanda de la que la microempresa debe fijarse y enfocarse y que adquiera los productos con frecuencia, ya que son ellos los que han confirmado que compran prendas en diversidades de tiempos y más aún cuando se trata de fechas especiales.

2. ¿Qué clase de prendas adquiere Ud. más?

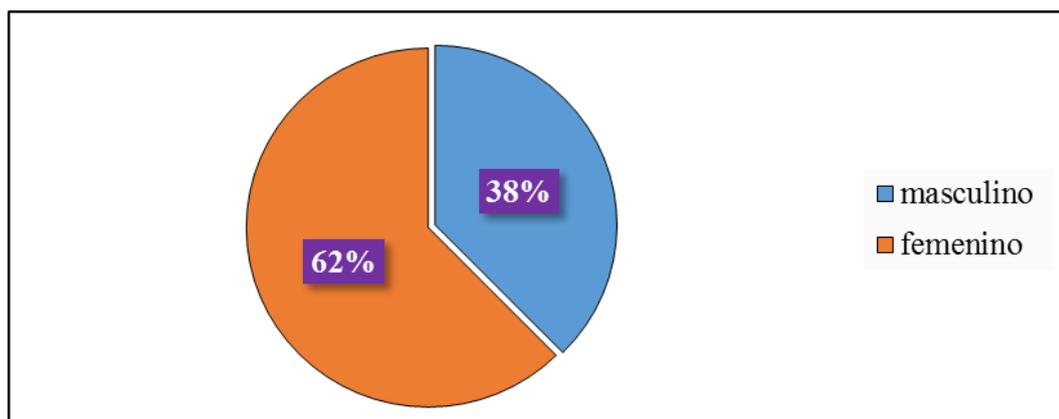
Tabla 5 Clases de prendas

Ítem	Alternativas	Personas Encuestadas	Porcentaje
2	Masculino	141	38%
	Femenino	234	62%
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 7 Clases de prendas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Del total de los encuestados (375) dijeron se adquiere por lo general más ropa femenina por la moda, temporada y las tendencias en las mujeres, mientras que en cuanto la ropa masculina 141 dijeron que la adquieren. Esto quiere decir que la mayoría de las personas por lo general las mujeres adquieren las prendas de vestir en su mayor totalidad en mujeres ya que son las amas de casa y en general son las que siempre les gusta vestir a la moda de prendas que día a día salen al mercado, y que a las gran mayoría femenino por lo general las adquieren.

3. ¿Generalmente cada que tiempo compra Ud. prendas de vestir?

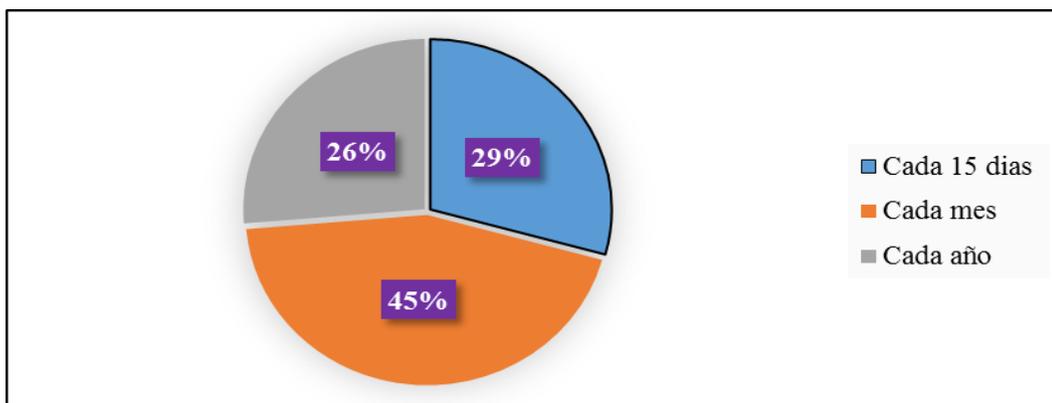
Tabla 6 Periodo en las que adquiere las prendas

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
3	Cada 15 días	110	29%
	Cada mes	166	45%
	Cada año	99	26%
	Otras- cuales	0	0
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 8 Periodo de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De los encuestados contestaron las 166 personas que cada 15 días adquieren prendas de vestir; mientras que 110 dijeron que compran cada mes y 99 cada año. Es por ello que la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, sus clientes estarían de acuerdo en comprar mensualmente, ya que en nuestra población la mayoría de las personas que laboran en empresas o instituciones públicas y privadas compran sus productos en estos tiempos ya que ellos debitan su dinero de dicha compañía los fines de cada mes.

4. ¿Al adquirir un producto que busca Ud.?

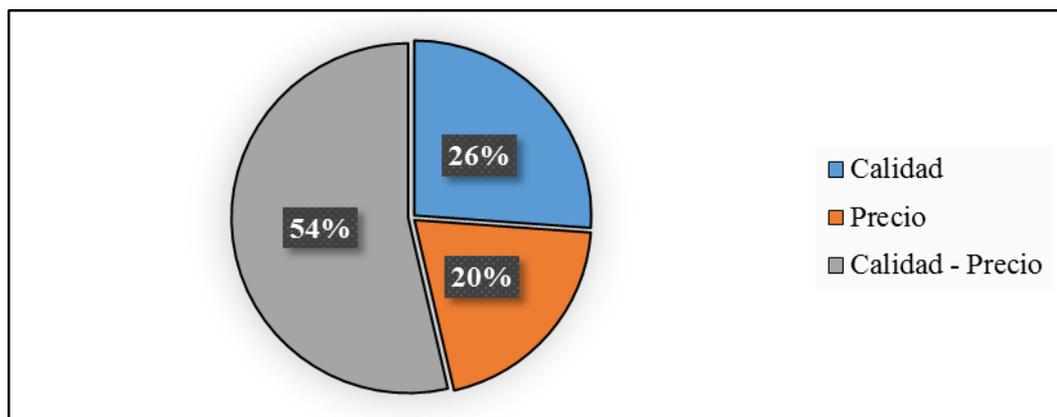
Tabla 7. Preferencia de compra

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
4	Calidad	98	26%
	Precio	76	20%
	Calidad – Precio	201	54%
	Calidad-Calidez - Precio	0	0
	Otras opciones	0	0
	Total		375

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 9 Preferencia de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Del total de los encuestados en 201 personas mostraron un interés en cuanto al adquirir sus prendas en que la calidad y el precio son los más importantes; mientras que 98 personas toman en cuenta la calidad; y 76 solo toman en cuenta el precio. Con esto la microempresa puede adjuntar y mejorar el servicio de acuerdo a la calidad y precio que los clientes actuales desean en sus compras, es decir que en la microempresa se captarían más clientes en corto tiempo, ya que los clientes se guiaran por los servicios que ellos mismos han observado y que desean.

5. ¿Lo más importante para Ud. con relación al precio es encontrar ropa con?

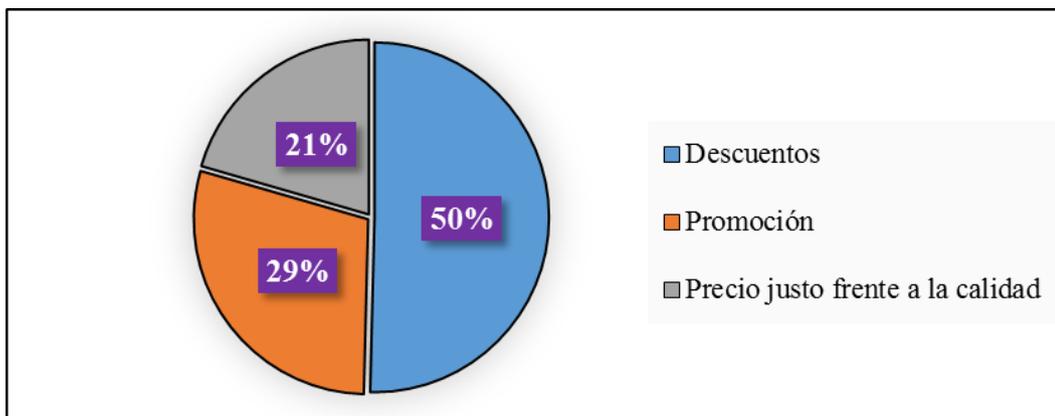
Tabla 8 Relación al precio

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
5	Descuentos	189	50%
	Promoción	109	29%
	Precio justo frente a la calidad	77	21%
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 10 Relación al precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De acuerdo a la encuesta realizada 189 de las personas encuestadas dijeron que lo más importante al adquirir una prenda con relación al precio es encontrar descuentos; 109 dijeron que las promociones también serían factibles; y el 77 contestaron que el precio justo frente a la calidad es prioritario también. Nos denota que como toda empresa para captar clientes da una serie de servicios y la microempresa de confecciones también lo tomaría en cuenta ya que con ello captaría la mayor parte de clientes y las promociones y precios cómodos.

6. ¿A que ciudad se dirige cuando compra ropa?

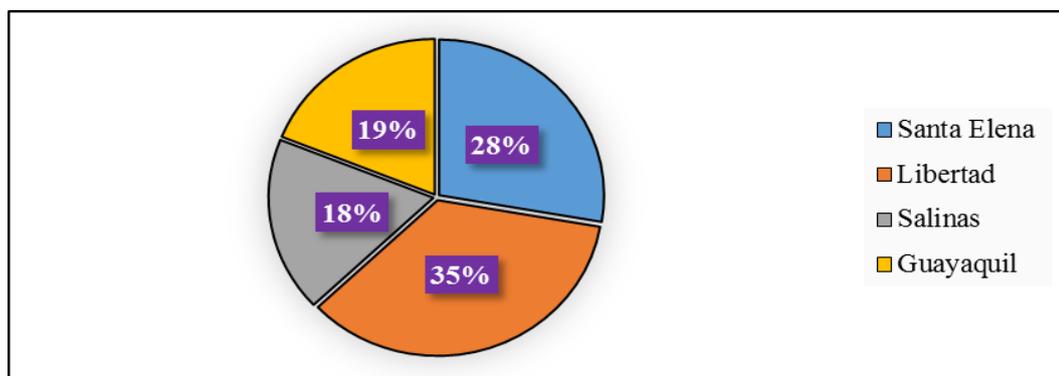
Tabla 9 Lugar de compra

Ítem	Alternativas	Personas Encuestadas	Porcentajes
6	Santa Elena	104	28%
	Libertad	132	35%
	Salinas	68	18%
	Guayaquil	71	19%
	Otros	0	0
	Total		375

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 11 Lugar de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

En cuanto al lugar el 132 de las personas encuestadas afirman que acuden a la adquisición de sus prendas a la Ciudad de la Libertad; 104 acude a comprar ropa a la Ciudad de Santa Elena; mientras que el restante acude a comprar sus prendas de vestir a las Ciudades de Salinas y Guayaquil. En cuanto al lugar la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, tendría la oportunidad de atraer clientela ya que sería la única microempresa de la zona, y sin necesidad de viajar a otras ciudades puede adquirirlas con facilidad en la misma.

7. ¿Compraría Ud. prendas de vestir confeccionadas en la misma zona?

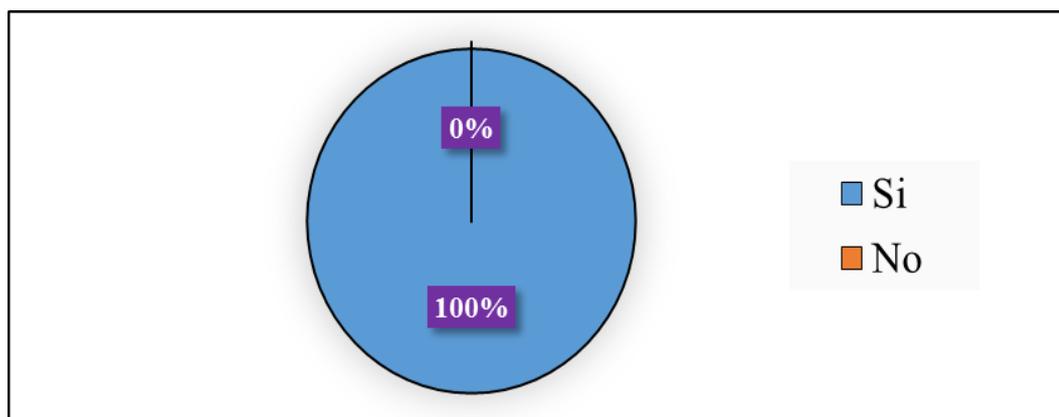
Tabla 10 Compraría prendas en la zona

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
7	Si	375	100%
	No	0	0
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 12 Compraría prendas en la zona



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De los encuestados (376) afirmaron que sería factible y cómodo comprar sus prendas de vestir en la misma zona, ya que facilitaría la adquisición y ayudaría que la misma se desarrolle como una empresa dentro de la Comunidad. De acuerdo a esta interrogante efectivamente denota que las personas o posibles clientes comprarían prendas confeccionadas en la misma zona, ayudando así a que la comunidad también se desarrolle, y que los clientes se sientan satisfechos en cuanto al servicio brindado por la microempresa de confecciones “Mishell”.

8. ¿En donde compraría las prendas de vestir que sean confeccionadas en la misma zona?

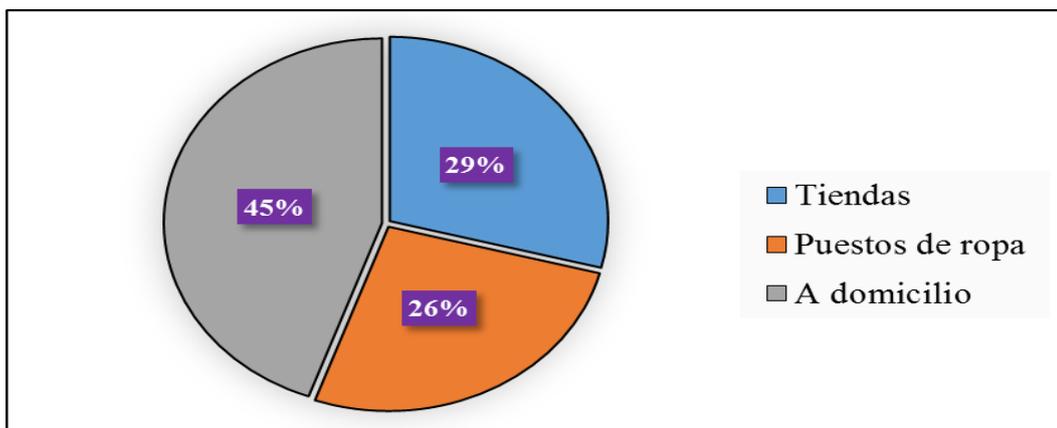
Tabla 11 Lugar en las que adquiriría las prendas

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
8	Tiendas	109	29%
	Puestos de ropa	99	26%
	A domicilio	167	45%
	Otros	0	0
	Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 13 Lugar en la que adquiriría las prendas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

El 45% de las personas encuestadas concluyen que les gustaría adquirir las prendas a domicilio; el 29% dijeron que adquirirían sus prendas en tiendas; mientras que el 26% comprarías sus prendas de vestir en puestos de ropa. La mayoría de los posibles clientes de la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, optan por compran sus prendas a domicilio, es decir en el mismo almacén ya que encontrarían variedades y de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

9. ¿Cree Ud. que debería existir una empresa de confecciones de prendas de vestir en la Parroquia Colonche?

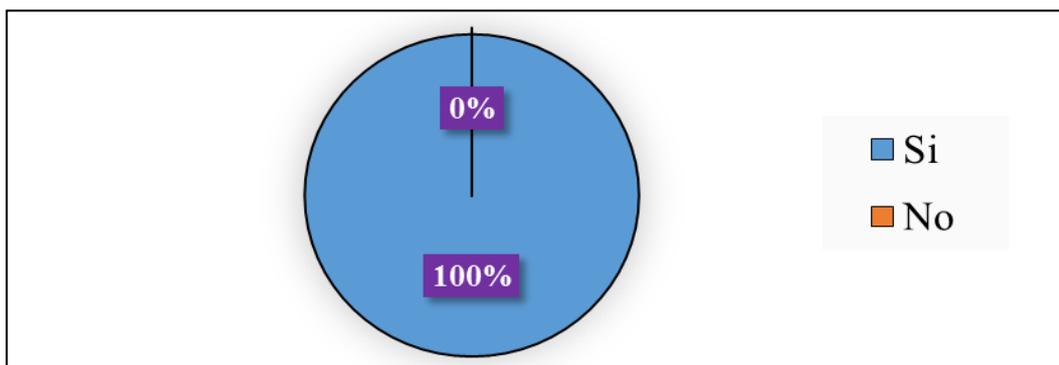
Tabla 12 Existencia de microempresa en la zona

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
9	Si	376	100%
	No	0	0
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 14 Existencia de microempresa en la zona



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Del total de las personas encuestadas (376) afirmaron que si debe existir una microempresa en la Parroquia Colonche, ya que ayudaría al desarrollo y a nuevas fuentes de empleo en la zona. Con esta afirmación de acuerdo a la encuesta realizada a las personas de la Parroquia Colonche, denota que están totalmente de acuerdo que exista una microempresa de confecciones de prendas de vestir en la zona, ya que facilitaría la adquisición de sus necesidades con mayor facilidad y a descuentos especiales que toso cliente requiere.

10. Estaría Ud. dispuesto a ser un posible cliente de la empresa de confecciones de prendas de vestir, si esta tomaría en consideración sus requerimientos?

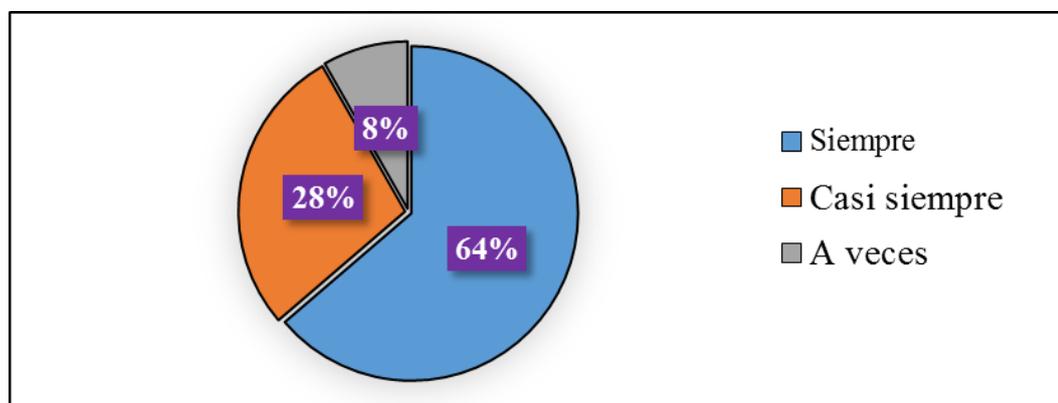
Tabla 13 Seria cliente de la microempresa

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
10	Siempre	239	64%
	Casi siempre	105	28%
	A veces	32	8%
	Nunca	0	0
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 15 Seria cliente de la microempresa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De los encuestados 239 dijeron que siempre sería clientes de la microempresa de ubicada en la zona; mientras que 105 personas concluyeron que sería clientes casi siempre; y 32 dijeron que a veces. Estas cifras demuestran que para la expansión y desarrollo de la Microempresa en la zona si sería rentable ya que existiría un porcentaje mayor a la demanda esperada, captando a los clientes y comunicándoles por medio de la publicidad y por otros medios también del Marketing.

11. ¿Conoce Ud. la microempresa de prendas de vestir “Mishell”?

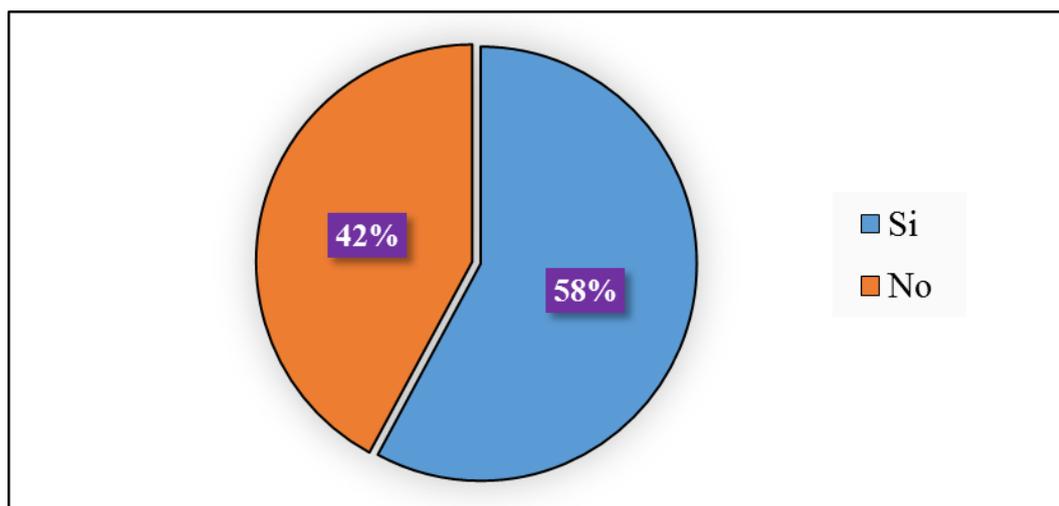
Tabla 14 Conoce a Confecciones “Mishell”

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
11	Si	55	58%
	No	40	42%
	Total	95	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 16 Conoce confecciones “Mishell”



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Afirmaron 55 personas que conocen a la Microempresa de Confecciones de prendas de vestir “Mishell”; mientras que 40 concluyeron que aún no conocen a la Microempresa de confección de prendas de vestir. Esto quiere decir q a la microempresa aún le falta en cuanto a las publicidades de sus productos, ya que de acuerdo a eso obtendría y captaría a más clientes, y que por lo general seria de la Parroquia Colonche, es por ello que el marketing será imprescindible para la expansión de la microempresa.

12. ¿Ha comprado Ud. en la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”?

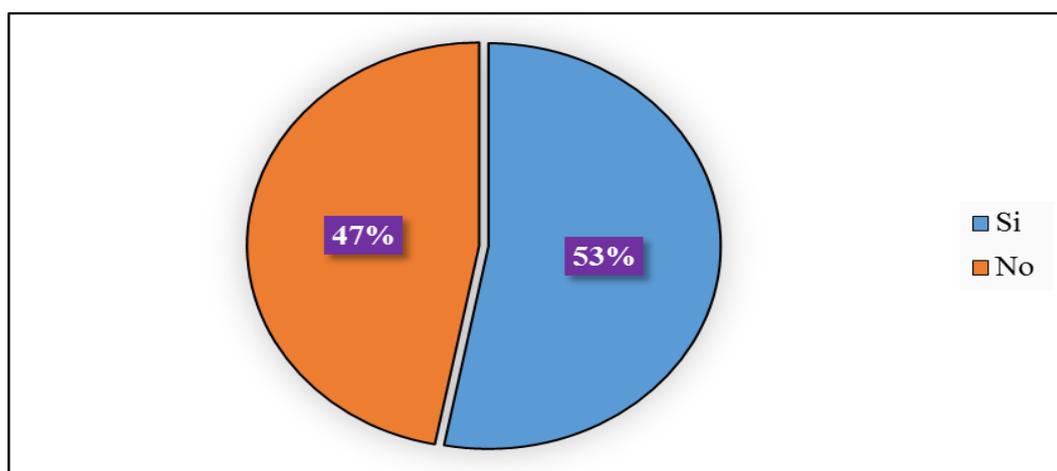
Tabla 15 Ha adquirido prendas en confecciones “Mishell”

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
12	Si	199	53%
	No	177	47%
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 17 Ha adquirido prendas en confecciones “Mishell”



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De las personas encuestadas 199 dijeron que si han comprado en la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”; mientras que 177 dijeron que aún no han sido clientes de la Microempresa. Esto quiere decir que si hay un porcentaje que si ha adquirido sus productos en la Microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”, el porcentaje que falta con publicidades, promociones, garantía en sus productos y el servicio personalizado podría llegar a ser los clientes que la Microempresa requiere.

Para los que contestaron si conocen: pregunta 11

13. ¿La ropa que vende la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” que le parece?

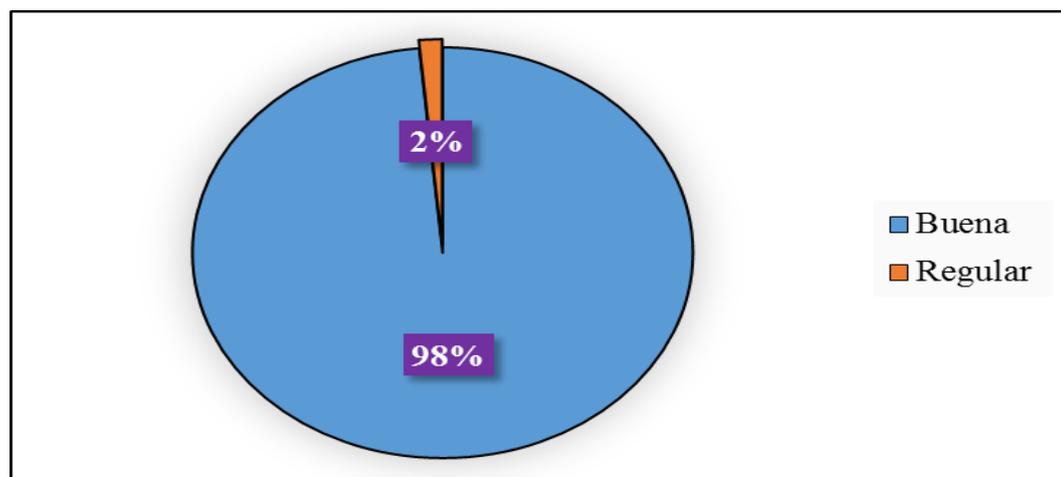
Tabla 16 Calidad de la prendas

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
13	Buena	197	98%
	Regular	3	2%
	Mala	0	0%
	Total	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 18 Calidad de las prendas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De acuerdo a 198 personas que contestaron la pregunta anterior que han adquirido sus productos el 2 contestaron que las prendas de vestir que vende la Microempresa “Mishell” son buenas; mientras que el 2% contestaron que son regular. Este porcentaje nos quiere decir que la demanda que se ha cubierto hasta la actualidad, dice que las prendas que has adquirido hasta hoy han sido buenas, es por ello que la microempresa de confecciones, concluye que al cliente que se captara será con los estándares más altos entre calidad y precio en sus productos.

14. ¿De las siguientes características de la microempresa cual es la más importante para Ud.?

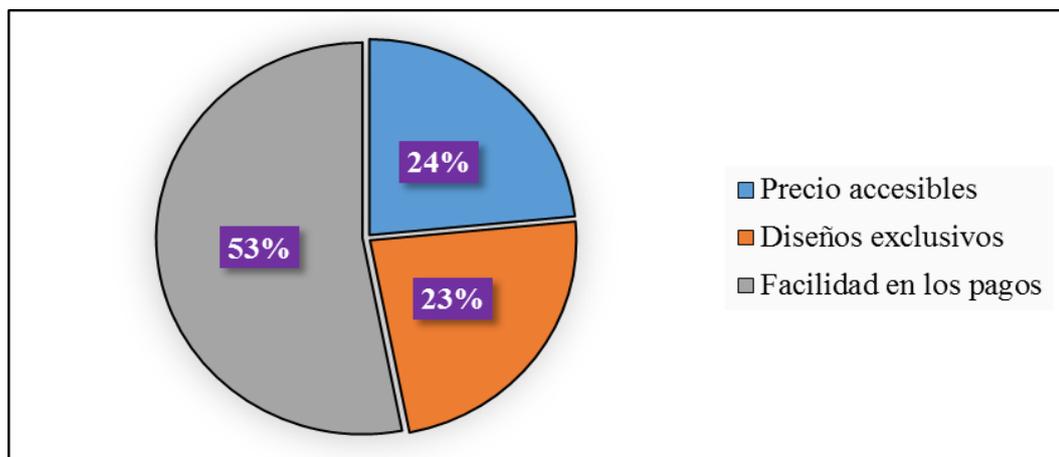
Tabla 17 Características del producto

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentajes
14	Precio accesibles	89	24%
	Diseños exclusivos	88	23%
	Facilidad en los pagos	199	53%
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 19 Características del producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

En cuanto a la característica más importante que el cliente requiere en cuanto a la adquisición de productos frente a la Microempresa, 199 afirmaron que facilidad en los pagos es prioritario; y el restante concluyó que precios accesibles y diseños exclusivos son características que la empresa debe tomar en cuenta. Esto quiere decir que la microempresa de confecciones de prendas de vestir para alcanzar ventas y captar clientes es necesario que dé a sus clientes fijos felicidades en los pagos ya que eso es lo que los clientes han mencionado.

15. ¿Compraría Ud. en la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho?

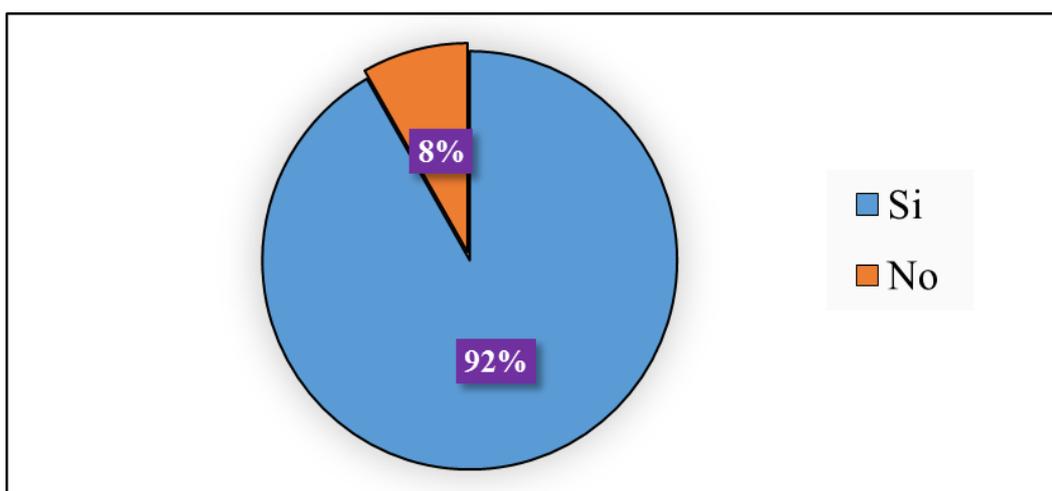
Tabla 18 Compraría en confecciones “Mishell”

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
15	Si	345	92%
	No	31	8%
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 20 Compraría en confecciones “Mishell”



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

De los encuestados 345 afirmaron que si comprarían prendas de vestir en la microempresa de confecciones “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho tomando en cuenta las características anteriores, mientras que 31 personas dijeron que no comprarían. Es decir que a los clientes nuevos se los captará por medio de publicidad y además por los servicios que los clientes mismos has señalado y ofreciendo el servicio personalizado que se desea en toda empresa y en general a expandirse y desarrollarse por medio de los clientes potenciales que se desea fidelizar.

16. ¿Que otro servicio le gustaría que ofreciera la empresa?

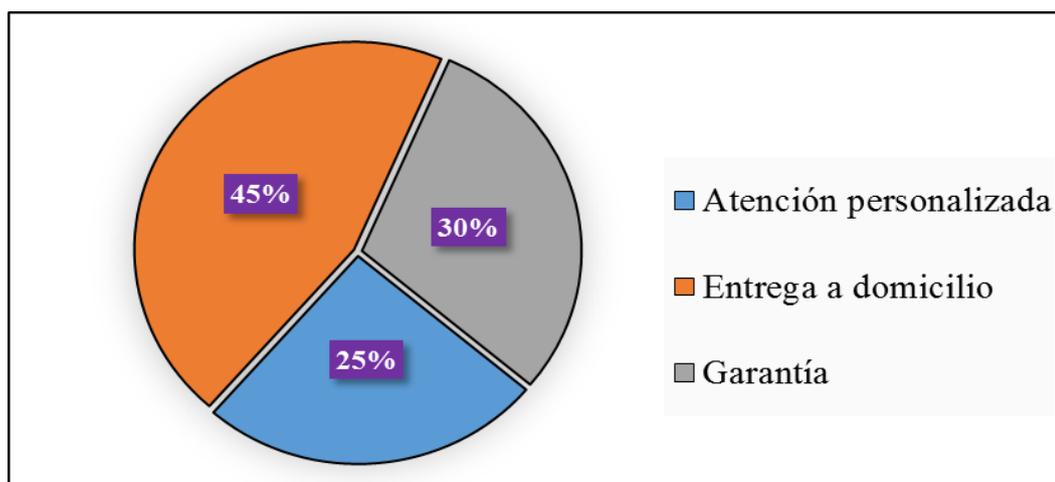
Tabla 19 Servicio adicional

Ítem	Alternativas	Personas encuestadas	Porcentaje
16	Atención personalizada	95	25%
	Entrega a domicilio	169	45%
	Garantía	112	30%
	Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

Gráfico 21 Servicio Adicional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

En cuanto al servicio adicional que la Microempresa desea adicional, 169 de los encuestados dijeron que les gustaría que la Microempresa realice las entregas a domicilio; mientras que 112 dijeron que la debería dar garantías en cuanto al producto; seguido de 96 personas que les gustaría una atención personalizada. En cuanto a esta interrogante los clientes potenciales supieron mencionar otro de los servicios que a todos consumidor le gustaría recibir es el de entregar a domicilio los productos o las prendas con el empaque o precio respectivo.

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Entrevista realizada a los gerentes de la microempresa de confecciones “Mishell”

1) Capacitaciones a los empleados

Mediante la entrevista se detalló que los empleados de la microempresa confecciones de prendas de vestir “Mishell” no han recibido capacitaciones colectivas fuera de microempresa, es decir que las reciben por otras instituciones pero sin embargo si ha recibido capacitaciones por parte de los gerentes encargados de la misma, ya que es muy importante el conocimiento eficiente y eficaz de los empleados para confeccionar prendas de vestir de alta calidad.

2) Características principales de la microempresa

En cuanto a la entrevista realizada en la microempresa de confecciones de prendas de vestir de la Comuna Bambil Deshecho, los propietarios de la misma dijeron que su principal objetivo siempre fue implementar una empresa de esa índole, es por ello que teniendo la base es decir el conocimiento y algunos recursos básicos que se necesitaban empezaron a crearla, y es por ello que ahora quieren expandirse.

3) Adquisición de financiamiento

Indican que si están en total de acuerdo, desean expandirse por medio de la publicidad y además adquirirán maquinarias sofisticadas artesanales, materia prima e insumos a proveedores fijos, y abrirán locales comerciales con la que se darán a conocer lo que se produce a los clientes, buscando crear uno de los grandes comerciales de la Ruta del Spondylus y en general de la Provincia de Santa Elena.

4) Proceso de la producción

- Diseño, se escoge el diseño del cliente
- Se escoge y se clasifica el material a utilizar.
- Se realiza el trazo de acuerdo al modelo con moldes.
- Se hace el corte respectivo
- Se cose el básico
- Acabado final (coser)
- Y planchar.

5) Principales puntos de distribución

La distribución se la realizara en tiendas comerciales, centros comerciales, y se receptaran pedidos al por mayor y menor, entrega a domicilio.

6) Marketing

Comentaron que actualmente no se han realizado publicidades de mayor rango pero sin embargo si tienen un distintivo como empresa, y además tarjetas de presentación para clientes y no clientes.

7) Inconvenientes de la microempresa

Los mayores inconvenientes que hasta hoy han tenido en la microempresa es la falta de maquinarias artesanales sostificadas ya que con las que cuentan no son suficientes, además que no cuentan con un proveedor fijo para la adquisición de la materia prima al por mayor, y locales comerciales para exhibición, es por ello que el financiamiento será una de las alternativas para poder exponerse al mercado y específicamente a los cliente, llevando a la misma un producto de calidad óptima a los consumidores de la Parroquia Colonche.

8) El mercado

Recalaron el ala entrevista realizada les gustaría verse como la microempresa líder en el mercado en el ámbito de la confección de prendas de vestir, actuando de manera directa con el cliente, actuando competitivamente ante el sector económico.

9) Competidores

En cuanto a los competidores en la actualidad solo existe una asociación en esta Comunidad pero no están produciendo, es por ello que no habría inconvenientes, pero si existen modistas que trabajan independientemente pero que solo trabajan por pedidos.

10) Estrategia para el servicio al cliente

- ✚ Entrega a domicilio
- ✚ Atención personalizada
- ✚ Garantías por sus compras
- ✚ Descuentos especiales a clientes fijos

Entrevista a los empleados de confecciones “Mishell”

1) Capacitaciones

De acuerdo a la entrevista realizada a los empleados de la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”, concluyeron que por el momento aún no han recibido capacitaciones por otras instituciones de la Ciudad. Pero si han recibido capacitaciones dentro de la microempresa por parte de los directivos ya que antes de empezar la jornada siempre tenemos charlas, y cada cierto tiempo tenemos una capacitación interna con todos en confecciones “Mishell”.

2) Características principales de la microempresa

De acuerdo a los entrevistados, afirmaron que la idea de los directivos surgieron por la necesidad surgida en esta comunidad y la capacidad que existía en modistas para ponerla en marcha, y por supuesto de darnos empleo, es por ello la idea la hicieron realidad y ahora somos parte de ella.

3) Adquisición de financiamiento

Los empleados supieron decir de acuerdo a la adquisición de financiamiento por parte de la microempresa en la que ellos laboran, que si hace mucha falta ya que existe la falencia de maquinarias sofisticadas y la materia prima de calidad para un excelente acabado de las prendas. Además para ampliación del lugar de trabajo y mayor comodidad para producir.

4) Proceso de producción

- Diseño, se escoge el diseño del cliente
- Se escoge y se clasifica el material a utilizar.
- Se realiza el trazo de acuerdo al modelo con moldes.
- Se hace el corte respectivo
- Se cose el básico
- Acabado final (coser)
- Y planchar.

5) Principales puntos de distribución

Comentaron que la distribución se la realizara en tiendas comerciales, centros comerciales, y se receptaran pedidos al por mayor y entrega a domicilio. Así como han mencionado los directivos de la microempresa es cierto que a pesar de ser Comunidades pequeñas tenemos muchos contactos y podemos ayudar a que ellos también sean unos de los clientes que ya tenemos.

6) Marketing

La microempresa no ha tenido mayores publicidades para promocionar al producto que se ofrece, pero sin embargo ha tenido acogida en cuanto a la venta, por los contactos que mantenemos con personas de entidades, han tenido invitaciones a casas abiertas, entregando tarjetas de presentación.

7) Inconvenientes de la microempresa

Las falencias e inconvenientes son unos de los recursos que nos faltan en la microempresa, ya que necesitamos un proveedor fijo para la materia prima, maquinarias ya que con las que contamos no son suficientes.

8) El mercado

Expusieron que como toda gran empresa desea ser únicos en el mercado de confección de prendas de vestir, pues eso también anhela a pesar de ser colaboradores son el eje principal de la microempresa de confecciones “Mishell”.

9) Competidores

En la zona solo cuentan con un solo competidor, pero ellos actualmente no están produciendo por falta de recursos, pero además de eso también existen las costureras que trabajan independientemente, pero eso no es un inconveniente ya que ellos actualmente cuentan con más perfil para permanecer en el mercado.

10) Estrategias para el servicio a los clientes

Entrega a domicilio, es una estrategia que a la mayoría de los clientes les agradaría, además el servicio personalizado que todo cliente requiere la atención que se les debe brindar para que en otro momento vuelva a la microempresa.

3.2.1 Análisis de los entrevistas

En si las entrevistas realizadas a los gerentes y a los colaboradores de la Microempresa de Confecciones de prendas de vestir, se mostraron muy optimistas al realizarles las preguntas, ya que existe la unión porque reciben la atención y capacitación de los mismos directivos de la microempresa, pero también concluyeron que la Microempresa tiene falencias como maquinarias, proveedores para la materia prima, publicidad constante, y un canal de distribución analizando este punto de vista la microempresa realizando un financiamiento a una institución de la Provincia obtendría un alto grado de confianza de parte de los clientes incrementando así sus ganancias para la misma.

Con la entrevista también se tuvo la oportunidad de conocer más a fondo a los directivos y en especial a los empleados, en cuanto a la aplicación de plan de negocios que se está desarrollando en la microempresa.

Después de haber realizado un análisis de las entrevistas se ha llegado a la conclusión que la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho, carece de maquinarias, ya que cuentan con las mismas para actualmente pero no son suficientes, y lo que ellos buscan es realizar un crédito en las instituciones financieras de la Provincia de Santa Elena, e incrementar sus ventas en un valor razonable.

Además cuentan con capacitaciones internas muy participativas y la motivación de seguir produciendo, pero también les gustaría obtener capacitaciones de otras instituciones gubernamentales, en las áreas de requerimiento, esto con el fin de que la microempresa produzca alternativamente diseños de acuerdo a las temporadas y obteniendo rentabilidad por ello, sin embargo no se descarta la posibilidad de que ellos a la larga puedan ser una gran empresa y que puedan dar capacitaciones a personas quienes lo deseen, con la finalidad de también transmitir los conocimientos adquiridos por otros.

3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.3.1 Conclusión

1. Se consideró que la mayor parte de la población encuestada son mujeres y que sus mayores punto a favor para adquirir una prenda de vestir en viendo la calidad y el precio, por ello es, la variedad en todas las líneas de producto a la venta, y en este caso lo más importante en la empresa en mantener el precio y la calidad para diferenciarnos de los competidores.
2. El público a quien dirigimos la encuesta, además supo decir que adquiere sus productos en centros comerciales en la actualidad en Ciudades lejanas, y que sería bueno y que hubieses una en la misma localidad y que cumpla con todos los estándares que todo cliente requiere.
3. Se determinó que también, en la Parroquia Colonche y sus Comunidades aledañas, existe gran aceptación por la adquisición de las prendas de vestir, siempre y cuando tomando en cuenta las exigencias y las necesidades del mercado potencial, resaltando las características y necesidades principales de la empresa para con el cliente, resaltando como principal objetivo fundamental la calidad y el precio sea cómodo.
4. A través de la encuesta además se puede mencionar que existen las normas de los clientes, se debe tomar en cuenta las exigencias de los cliente, es por ello que sería prioritario implementar servicios que los clientes apuntan como; brindar créditos, entrega a domicilio, las promociones, descuentos, la misma que llevara al éxito de la empresa y una rápida fidelidad de los clientes.

3.3.2 Recomendaciones

1. Realizar un plan de comunicación mix para alcanzar un mayor espacio en el mercado potencial de la Parroquia Colonche y sus comunidades aledañas, y en un corto plazo alcanzar fidelidad de los clientes para que el nivel de posicionamiento se expanda. En el ámbito de marketing se deberá enfatizar en los anuncios de promociones, y los exhibidores que es lo que más atrae la atención del consumidor.
2. Se deberá ofertar nuevas líneas de productos para complementar con los productos ya existentes y así los clientes puedan encontrar variedades para su compra y la calidad en los perfiles. Se realizara mecanismos estratégicos de ventas para el final de cada temporada con las prendas sobrantes es decir en bodegas.
3. El personal encargado de recibir los productos es decir la materia prima y los insumos deberá seleccionar a proveedores que cumplan con todas las normas requeridas para mantener la satisfacción del cliente, aun en la Provincia no hay proveedores que cumplan con estos requisitos que satisfaga las necesidades a las microempresa en el Cantón, pero de acuerdo al plan de negocio planteado se hará las respectivas comunicaciones para que asistan y marquen la satisfacción en las mismas.
4. El personal de administración deberá realizar promociones permanentes, pues el cliente se sentirá atraído por estas y la demanda será mayor, elevando el nivel de posicionamiento en el mercado, la publicidad y promoción en una empresa es muy importante ya que es quien ve el cliente, es por ello que se la tiene que hacer con las debidas características del producto que la microempresa posee.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA” AÑO 2013

4.1 PRESENTACIÓN

En la actualidad la Parroquia Colonche no existe una microempresa que contenga la mayor diversidad de productos en cuanto a la venta de prendas de vestir, es decir que solo existen tiendas pequeñas que trabajan independientemente, pero no son suficiente para satisfacer la demanda actual de los clientes, es por ello que contando con y ejecutando un plan de negocios para la microempresa de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell” será líder en el mercado de la Parroquia Colonche, expandiéndose y desarrollándose en el ámbito de confecciones.

La economía en el país en los últimos años ha ido creciendo es por ello que las microempresa y grandes empresas se pagan impuestos y ayuda al crecimiento económico, social de la Comunidad obteniendo así los beneficios para ambos en el mercado.

4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En cuanto a la demanda y la información destacada en la encuesta realizada a las personas de la localidad, se puede mencionar que existen varios tipos de demanda para las prendas de vestir y podemos mencionar las siguientes:

Cuadro 7 La demanda

Su oportunidad	Demanda satisfecha
	Demanda insatisfechas
Su necesidad	Demanda de bienes necesarios
	Demanda de bienes no necesarios
Su temporalidad	Demanda continua
	Demanda estacional
Su destino	Demanda de bienes finales
	Demanda de bienes intermedios

Fuente: Fundamento de marketing de Stanton William

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.2.1 Segmento del mercado

El segmento será específicamente dentro de la Parroquia Colonche dentro del Cantón Santa Elena, dirigido al sector productivo y a satisfacer las necesidades del cliente dentro y dentro de la misma entre las edades de 18 a 70 años de edad y en el ámbito de personas económicamente activa de la misma localidad en general, es así como se hizo una consulta minuciosa en el INEC del año 2010 que fue el censo poblacional en el Ecuador.

Cuadro. Población de la Parroquia Colonche

Población de la Parroquia Colonche	31.322
---	---------------

Fuente: INEC, Resultados del Censo Poblacional 2010

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.2.2 Determinación de la población objetivo

De acuerdo al estudio de campo realizado, se determinó que nuestros clientes potenciales son de las edades entre con mayor volumen comprarían nuestros productos entre los 26 a 38 años ya que adquirirían prendas femeninas con mayor frecuencias, además las personas de 18 a 25 años de edad quienes también presentan un gran volumen de compra en prendas de vestir femeninas.

Nuestros clientes actuales son específicamente las madres de niños escolares ya que se están confeccionando prendas deportivas por fechas conmemorativas de las instituciones, además hemos también identificados nuestros clientes a los padres y madres ya son ellos quienes están en un nivel económicamente activo al adquirir un producto, además podemos mencionar que específicamente nuestros clientes fijos serán las personas mayores de 18 años y que ya son clientes de la Microempresa de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell”.

4.2.3 Identificación del cliente meta

De acuerdo a los datos obtenidos con ayuda de las herramientas de investigación se puede determinar a los clientes metas o potenciales que la Microempresa de confecciones de prendas de vestir quiere captar, tomando en cuenta partes de la población total, con el fin de tener con ellos a los clientes como los clientes fijos en sí.

4.2.3.1 Género

Por medio del estudio de campo y de acuerdo al desarrollo del plan de negocios nuestros clientes potenciales de acuerdo al género serian hombres y mujeres, pero con mayor exactitud femenina, ya que son las amas de casa, quienes siempre están pendientes de que las personas que conforman su hogar vistan bien.

4.2.3.2 Edad

En cuanto a la edad de acuerdo al estudio realizado se detalla que se les realizo las encuestas a las personas desde los 18 a 70 años de edad. Es decir que nuestros clientes potenciales de acuerdo a la implementación del plan de negocios las personas de 26 a 38 años de edad seria nuestro clientes que adquirirían nuestros productos con mayor frecuencia.

4.2.3.3 Ingreso aproximado

Los ingresos de acuerdo a la investigación de campo, podemos decir que la población tiene un ingreso de 200 a 300 dólares, es decir un sueldo básico, esto nos denota que estas personas con esta economía serian nuestros clientes potenciales para la Microempresa de confecciones “Mishell”

4.2.4 Frecuencia de compra

A la frecuencia de adquisición de prendas de vestir se puede mencionar que del total de los encuestados o el total de las personas a quienes se le hizo el estudio de campo de 376 habitantes un 82% adquiere con frecuencias ropa de diferentes características, y nos caracterizaríamos como uno de nuestros clientes potenciales.

4.2.5 Proyección de la demanda

Para obtener la proyección de la demanda de ropa para la Microempresa de Confecciones de prendas de vestir (colocar la población) económicamente activa, podemos mencionar que un 92% de la población estaría dispuesto a la adquisición de las prendas de vestir a la microempresa creada ya en una de las principales comunidades de la Parroquia Colonche, siendo la misma una de las que hasta la actualidad ha obtenido un numero considerado de pedidos a instituciones y a personas en general.

Cuadro 8 Proyección de la demanda

Población	Demanda	Proyección de la demanda(5 años)		
		Periodo	Demanda	Crecimiento del 5%
17.234	92%	2013	15855	793
		2014	16648	832
		2015	17480	874
		2016	18354	918
		2017	19272	964

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es un conjunto de bienes o servicios que se presenta en el mercado, con un precio concreto y en un momento determinado. En la presente investigación la oferta es la confección y comercialización de las prendas de vestir, y cabe recalcar e indicar que la microempresa ofrecerá los productos a precios competitivos de acuerdo a la comodidad del bolsillo del cliente y a la calidad del producto, esperando de esta manera captar mayores clientes potenciales lo que a su vez permitirá que mejoren los ingresos.

4.3.1 Identificación de los competidores

En la actualidad los competidores en la zona donde está en función la microempresa, no existen en su mayoría ya que solo existen una asociación llamada “Luchando por un Futuro”, pero no producen el producto de su consistencia ya que en la misma existen falencias en cuanto a las maquinarias y el deterioro de tiempo completo por parte de las personas o socias que conforman el grupo, además están como competidores las modistas que trabajan en la zona independientemente y por pedidos ya que no cuentan con los recursos suficientes para producir diariamente.

4.4 DEMANDA INSATISFECHA

Es un escenario en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado y de elegir a quienes adquieren sus bienes y servicios, es por ello que se hacen ilustraciones de mercado para diferencias de las otras empresas, características que toda empresa debe poseer para los clientes.

Existe una demanda insatisfecha, lo cual los competidores actuales no pueden abastecer y satisfacer, por lo tanto es ahí donde está la empresa líder en el mercado para con el cliente que pueda atender y entregar efecto de alta calidad a las personas consumidoras en el mercado competitivo.

4.5 MARKETING MIX

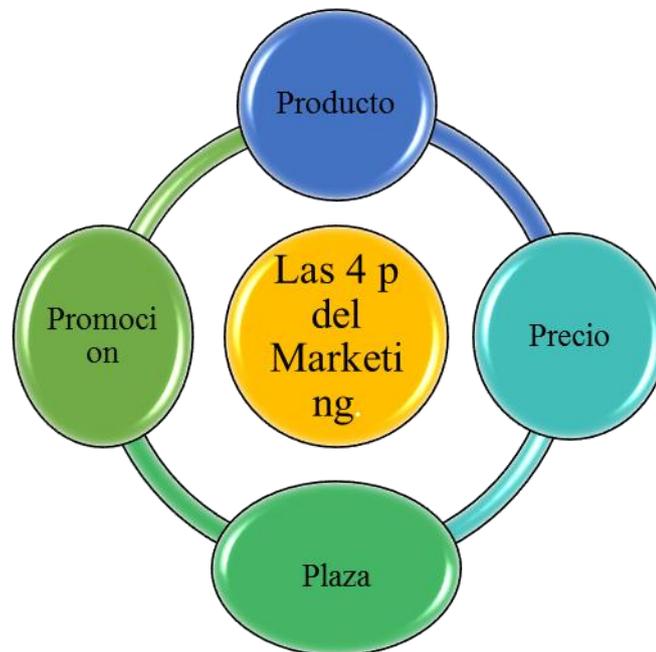
Se debe usar las distintas acciones de mercadeo para el logro de los objetivos de venta de un producto. Por lo tanto corresponde diseñar una estrategia en la cual se utilicen las cuatro variables controlables (precios, producto, plaza, promoción, servicio y comunicación) que una organización sistematice para obtener ventas efectivas.

El mix de notificación de marketing es una combinación adecuada de publicidad, promoción y ventas personales que la microempresa de confecciones “Mishell” utilizaría para lograr objetivos.

4.5.1 Compuestos por las 4p del Marketing.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción
- Punto de venta

Figura 1 Marketing Mix



Fuente: Investigación

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.5.2 Producto

Para obtener una ventaja competitiva en este producto es necesario partir de las necesidades que satisface y no en las características específicas del producto ofertado, y la obtención de una ventaja competitiva en el producto requeriría una diferenciación efectiva con respecto a los productos ofertados por las demás empresas, los productos a ofrecer en la Microempresa de confecciones de prendas de vestir "Mishell".

Se hará una diferenciación en la competencia que perciba como distinto o único y esta puede basarse en la presentación del producto como. Rendimiento, comodidad, economía, duración; y en los aspectos formales como: la marca y el diseño; y en los aspectos añadidos por la empresa como: garantía en sus compras y en sus prendas. Puesto que la marca en si será uno de los instrumento importantes de identificación y protección para que la microempresa haga su diferencia en el producto hacia el cliente.

Figura 2 Prendas de vestir de confecciones “Mishell”



Fuente: Confecciones “Mishell”

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.5.3 Precio

Los precios de venta al público se establecerán en base a los resultados obtenidos en el trabajo investigativo de campo (encuestas) y en relación del mercado y así lograr neutralizar a nuestra competencia directa como indirecta. Venta productos terminados como son: calzados, carteras, corbatas, etc.

El precio es uno de los instrumentos que adquiere especial importancia por su capacidad de generar ingresos, ya que es este el que permitirá asegurar una ventaja competitiva la que consistía únicamente en precios más bajos que los de la competencia, con un servicio de calidad, además es importante que la microempresa también considere la relación que el precio debe tener en cuanto a la imagen y al producto.

La microempresa cargará el mismo precio a todas las referencias, sin importar donde se encuentre el punto de venta, con esto se logrará que el cliente confíe en la empresa. Detalles básicos de algunos precios de los productos de Confecciones “Mishell”.

Cuadro 9 Precios

Producto	Costos por Producto
Prendas para Niños	\$ 13,00
Prendas para Damas	\$ 20,00
Prendas para Caballeros	\$ 35,00
Prendas para el hogar	\$ 10,00
Prendas deportivas	\$ 13,00
Uniformes	\$ 13,00
Prendas interior Masculino	\$ 3,00
Prendas Interior Femenino	\$ 3,00
Otros	\$ 8,00

Fuente: Confecciones “Mishell”

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.5.3.1 Estrategias de precios

Nuestros clientes podrán adquirir todos los productos en todos los puntos de ventas al mismo precio de la compañía, ya que son precios relacionados a los de la competencia y con la calidad y diseños que el cliente requiere.

4.5.4 Estrategias de distribución

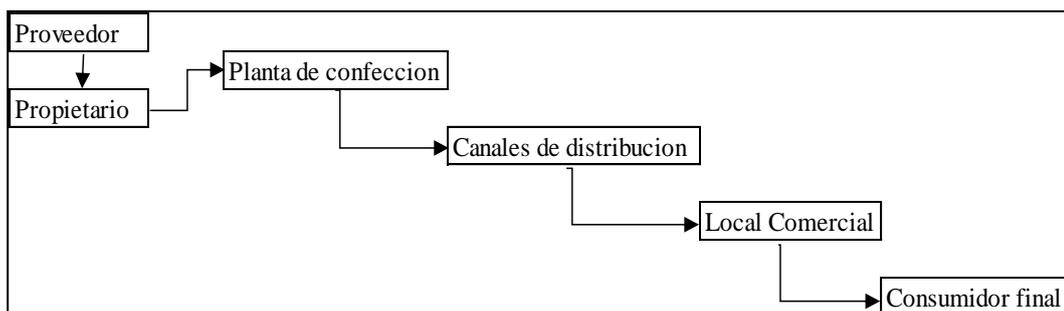
Mediante una distribución efectiva la empresa puede lograr la diferenciación y, por tanto, una ventaja competitiva, no solo se ha de considerar el número de puntos de ventas disponibles, sino también su ubicación, logística, dimensión y ambientación.

La distribución de la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” de acuerdo al plan de negocios será en grandes cantidades a los almacenes de exhibición de la compañía, además distribución en las tiendas de ropa de la zona y los lugares con más concurrencia es así como se ira captando a los clientes. Sin embargo también daremos un servicio de entrega a domicilio de acuerdo a la lista de clientes en la cartera de la empresa por lo tanto el vendedor externo se le dará la responsabilidad directa de mantener el asesoramiento con el cliente y la disposición para atenderlos y asesorarlos.

4.5.4.1 Identificación del canal óptimo

La microempresa de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell” en la actualidad está confeccionando al por mayor uniformes deportivos a instituciones por lo tanto entrega directamente a los encargados, y se seguirá atendiendo a este tipo de pedidos ya que es beneficiosos, pero de acuerdo al plan de negocios se aplicara un canal de distribución de la siguiente manera:

Cuadro 10 Canal de distribución



Fuente: Confecciones “Mishell”

Elaborado por: Karina Rodríguez

Como podemos ver en el gráfico, alcanzamos indicar que la materia prima llega al propietario y esta pasa a la planta de confecciones de las prendas, luego estas pasarían a los diferentes canales de distribución, y a los canales de distribución de los locales comerciales y estas al consumidor final.

4.5.5 Promoción

La empresa actualmente solo consta con publicidades básicas, ya que no constan con los financiamientos necesarios para las mismas, se menciona promociones como: Por cada compra que se haga se le hará un descuento, además se ofrecerá combos por fechas especiales como navidad, fin de año, día del niño, entre otras, todas estas promociones serán factibles ya que ayudaran al crecimiento de la microempresa y la fidelización de las mismas.

Marca

El objetivo de la marca, es promocionar constantemente a los compradores una serie específica de características beneficiosas o servicios, denominados como los atributos del producto. Ya que es una nueva marca que va a penetrar en el mercado por lo tanto debe tener como objetivo de mercadeo que la marca alcance un grado de lealtad y prestigio bastante alto, una conciencia de nombre, caída percibida y una diferenciación de exclusividad de diseño.

Figura 3 Publicidades de la Microempresa

Figura 4 Marca	Figura 5 Tarjetería
	

Fuente: Diseños Exclusivos del autor

Elaborado por: Karina Rodriguez

Figura 6 Publicidades

Figura 7 Valla Publicitaria



Figura 8 Volantes



Fuente: Diseños exclusivos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.5.5.1 Presupuesto de promoción

Cuadro 11 Presupuesto de publicidad

PUBLICIDAD	Unidades	Precio por unidad	Total
Material Publicitario			
Publicidad Semireflectiva	3	70	210
Fundas con la marca	1000	0,13	130
Tarjetas de presentación	2000	0,13	260
Volantes	5000	0,042	210
Etiquetas con marcas	1500	0,16	240
Total Publicidad Preoperativa			1050

Fuente: Cotización Diseños

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.5.6 Estratégias competitivas

Posicionamiento

Nos posicionaremos en la mente del cliente consumidor con el afán de ser líderes en ellos, brindando un buen servicio y ofrecer productos de calidad, de acuerdo a la personalidad y a las exigencias de la moda y clientes logrando notablemente posesionarse en el mercado local y en la mente de las personas en particular ya que la percepción del cliente puede cambiar dependiendo de la imagen cambiante, las marcas y otras tendencias que cambian día a día, las personas en la actualidad se ven enfocados dentro de la tecnología, y es importante enfocarse a ello.

4.5.6.1 Las 5 fuerzas de PORTER

Amenaza de la entrada de nuevos competidores

De acuerdo a estos nuevos competidores que pueden ingresar al mercado de la Parroquia Colonche, no podrían entrar porque primero tendrían que ubicarse en la perspectiva del consumidor, del lugar y sus hábitos cambiantes que se vive, porque además porque las personas de este sector siempre confían en lo que se hace en la propia zona.

Poder de negociación de proveedores

En cuanto al nivel de negociación, esto preferente lo hacen los encargados de la parte financiera, pero sin embargo confecciones “Mishell” hasta la actualidad se ha caracterizado por ser una microempresa puntual en los pagos.

Poder de negociación de los compradores

De acuerdo a las variables de productos que día a día saldrán al mercado será muy fácil negociar con los clientes, convencerlos de que los productos que ofrecen confecciones “Mishell” son de calidad y que los puede adquirir con descuentos y con confianza ya que estas tendrían garantía.

Amenaza de productos sustitutos

En si muchas de las empresas lanzan al mercado productos sustitutos, por lo que confecciones “Mishell” no harán la excepción ya que con eso el cliente también optara por regresar al almacén a la adquisición de los productos de la empresa en la zona. Los productos sustitutos en si se marcaran de acuerdo a la tecnología que se ira recibiendo día a día, ya que en su momento cambian de perspectiva en cuanto a los consumidores a la moda que se ve en el entorno y a la juventud.

4.5.6.2 Matriz BCG

Cuadro 12 Matriz BCG



Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Karina Rodríguez

La microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, se encuentra en el cuadrante de la interrogante, ya que desde sus inicios hasta la actualidad si ha tenido la acogida favorable y ha ido surgiendo en cuanto a su producción

También existe la matriz del perfil competitivo, que es una herramienta eficaz que ayuda a verificar cuales son los competidores de la misma rama y cuáles son sus debilidades y las debilidades de nuestras microempresa, es decir con frecuencia la identificación y la evaluación de los objetivos, las estrategias, las debilidades, fortalezas de los competidores de los alrededores, es por ello que consideramos un proceso para la identificación, es así que con esta matriz se concluyó que se encuentra en un nivel fuerte pero que aún falta pulir muchas falencias para crecer en el ámbito de las confecciones como del servicio, es muy importante el análisis de este perfil ya que se verá con frecuencia cuales son las falencias que la microempresa de confecciones debe mejorar para sus clientes.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo de este estudio radica en proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operaciones pertinentes a esta área, nos guía a la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende producir, además sirve para analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción del proyecto deseado, es decir se debe responder a las interrogantes: donde, como y con que producir lo que se desea.

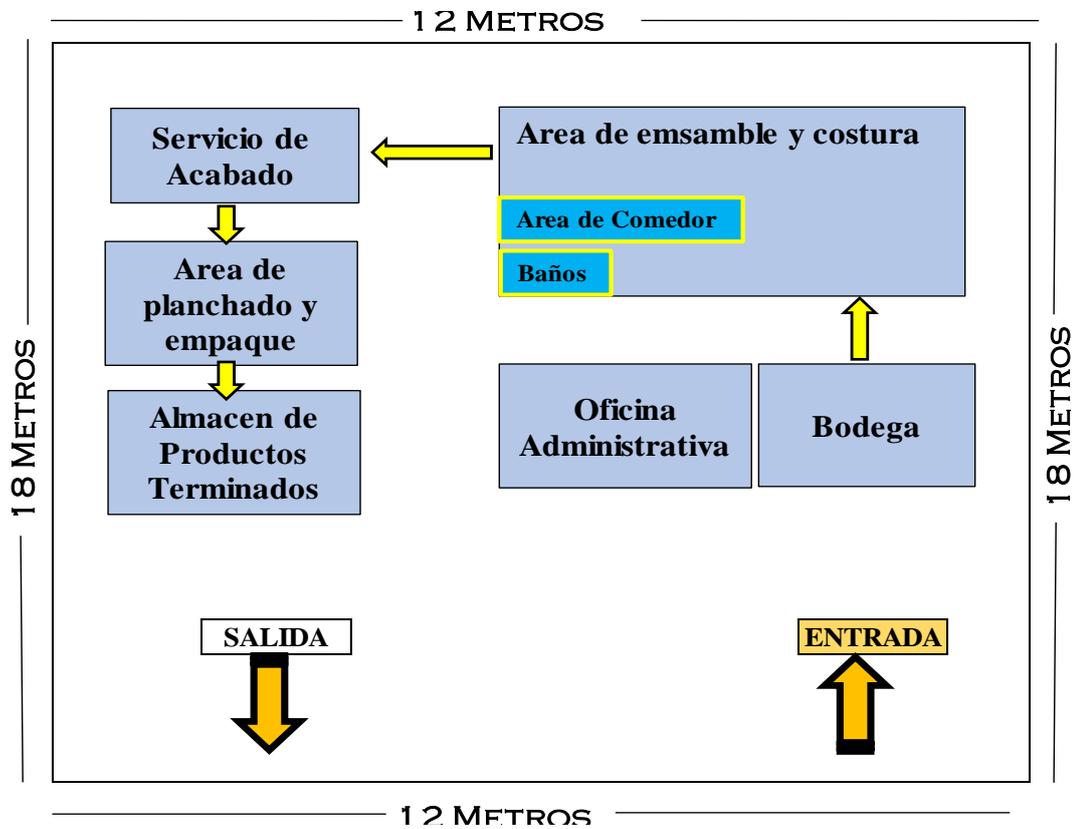
En el estudio técnico se define:

- El tamaño óptimo de la planta
- Localización optima del proyecto
- Análisis administrativo
- Donde obtener materia prima
- Que personal es necesario para llevar a cabo el proyecto
- Que máquinas y procesos debo usar

4.6.1 Infraestructura de la empresa

La infraestructura de la microempresa de confecciones de prendas de vestir, en el ámbito de la producción debe ser amplio, iluminado, actualmente cuenta con dos áreas de las cuales está comprendido por el área de producción y el área de ventas o atención al cliente, es así como la empresa desea trabajar para sus consumidores, además contar con las áreas para la exhibición de los productos, explotando en un futuro las estrategias realizadas a un largo plazo, llevándolas a cabo para los clientes y en especial a las comunidades de la Parroquia Colonche, en la Provincia de Santa Elena, teniendo una de las más grandes infraestructuras en cuanto a la producción de confecciones de prendas de vestir y construyendo la producción para ser exportadores de productos con la calidad requerida.

Gráfico 22 Infraestructura de la empresa



Fuente: Diseños exclusivos del Autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.6.1.1 Distribución de la planta

Las áreas en las que se distribuirá la planta son:

- Oficina administrativa (contable)
- Bodega de materias primas
- Áreas de ensamble y costura (diseño y corte)
- Área de planchado y empaque
- Almacén de productos terminados y presentación al cliente
- Baño y comedor (cafetería)

4.6.2 Capacidad instalada

Las maquinas utilizadas en el proceso de producción de prendas de vestir, son industriales aptas para volúmenes prendas y ventas esperadas las cuales son: maquina Overlook. Máquina de costura recta, maquina recubridora, botonera, además la microempresa de confecciones de prendas de vestir contara con una capacidad de sus instalaciones del aprovechamiento del 80% de acuerdo al análisis de proyecto y una mano de obra calificada para su máximo desempeño y producción.

Es por ello que hemos estimado un promedio básico de 10 personas en la que elaboraran en la microempresa ya que contamos con un pequeño espacio y número mínimo de máquinas industriales de óptimo desempeño para el acabado de las prendas de vestir.

Figura 9 Maquinarias de confecciones “Mishell”

<p>Figura 10 Maquina Fileteadora</p> 	<p>Figura 11 Maquina plana</p> 
<p>Figura 12 Maquina Overlook</p> 	<p>Figura 13 Maquina Costura recta</p> 

Fuente: máquinas de confecciones “Mishell”
Elaborado por: Karina Rodríguez

4.6.3 Tamaño

Para este punto se tomara en cuenta a la microempresa como herramienta básica del estudio de mercado, ya que presenta los elementos principales de la demanda, el comportamiento del consumidor y del mercado en general. Tomando en cuenta los resultados ya plasmados en el estudio de campo o de la encuesta realizada.

4.6.4 Ubicación del proyecto

En cuanto a la ubicación de la Microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell”, actualmente está ubicado en la Comuna de Bambil Deshecho, ya que es un sector céntrico de la Parroquia Colonche de la Provincia de Santa Elena, y de las Comunas, es por ello que las instalaciones de producción seria en el sector.

4.6.5 Descripción de los procesos

De acuerdo a los procesos de producción de la planta y de los productos en específico de la Microempresa de confecciones de Prendas de Vestir “Mishell”, pasan por la transformación de las materias primas e insumos (tela, hilo, elástico, botones, cierres, dependiendo de las prendas), que se utilizan para la obtención del producto final.

4.6.5.1 Diagrama de flujo de los procesos

Un diagrama de flujo de los procesos es muy importante en la planta ya que define con exactitud los pasos que se toman en cuenta para las costuras y la confección final de una prenda, y en si llevarla al mercado de la mejor calidad para el consumidor, se verifican todos los procesos a seguir en cada etapa de confección de una prenda de vestir, los procesos básicos y los más importantes que se deben seguir en la costura, partiendo desde el punto mínimo del corte hasta el área de empaquetado que se realiza en la misma empresa.

Los flujo-gramas nos ayudan a percibir mejor las características y el proceso de elaboración y confección de las prendas de vestir y ver con claridad que como en toda empresa se deben seguir las normas de calidad adecuada.

- Rapidez de la entrega de las prendas de vestir
- Confort sin alteraciones de medidas requeridas
- Estética, sin cambio en patrones de logotipos
- Entrega de prendas limpias y adecuadamente presentadas

Diseño textil

Este proceso será dirigido por un profesional de la moda, ya que la confección de una prenda de vestir en su mayoría de los casos es difícil por la calidad que se desea entregar, es por ello que es importante la calidad del diseño.

Corte

Bajo la supervisión del diseño textil se hará el corte; para esto se empleara una persona experta en el fin de reducir los desperdicios de materiales y optimizar el uso de los mismo, sin embargo se respetaran las líneas de costura textil a fin de que las telas no pierdan sus propiedades de posturas.

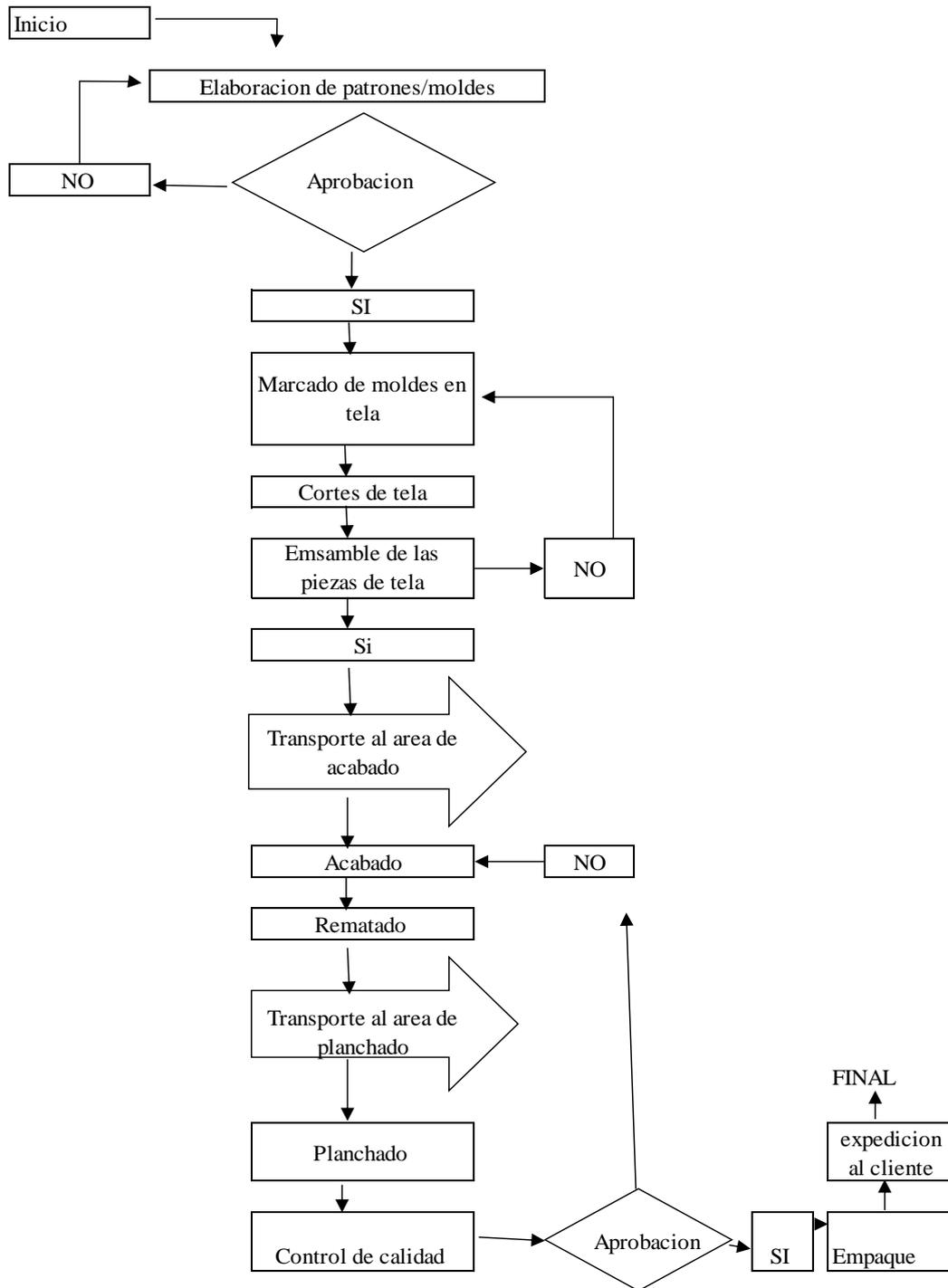
Confección

También bajo la supervisión del diseño textil, para este proceso se empleara de principio a dos personas que podrían aumentar de acuerdo a las necesidades de producción.

Acabado

En este proceso ya le damos los ajustes pertinentes que y el valor de la calidad que se tiene que llevar a cabo y por supuesto el empaque para una mayor presentación para así distribuirlos al consumidor final y a tiendas de distribución.

Figura 14 Flujograma del proceso de producción



Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Karina Rodríguez

4.6.6 Descripción de los procesos de producción

Para el proceso para la elaboración de las prendas de vestir generalmente incluye una serie de actividades en cada una de las etapas, por ello las definimos a continuación las acciones que normalmente se producen en la microempresa de confecciones de ropa “Mishell”.

Cuadro 13 Proceso de producción

ETAPA 1 →	PROCESO 1 →	PROCESO 2 →	PROCESO 3
DISEÑO →	CORTE →	CONFECCION →	ACABADOS

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.6.7 Recursos Tecnológicos

En cuanto a los recursos tecnológico que toda empresa debe poseer, en si las maquinarias utilizadas actualmente por la microempresa de Confecciones de prendas de vestir “Mishell” son industriales óptimas para la elaboración de las mismas, pero se necesita contar con otras maquinarias que en el industrias Internacionales se están utilizando, la implementación de la tecnología sería muy importante porque ayudaría a aumentar la producción y a disminuir el trabajo de la mano de obra en la microempresa.

Además la adquisición de pequeñas maquinarias para la confección de prendas de vestir alternativas como muñecas de trapos, moños, cintillos entre otras, con el afán de disminuir y dar utilidad a los desperdicios que con mucha frecuencia se dan en este tipo de empresas o pequeñas industrias siendo esta estrategia un de la más óptima para el crecimiento y buen servicio bajo las normas de calidad que un buen cliente desea adquirir, y que toda empresa o industria desea entregar a sus consumidores.

4.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.7.1 Marco legal

Para determinar el marco legal, es necesario indicar que este proyecto funcionara como microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell”, registrado en el SRI, ya que la misma tendrá que responder por la ejecución, manejo y control de cada una de sus actividades así como también a cumplir con sus obligaciones, deberes y derechos en la sociedad. Además cuenta con los permisos comunales y del cuerpo de bomberos de la Parroquia Colonche. Y cuenta con los permisos de:

- Cuerpo de bomberos
- Permiso municipal
- Permiso de rentas internas
- Permiso comuna

4.7.2 Acta de constitución

La estructura legal de Confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell”, se enmarca dentro de las condiciones legales para poder funcionar la sociedad. Todos los procesos de contratación que esta requeriría y de operación se harán cumpliendo estrictamente con las leyes de nuestro país, además con todas las normas tributarias y de orden municipal y las obligaciones legales de nuestra comunidad.

La microempresa de confecciones “Mishell” constituida con el mismo nombre y con el número de inscripción en el SRI # 0920274891001 a nombre del Señor Joffre Geovanny Rodríguez Gonzabay, es decir el propietario legal de la misma.

4.7.3 Misión

Ofrecer a nuestros clientes la confección y comercialización de prendas de vestir de alta costura, con diseños innovadores y únicos a precios competitivos, fomentando la utilización de la mano de obra personalizada y materia prima ecuatoriana, apoyados en un excelente servicio, practicando valores de responsabilidad y honestidad.

4.7.4 Visión

Ser la empresa Pionera en el mercado de la Parroquia Colonche, ofreciendo a nuestros clientes un producto de alta calidad a un precio accesible al consumidor, cumpliendo puntualmente y con efectividad las exigencias del mercado.

4.7.5 Objetivos

Los objetivos generales, específicos y los valores institucionales de confecciones “Mishell” están enfocados específicamente en incrementar sus ventas, directamente con maquinarias de óptimo rendimiento, conociendo la mano de obra calificada que existen en la misma Comunidad, como también en la Parroquia Colonche.

4.7.5.1 Objetivos generales

Desarrollar un plan de negocios para la expansión y desarrollo de la microempresa dedicada a la confección de prendas de vestir de alta costura “Mishell”, ofreciendo un excelente producto de calidad, con personal idóneo y especializado en las diferentes áreas del conocimiento, con el fin de ser líderes en el mercado de la Parroquia Colonche.

4.7.5.2 Objetivos específicos

- Incrementar la capacidad instalada de la empresa para aumentar el volumen de ventas, entregando productos de calidad e innovación permanente que le permita a la empresa alcanzar cada vez más prestigio en el mercado.
- Mejorar la atención al cliente, reduciendo los tiempos de espera en la entrega del producto otorgando beneficios (promociones, descuentos y premios).
- Utilizar tecnología avanzada, para la fabricación de prendas de calidad, con el fin de obtener resultados idóneos en la mente de nuestros clientes.
- Realizar alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales de la Parroquia y de la Provincia en general, para lograr ser sus proveedores con el fin de obtener pedidos al por mayor y ventas seguras.
- Motivar a los empleados dándoles la oportunidad de la opinión para la mejora continua de la microempresa, dándoles capacitaciones constantes.

4.7.6 Valores institucionales

- **Honestidad.** Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud, siendo justos y honestos en cada decisión que se presente.
- **Ética.** Los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con rectitud mental positiva y por ende con un trato respetuoso para sus compañeros como para el consumidor, desempeñando con rectitud y disciplina.
- **Cooperación.** Es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil, y así trabajar en conjunto con los colaboradores.
- **Calidad.** En el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción que el cliente necesita.

4.7.7 Análisis FODA

Para comprender la situación actual de la empresa, consideramos de vital importancia analizar las fortalezas y debilidades, y con el fin de considerar en el que se encuentra inmersa creímos conveniente detectar las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta.

Para ello a continuación expondremos las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Cuadro 14 FODA

Fortalezas
<ul style="list-style-type: none">➤ Conocimiento del producto➤ Variedad en los productos➤ Experiencia en el manejo del negocio.➤ Diseños exclusivos➤ Estilo proactivo gerencial.
Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">➤ No existe una tienda en general para la adquisición de ropa a la medida.➤ Tener opción de ofrecer prendas de buena calidad y con diseño únicos.➤ Los precios en promedio serán similares a los del mercado.➤ Venta minorista.➤ Desarrollo Regional
Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Bajo nivel de negociación con instituciones.➤ Publicidad insuficiente.
Amenazas
<ul style="list-style-type: none">➤ La facilidad de acceso al mercado de nuevos competidores.➤ La importación de ropa usada y las prácticas de contrabando.➤ Competencia en los Cantones más cercanos.

Fuente: Análisis de campo

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.7.8 Actividades de la empresa

4.7.8.1 Principales

En cuanto a las actividades principales que la empresa dedicada específicamente, a la confección de prendas de vestir de alta costura, además se cogerán pedidos al por mayor y menor, además se confeccionara ropa a la medida de los clientes: faldas pantalones, blusas, ropa deportiva, ropa casual, entre otros.

4.7.8.2 Secundarias

En lo particular también se confeccionaran prendas para el hogar, y con los desechos de las telas también se harán almohadas, peluches, muñecas de trapo, ya que con ello ayudaremos a conservar el medio ambiente, también se harían cortinas, sábanas, toallas, y hasta prendas íntimas para él la mayor satisfacción del cliente.

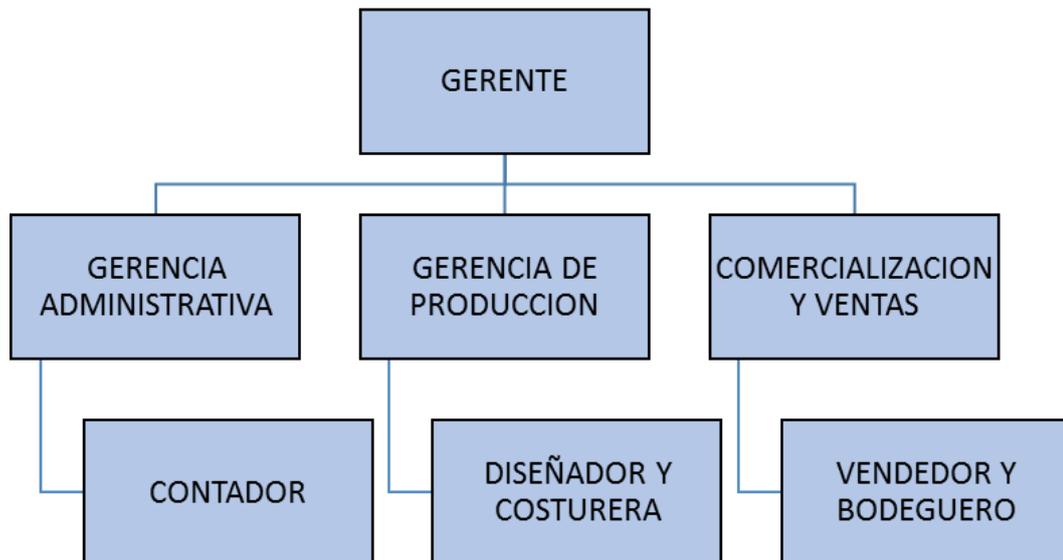
4.7.9 Estructura orgánica administrativa

La estructura organizacional, es un marco que prepara los gerentes para dividir y coordinar las actividades de los miembros de una organización. (STONER FREEMAN , 2009).

La estructura administrativa de la empresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” estar representada a través del organigrama estructural, el cual facilitara el conocimiento de departamentos, niveles de autoridad, líneas de mando que tiene la empresa.

4.7.9.1 Organigrama estructural

Cuadro 15 Estructura organizacional



Fuente: Análisis de campo

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.7.9.2 Departamentización

Departamento Administrativo

El departamento administrativo se encarga de llevar el control de todos los otros departamentos, también tiene el control de la empresa de forma interna y su entorno, llevando a cabo un control estrictamente dentro de la Microempresa.

Departamento de Ventas

Consigue vender los objetivos de ventas planteados para que la empresa consiga una rentabilidad, atendiendo y fidelizando a los clientes, y llevando un control de las mismas para luego dar informes.

Departamento Financiero

Consigue financiación para las necesidades de la empresa, planifica para que esta siempre tenga dinero para afrontar los pagos puntuales y tenga una situación patrimonial saneada.

Departamento de Producción

Lleva a cabo un control de todas las áreas que compone el área de producción, estando al tanto de los recursos que se necesitan para la producción como también de que los materiales y maquinarias estén en buen estado para el buen desempeño y comodidad de los empleados para con sus labores.

4.7.9.3 Responsabilidades de los departamentos

Gerencia General

- Ordenar compra de materiales
- Programar la producción
- Seleccionar y controlar al personal
- Ejecutar transacciones comerciales con los clientes

Gerencia Administrativa-Financiera

- Llevar los libros de contabilidad de la empresa en debida forma de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- Revisar diariamente los registros contables y realizar los ajustes que considere necesarios para que la contabilidad muestre la racionalidad de las cifras de acuerdo con los principios de contabilidad.
- Presentar los estados financieros permitidos en el lapso comprendido.

Gerencia de ventas y bodegueros

- Mantener contacto permanente con los clientes, mediante llamadas, visitas personales, mail.
- Satisfacer todas las inquietudes y necesidades que los clientes y nuevos interesados tengan sobre el producto.
- Atender cordialmente a los clientes
- Colocar los productos en exhibición
- Bodeguero

Gerencia de producción

Diseñador

- Verificación del estado de la maquinaria, materia prima etc.
- Su función es diseñar las prendas de vestir de la mejor manera para que el cliente quede satisfecho.
- Realizar diseños exclusivos para la microempresa.
- Realizar moldes de los diseños.

Costureras

Recepta el diseño elaborado en la tela por parte del diseñador y los insumos que complementan la prenda para proceder a unir en las distintas maquina hasta que quede confeccionada totalmente la prenda.

- Desehila las prendas.
- Entrega las prendas terminadas, al área de ventas

4.7.9.4 Descripción de los puestos

Gerente General

- Coordinar, capacitar, planificar, controlar y cumplir con los objetivos de la empresa y en la toma de decisiones.

Gerencia Administrativa y/o Contador

- Controlar la labor que realiza el personal administrativo los recursos financieros de la empresa.

Gerencia de producción

- Encargado de la supervisión de las prendas, acabados de calidad, y reportes y pedidos de la materia prima y sus derivados.

Comercialización y venta

- Encargado de llevar eficientemente la publicidad y las promociones de la empresa, además de las distribuciones de las mismas (producto).

Vendedor

- Eficientes y eficaces al momento de llevar a cabo las facturas al sistema y hacer cierre de caja.

Diseñadora y confeccionista

- Diseñar y hacer patrones para luego empezar a cortar la tela de acuerdo al molde.

4.8 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Con el estudio financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiamiento (aporte propio y crédito) y las estimaciones de ingresos y egresos que generaran para el periodo de vida útil del proyecto, además el estudio financiero va a permitir establecer los recursos que demanda el proyecto las entradas y salidas que genera cómo se financia y con la realización de este estudio financiero se desea determinar a cuál es el valor real de la inversión, costos de operación necesario para el correcto funcionamiento de la microempresa “Mishell”.

En si este capítulo tiene como objetivo analizar la información previamente establecida de los siguientes estudios: de mercado, técnico y organizacional; a través de los cuales se establecerá la cuantificación del volumen de capital que será necesario invertir para la ejecución del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación. El volumen de los recursos económicos a invertir es este plan de negocios dependerá de las características del proyecto.

(GALLARDO CERVANTES) Dice: Inversión en la aplicación o empleo de recursos financieros destinados a la producción general de bienes y servicios o a su vez, al incremento de bienes productivos de una entidad. Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se puede agrupar en tres grupos: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de trabajo.

Las inversiones son las aplicaciones que muchas empresas o microempresas realizan por un lapso dependiendo de sus intereses, con el único fin de incrementar ventas o para la adquisición de bienes o creación de un nuevo producto, y es también dependiendo del caso de los inversionistas.

4.8.1 Inversión inicial

De acuerdo al análisis de la empresa, en la inversión inicial la misma aportaría con un 20% de su capital, mientras que el 80% será adquirido en un crédito en las instituciones financieras dentro de la Provincia de Santa Elena.

Cuadro 16 Inversión inicial

ACTIVO FIJO	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Computadora Portatil	2	760,00	1520,00
Impresora Multifunción	1	180,00	180,00
Teléfono de escritorio	2	40,00	80,00
Vitrinas	4	350,00	1400,00
Mesas Industriales	3	250,00	750,00
Máquina Overlock	3	1050,00	3.150,00
Máquina Costura Recta	3	580,00	1740,00
Máquina Botonera	1	2200,00	2.200,00
Máquina Ojaladora	1	4400,00	4.400,00
Pistola para Etiqueta	2	70,00	140,00
Soplete para Máquinas	2	190,00	380,00
Plancha Silver star	2	185,00	370,00
Maquina Bordadora	2	1700,00	3400,00
Máquina cortadora vertical	1	1407,00	1.407,00
Tijeras grandes	5	18,00	90,00
Tijeras medianas	5	14,00	70,00
Tijeras pequeñas	5	10,00	50,00
Estampadora	2	800,00	1600,00
Maniqués	10	30,00	300,00
TOTAL			21.327,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de Publicidad preoperativa		970,00	970,00
Gastos legales de constitución		900,00	900,00
Suministros varios de oficina		150,00	150,00
TOTAL DE INVERSIÓN			23.197,00

Fuente: cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.8.1.1 Activos fijos

El activo fijo comprende el conjunto de bienes que no son objeto de transacciones corrientes por parte de la empresa; son su patrimonio, es decir bienes que se adquieren durante la etapa de instalación del proyecto y se usan durante toda su vida útil. (BARRENO, 2012) Dice: Son todas aquellas inversiones que se realizan en los bienes tangibles o que se utilizan en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Cuadro 17 Activos fijos

DETALLE	ACTIVOS FIJOS
Muebles de Oficina	655,00
Equipo de Computación	1.010,00
Maquinarias	10.118,50
Total	11783,50

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.8.1.2 Capital de trabajo

Detallaremos el capital de trabajo que es de 1.970.00 los cuales son considerados en la inversión inicial, estos se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 18 Capital de trabajo

Detalle	Valor U.	Valor T.
Gastos de Publicidad preoperativa	970,00	970,00
Gastos legales de constitución	900,00	900,00
Suministros varios de oficina	150,00	150,00
Total		1870,00

Fuente: Cálculos del Autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.8.1.3 Resumen de inversión inicial

Cuadro 19 Resumen de inversión

Resumen de Inversión	
Detalles	Valor
Activos Fijos	21.327,00
Capital de Trabajo	1.870,00
Total	23.197,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

El total del valor en la inversión inicial es de 23.197,00, como ya fue señalado en la tabla anterior.

4.8.2 Financiamiento

El siguiente estudio financiero, tiene como objetivo reflejar el estado económico del proyecto, con base a los datos arrojados en el estudio de mercado y técnico con el fin de evaluar la rentabilidad de la inversión. Realizando estudios que establezcan la viabilidad económica del plan de negocios, construyendo así los medios con la que la microempresa de confecciones de prendas de vestir y primera en la Parroquia Colonche, pueda ejercer su actividad económica en el más alto nivel y con las óptimas cantidades requeridas con entrega a tiempo.

Las fuentes de financiamiento que se va a obtener como crédito de acuerdo a las operaciones del plan de negocios o del proyecto para la expansión y desarrollo de la misma, para la microempresa de confecciones “Mishell”, se obtendrán en una institución bancaria con un valor de \$ 18.557,60 es decir el 80%, y la aportación de la microempresa por sus socios en un valor de \$ 4.639,40 (20%), las misma que la detallamos en el siguiente cuadro de financiamiento de inversiones, cálculos del autor.

Cuadro 20 Financiamiento porcentual

% DE FINANCIAMIENTO		
Aporte de socios	20%	\$ 4.639,40
Aporte vía crédito	80%	\$ 18.557,60
Totales	100%	\$ 23.197,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

El capital social asciende a 4.639,40 lo que es el aporte de los socios 20%, por lo tanto el valor a financiar será de 18.557,60 es decir el 80% de crédito en la Corporación Financiera Nacional.

4.8.2.1 Amortización de la deuda

El cálculo del crédito a adquirir en la institución financiera se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 21 Amortización de la deuda

Préstamo	\$ 18.557,60
% Tasa anual	10,00%
% Tasa mensual	0,83%
Tiempo /Meses	60 Meses

Fuente: Cálculos del cliente

Elaborado por: Karina Rodríguez

Esta amortización se calculó con una tasa efectiva anual del 10,00% y un plazo de 5 años.

Cuadro 22 Amortización del crédito

Periodo	Pago	Intereses	Abono	Saldo
0				\$ 18.557,60
1	\$ 461,36	\$ 152,07	\$ 309,29	\$ 18.248,31
2	\$ 458,79	\$ 149,49	\$ 309,29	\$ 17.939,01
3	\$ 456,21	\$ 146,91	\$ 309,29	\$ 17.629,72
4	\$ 453,63	\$ 144,34	\$ 309,29	\$ 17.320,43
5	\$ 451,05	\$ 141,76	\$ 309,29	\$ 17.011,13
6	\$ 448,48	\$ 139,18	\$ 309,29	\$ 16.701,84
7	\$ 445,90	\$ 136,60	\$ 309,29	\$ 16.392,55
8	\$ 443,32	\$ 134,03	\$ 309,29	\$ 16.083,25
9	\$ 440,74	\$ 131,45	\$ 309,29	\$ 15.773,96
10	\$ 438,17	\$ 128,87	\$ 309,29	\$ 15.464,67
11	\$ 435,59	\$ 126,29	\$ 309,29	\$ 15.155,37
12	\$ 433,01	\$ 123,72	\$ 309,29	\$ 14.846,08
13	\$ 430,43	\$ 121,14	\$ 309,29	\$ 14.536,79
14	\$ 427,86	\$ 118,56	\$ 309,29	\$ 14.227,49
15	\$ 425,28	\$ 115,99	\$ 309,29	\$ 13.918,20
16	\$ 422,70	\$ 113,41	\$ 309,29	\$ 13.608,91
17	\$ 420,12	\$ 110,83	\$ 309,29	\$ 13.299,61
18	\$ 417,55	\$ 108,25	\$ 309,29	\$ 12.990,32
19	\$ 414,97	\$ 105,68	\$ 309,29	\$ 12.681,03
20	\$ 412,39	\$ 103,10	\$ 309,29	\$ 12.371,73
21	\$ 409,81	\$ 100,52	\$ 309,29	\$ 12.062,44
22	\$ 407,24	\$ 97,94	\$ 309,29	\$ 11.753,15
23	\$ 404,66	\$ 95,37	\$ 309,29	\$ 11.443,85
24	\$ 402,08	\$ 92,79	\$ 309,29	\$ 11.134,56
25	\$ 399,50	\$ 90,21	\$ 309,29	\$ 10.825,27
26	\$ 396,93	\$ 87,63	\$ 309,29	\$ 10.515,97
27	\$ 394,35	\$ 85,06	\$ 309,29	\$ 10.206,68
28	\$ 391,77	\$ 82,48	\$ 309,29	\$ 9.897,39
29	\$ 389,19	\$ 79,90	\$ 309,29	\$ 9.588,09
30	\$ 386,62	\$ 77,32	\$ 309,29	\$ 9.278,80
31	\$ 384,04	\$ 74,75	\$ 309,29	\$ 8.969,51
32	\$ 381,46	\$ 72,17	\$ 309,29	\$ 8.660,21
33	\$ 378,88	\$ 69,59	\$ 309,29	\$ 8.350,92

34	\$ 376,31	\$ 67,01	\$ 309,29	\$ 8.041,63
35	\$ 373,73	\$ 64,44	\$ 309,29	\$ 7.732,33
36	\$ 371,15	\$ 61,86	\$ 309,29	\$ 7.423,04
37	\$ 368,57	\$ 59,28	\$ 309,29	\$ 7.113,75
38	\$ 366,00	\$ 56,70	\$ 309,29	\$ 6.804,45
39	\$ 363,42	\$ 54,13	\$ 309,29	\$ 6.495,16
40	\$ 360,84	\$ 51,55	\$ 309,29	\$ 6.185,87
41	\$ 358,26	\$ 48,97	\$ 309,29	\$ 5.876,57
42	\$ 355,69	\$ 46,39	\$ 309,29	\$ 5.567,28
43	\$ 353,11	\$ 43,82	\$ 309,29	\$ 5.257,99
44	\$ 350,53	\$ 41,24	\$ 309,29	\$ 4.948,69
45	\$ 347,96	\$ 38,66	\$ 309,29	\$ 4.639,40
46	\$ 345,38	\$ 36,08	\$ 309,29	\$ 4.330,11
47	\$ 342,80	\$ 33,51	\$ 309,29	\$ 4.020,81
48	\$ 340,22	\$ 30,93	\$ 309,29	\$ 3.711,52
49	\$ 337,65	\$ 28,35	\$ 309,29	\$ 3.402,23
50	\$ 335,07	\$ 25,77	\$ 309,29	\$ 3.092,93
51	\$ 332,49	\$ 23,20	\$ 309,29	\$ 2.783,64
52	\$ 329,91	\$ 20,62	\$ 309,29	\$ 2.474,35
53	\$ 327,34	\$ 18,04	\$ 309,29	\$ 2.165,05
54	\$ 324,76	\$ 15,46	\$ 309,29	\$ 1.855,76
55	\$ 322,18	\$ 12,89	\$ 309,29	\$ 1.546,47
56	\$ 319,60	\$ 10,31	\$ 309,29	\$ 1.237,17
57	\$ 317,03	\$ 7,73	\$ 309,29	\$ 927,88
58	\$ 314,45	\$ 5,15	\$ 309,29	\$ 618,59
59	\$ 311,87	\$ 2,58	\$ 309,29	\$ 309,29
60	\$ 309,29	\$ 0,00	\$ 309,29	\$ 0,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

La amortización de la deuda esta detallada en esta tabla, ya que demuestra los 5 años en los cuales se tienen que pagar el crédito.

La amortización del crédito detallado en el cuadro anterior, se puede mencionar que será cancelado en un lapso de 5 años de acuerdo a los cálculos ya establecidos y a responsabilidad de los procesos administrativos que se llevan a cabo en la Microempresa de confecciones “Mishell”.

4.8.2.2 Resumen de la deuda

Cuadro 23 Resumen de la deuda

Resumen de financiamiento del préstamo				
Años	Pago	Interés	Abono	Deuda
AÑO 0				\$ 18.557,60
AÑO 1	\$ 5.366,24	\$ 1.654,72	\$ 3.711,52	\$ 14.846,08
AÑO 2	\$ 4.995,09	\$ 1.283,57	\$ 3.711,52	\$ 11.134,56
AÑO 3	\$ 4.623,94	\$ 912,42	\$ 3.711,52	\$ 7.423,04
AÑO 4	\$ 4.252,78	\$ 541,26	\$ 3.711,52	\$ 3.711,52
AÑO 5	\$ 3.881,63	\$ 170,11	\$ 3.711,52	\$ 0,00
	\$ 23.119,68			

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

En cuanto a la los pagos de la Microempresa a las entidades financieras, se harán desde 5.366,24 durante 5 años.

4.8.3 Proyección de las ventas

Cuadro 24 Proyección de ventas

Proyección de ventas				
Producto	Mínimo por ventas	Ventas Mensuales	Precio por Producto	Ingreso en ventas estimadas
Prendas para niños	2	60	\$ 15,00	\$ 900,00
Prendas para Damas	3	90	\$ 25,00	\$ 2.250,00
Prendas para Caballeros	1	30	\$ 40,00	\$ 1.200,00
Prendas para el Hogar	3	90	\$ 15,00	\$ 1.350,00
Prendas Deportivas	10	300	\$ 15,00	\$ 4.500,00
Uniformes	3	90	\$ 15,00	\$ 1.350,00
Prendas interior Masculina	3	90	\$ 5,00	\$ 450,00
Prendas interior femenina	3	90	\$ 5,00	\$ 450,00
Otros	8	240	\$ 10,00	\$ 2.400,00
TOTAL		1080		\$ 14.850,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 25 Incremento por ventas

Incremento de inflación		Incremento por venta	Total de ventas
AÑO 1	178200,00		178200,00
AÑO 2	184437,00	9221,85	193658,85
AÑO 3	190892,30	9544,61475	200436,91
AÑO 4	197573,53	9878,676266	207452,20
AÑO 5	204488,60	10224,42994	214713,03

Fuente: Cálculos del Autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

En estas tablas se presentan los valores unitarios tomando en cuenta cada proceso y subproceso a la comisiones de venta y diseño. Por ello la proyección de ventas anuales será desde 178.200,00 incrementando su valor en 0,05% cada año.

4.8.4 Proyección de Costos de Ventas

Cuadro 26 Proyección de ventas

Costos de ventas				
Producto	Mínimo por ventas	Ventas Mensuales	Costos por Producto	Costos en base a ventas estimadas
Prendas para Niños	2	60	\$ 13,00	\$ 780,00
Prendas para Damas	3	90	\$ 20,00	\$ 1.800,00
Prendas para Caballeros	1	30	\$ 35,00	\$ 1.050,00
Prendas para el hogar	3	90	\$ 10,00	\$ 900,00
Prendas deportivas	10	300	\$ 13,00	\$ 3.900,00
Uniformes	3	90	\$ 13,00	\$ 1.170,00
Prendas interior Masculino	3	90	\$ 3,00	\$ 270,00
Prendas Interior Femenino	3	90	\$ 3,00	\$ 270,00
Otros	8	240	\$ 8,00	\$ 1.920,00
TOTAL		1080		\$ 12.060,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 27 Incremento de inflación de ventas

Incremento de inflación		Incremento por venta	Total de ventas
AÑO 1	144720,00		144720,00
AÑO 2	149785,20	7489,26	157274,46
AÑO 3	155027,68	7751,3841	162779,07
AÑO 4	160453,65	8022,682544	168476,33
AÑO 5	166069,53	8303,476433	174373,01

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Y en cuanto a la proyección de los costos de ventas anuales serán entre 144.720,00 incrementando cada año en un 0,05%.

4.8.5 Costos operativos

En cuanto a los costos operativos, podemos detallar en el siguiente cuadro los valores que se estiman tener en el plan de negocios o en el proyecto, los sueldos a empleados, los beneficios sociales que es una empresa o pequeña empresa no pueden faltar, los gastos básicos de la compañía, y los gastos de los permisos correspondientes que en general toda Pyme debe cumplir para su correcto funcionamiento.

Además debemos mencionar que los valores a detallarse a continuación, son valores que cada año incrementarían, siempre y cuando los costos operativos se vayan reflejando en el lapso de cada año. Los costos operativos en su lugar son importantes detallarlos y mencionarlos de acuerdo al tipo de empresa que está en función, sin embargo la diferencia no es mucho ya que las mismas deben cumplir obligatoriamente todos los requisitos para que la misma funciones legalmente.

Cuadro 28 Costos Operativos

COSTOS OPERATIVOS AÑO 1				AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Sueldos de empleados	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL
Director General	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	1	\$ 630,00	\$ 7.560,00	1	\$ 661,50	\$ 7.938,00	1	\$ 694,58	\$ 8.334,90	1	\$ 729,30	\$ 8.751,65
Vendedores y Otros	1	\$ 230,00	\$ 2.760,00	1	\$ 241,50	\$ 2.898,00	1	\$ 253,58	\$ 3.042,90	1	\$ 266,25	\$ 3.195,05	1	\$ 279,57	\$ 3.354,80
Director de Ventas y RRPP	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00	1	\$ 262,50	\$ 3.150,00	1	\$ 275,63	\$ 3.307,50	1	\$ 289,41	\$ 3.472,88	1	\$ 303,88	\$ 3.646,52
Beneficios sociales															
Décimo tercero		\$ 90,00	\$ 1.080,00		\$ 94,50	\$ 1.134,00		\$ 99,23	\$ 1.190,70		\$ 104,19	\$ 1.250,24		\$ 109,40	\$ 1.312,75
Décimo cuarto		\$ 66,00	\$ 792,00		\$ 72,60	\$ 871,20		\$ 79,86	\$ 958,32		\$ 87,85	\$ 1.054,15		\$ 96,63	\$ 1.159,57
Vacaciones		\$ 45,00	\$ 540,00		\$ 47,25	\$ 567,00		\$ 49,61	\$ 595,35		\$ 52,09	\$ 625,12		\$ 54,70	\$ 656,37
Aportación patronal		\$ 131,22	\$ 1.574,64		\$ 137,78	\$ 1.653,37		\$ 144,67	\$ 1.736,04		\$ 151,90	\$ 1.822,84		\$ 159,50	\$ 1.913,98
Fondo de reserva					\$ 94,50	\$ 1.134,00		\$ 99,23	\$ 1.190,70		\$ 104,19	\$ 1.250,24		\$ 109,40	\$ 1.312,75
Gastos Básicos:															
Luz	1	\$ 25,00	\$ 300,00	1	\$ 25,88	\$ 310,50	1	\$ 26,78	\$ 321,37	1	\$ 27,72	\$ 332,62	1	\$ 28,69	\$ 344,26
Agua	1	\$ 10,00	\$ 120,00	1	\$ 10,35	\$ 124,20	1	\$ 10,71	\$ 128,55	1	\$ 11,09	\$ 133,05	1	\$ 11,48	\$ 137,70
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 300,00	1	\$ 25,88	\$ 310,50	1	\$ 26,78	\$ 321,37	1	\$ 27,72	\$ 332,62	1	\$ 28,69	\$ 344,26
Alquiler de Oficina	1	\$ 75,00	\$ 900,00	1	\$ 77,63	\$ 931,50	1	\$ 80,34	\$ 964,10	1	\$ 83,15	\$ 997,85	1	\$ 86,06	\$ 1.032,77
Permisos															
Permiso de Bomberos	1	\$ 30,00	\$ 30,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 60,00	\$ 60,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Costos Operativos			\$ 18.656,64			\$ 20.811,27			\$ 21.861,90			\$ 22.968,53			\$ 24.134,37

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.8.6 Depreciación

Cuadro 29 Depreciación muebles de oficina

Activos	Muebles de oficina		
Valor	\$ 655,00		
Años de vida útil	10		
PERÍODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 655,00
1	\$ 65,50	\$ 65,50	\$ 589,50
2	\$ 65,50	131	\$ 524,00
3	\$ 65,50	196,5	\$ 458,50
4	\$ 65,50	262	\$ 393,00
5	\$ 65,50	327,5	\$ 327,50
6	\$ 65,50	393	\$ 262,00
7	\$ 65,50	458,5	\$ 196,50
8	\$ 65,50	524	\$ 131,00
9	\$ 65,50	589,5	\$ 65,50
10	\$ 65,50	655	\$ 0,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 30 Equipo de computación

Activos	Equipos de computación		
Valor	\$ 1.010,00		
Años de vida útil	3		
PERÍODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1.010,00
1	\$ 336,67	\$ 336,67	\$ 673,33
2	\$ 336,67	\$ 673,33	\$ 336,67
3	\$ 336,67	\$ 1010	\$ 0,00

Fuentes: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 31 Depreciación de maquinarias y equipos

Activos	Maquinarias y equipos		
Valor	\$ 10.118,50		
Años de vida útil	10		
PERÍODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 10.118,50
1	\$ 1.011,85	\$ 1.011,85	\$ 9.106,65
2	\$ 1.011,85	\$ 2.023,70	\$ 8.094,80
3	\$ 1.011,85	\$ 3.035,55	\$ 7.082,95
4	\$ 1.011,85	\$ 4.047,40	\$ 6.071,10
5	\$ 1.011,85	\$ 5.059,25	\$ 5.059,25
6	\$ 1.011,85	\$ 6.071,10	\$ 4.047,25
7	\$ 1.011,85	\$ 7.082,95	\$ 3.035,40
8	\$ 1.011,85	\$ 8.094,80	\$ 2.023,55
9	\$ 1.011,85	\$ 9.106,65	\$ 1.011,70
10	\$ 1.011,85	\$ 10.118,50	\$ 0,00

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

La depreciación esta de la siguiente manera: Muebles de Oficina 10 años, Equipo de computación 3 años y Maquinarias y Equipos en 10 años.

4.8.7 Estado de resultados

Llamados también gastos y rentas, es el informe contable que demuestra como también todos los gastos en que la empresa ha obtenido, como también todos los gastos en que la empresa ha incurrido dentro de un periodo contable, y es de gran importancia ya que demuestra los resultados de las operaciones que la empresa ha efectuado dando una ganancia o una perdida. Se presentan los estados de resultados de acuerdo a los datos recogidos y los supuestos tomados.

Cuadro 32 Estado de resultados

Columna1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO	\$ 178.200,00	\$ 193.658,85	\$ 200.436,91	\$207.452,20	\$214.713,03
(-) COSTOS VARIABLES	\$144.720,00	\$157.274,46	\$ 162.779,07	\$168.476,33	\$174.373,01
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 33.480,00	\$ 36.384,39	\$ 37.657,84	\$38.975,87	\$40.340,02
(-) COSTOS OPERATIVOS	\$ 18.656,64	\$ 20.811,27	\$ 21.861,90	\$ 22.968,53	\$24.134,37
(-) DEPRECIACION	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$2.023,70
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 12.799,66	\$13.549,42	\$ 13.772,25	\$ 13.983,64	\$14.181,96
(-) INTERESES BANCARIOS	\$ 1.654,72	\$ 1.283,57	\$ 912,42	\$ 541,26	\$170,11
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 11.144,94	\$ 12.265,85	\$ 12.859,83	\$ 13.442,38	\$14.011,85
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS	\$ 1.671,74	\$ 1.839,88	\$ 1.928,97	\$ 2.016,36	\$2.101,78
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.273,57	\$ 2.502,23	\$ 2.623,41	\$ 2.742,25	\$2.858,42
(=) UTILIDAD NETA	\$ 7.199,63	\$ 7.923,74	\$ 8.307,45	\$ 8.683,78	\$9.051,65

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

La utilidad neta del inversionista para el primer año es de 7.199,63 y para el quinto es de 9.051,65, lo que nos demuestra claramente su alto margen de rentabilidad.

4.8.8 Flujo de caja proyectada

El flujo de caja se relaciona con la cantidad de efectivo que las operaciones generan, su uso básico es conocer la capacidad de la empresa frente a sus obligaciones.

Aquí se detallan todos los flujos de caja proyectados, los movimientos de efectivos realizados por cada periodo y de acuerdo a lo que se ha planteado en el plan de negocios para la Microempresa de confecciones “Mishell”.

Cuadro 33 Flujo de caja

Columnal	Inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS EFECTIVO		\$ 178.200,00	\$ 193.658,85	\$ 200.436,91	\$ 207.452,20	\$ 214.713,03
EGRESOS EN EFECTIVO						
(-) COSTOS VARIABLES		\$ 144.720,00	\$ 149.785,20	\$ 155.027,68	\$ 160.453,65	\$ 166.069,53
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 33.480,00	\$ 43.873,65	\$ 45.409,23	\$ 46.998,55	\$ 48.643,50
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 18.656,64	\$ 20.811,27	\$ 21.861,90	\$ 22.968,53	\$ 24.134,37
(-) DEPRECIACION		\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 12.799,66	\$ 21.038,68	\$ 21.523,63	\$ 22.006,33	\$ 22.485,43
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 1.654,72	\$ 1.283,57	\$ 912,42	\$ 541,26	\$ 170,11
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 11.144,94	\$ 19.755,11	\$ 20.611,22	\$ 21.465,06	\$ 22.315,32
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 1.671,74	\$ 2.963,27	\$ 3.091,68	\$ 3.219,76	\$ 3.347,30
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 2.273,57	\$ 4.030,04	\$ 4.204,69	\$ 4.378,87	\$ 4.552,33
(=) UTILIDAD NETA		\$ 7.199,63	\$ 12.761,80	\$ 13.314,85	\$ 13.866,43	\$ 14.415,70
(+) DEPRECIACION		\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70	\$ 2.023,70
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (23.197,00)	\$ 9.223,33	\$ 14.785,50	\$ 15.338,55	\$ 15.890,13	\$ 16.439,40
FLUJO DESCONTADO		\$ 11.247,03	\$ 16.809,20	\$ 17.362,25	\$ 17.913,83	\$ 18.463,10

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

En el primer año 11.247,03 y en el quinto año, 18.463,10 lo que nos denota que la microempresa tiene la capacidad frente a sus obligaciones.

4.8.9 Evaluación financiera del flujo

La evaluación financiera del flujo, será cada 3 años consecutivos tiempo en al que será recuperada la inversión realizada a la institución financiera, esto con el afán de contribuir a un mejor acabado de las prendas para nuestros consumidores y a nuestros posibles consumidores expandiéndonos en todo el mercado de la Parroquia Colonche.

4.8.9.1 Tasa de descuento

Del total del flujo del financiamiento realizado el descuento promedio es de un 13,50 %, por la que suma una tasa de interés en el mismo, además el 3,5 es la tasa de inflación, lo que determina que el valor es de \$ 48.397,17.

4.8.9.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es la diferencia que debe existir entre los ingresos y los egresos dependiendo de cada uno de los periodos y de las operaciones realizadas en dólares, y en el proyecto el valor actual neto que se calculó es de \$ 48.397,17

4.8.9.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Nos ayuda a descifrar y a decidir si el proyecto o el plan de negocios es rentable ya que para ello la tasa interna de retorno debe ser mayor a la tasa otorgada por la institución bancaria, lo cual nos indica que el proyecto de inversión es rentable. Teniendo en cuenta que la Tasa Interna de Retorno es de 48,36%, lo que nos proporcionar que la propuesta para el plan de negocios si es rentable.

4.8.9.4 Periodo de recuperación de la inversión

Con este criterio de evaluación se determina el periodo necesario para recuperar la inversión inicial, esto de acuerdo a lo que se ha planteado en el plan de negocios con un periodo de recuperación en el análisis de PRI, los cuales se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro 34 Período de recuperación de la inversión

PRI	$\frac{100\%}{\text{TIR}}$
PRI	$\frac{100\%}{48,36\%}$
PRI	2

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

El periodo el que se está proyectada la inversión y recuperación de este plan de negocios es de 2 años, ya que es el tiempo óptimo para la recuperación de los recursos y de los intereses, para que la microempresa de confecciones “Mishell”, pueda producir y recuperar el financiamiento adquirido.

4.8.10 Evaluación de la situación inicial

El estado de situación inicial es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable, y en la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” se ha realizado los mismo análisis, llevando a cabo todos los pasos, sin lugar a duda viendo cuales son los puntos de relevancias y de viabilidad para el proyecto. Este informe económico o también llamado balance económico es utilizada obligatoriamente por pequeñas empresas y grandes empresas para una demostración de los resultados de su vida contable reflejando en que niveles se encuentra la entidad. La situación inicial es la parte final de los cálculos de los resultados de los análisis del proyecto en por ello que se detallan a continuación.

Cuadro 35 Estado de situación inicial

ACTIVOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
CORRIENTES	\$ 43.068,90	\$ 51.355,31	\$ 51.745,04	\$ 51.808,25	\$ 51.877,10
Efectivo	\$ 34.455,12	\$ 41.084,25	\$ 41.396,03	\$ 41.446,60	\$ 41.501,68
Cuentas por cobrar	\$ 8.613,78	\$ 10.271,06	\$ 10.349,01	\$ 10.361,65	\$ 10.375,42
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 8.094,80	\$ 6.071,10	\$ 4.047,40	\$ 2.023,70	\$ -
IVA PAGADO	\$ 2.238,80	\$ 2.497,35	\$ 2.623,43	\$ 2.756,22	\$ 2.896,12
RFIR PAGADA POR ADELANTADO	\$ 186,57	\$ 208,11	\$ 218,62	\$ 229,69	\$ 241,34
TOTAL ACTIVOS	\$ 53.589,06	\$ 60.131,88	\$ 58.634,48	\$ 56.817,86	\$ 55.014,57
PASIVOS					
DEUDA BANCARIA	\$ 14.846,08	\$ 11.134,56	\$ 7.423,04	\$ 3.711,52	\$ 0,00
UTILIDAD POR PAGAR	\$ 1.671,74	\$ 1.839,88	\$ 1.928,97	\$ 2.016,36	\$ 2.101,78
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 2.273,57	\$ 2.502,23	\$ 2.623,41	\$ 2.742,25	\$ 2.858,42
IVA COBRADO	\$ 21.384,00	\$ 23.239,06	\$ 24.052,43	\$ 24.894,26	\$ 25.765,56
IESS POR PAGAR	\$ 1.574,64	\$ 1.653,37	\$ 1.736,04	\$ 1.822,84	\$ 1.913,98
PATRIMONIO					
CAPITAL APORTADO	\$ 4.639,40	\$ 4.639,40	\$ 4.639,40	\$ 4.639,40	\$ 4.639,40
UTILIDAD NETA	\$ 7.199,63	\$ 7.923,74	\$ 8.307,45	\$ 8.683,78	\$ 9.051,65
UTILIDAD ANTERIOR	\$ -	\$ 7.199,63	\$ 7.923,74	\$ 8.307,45	\$ 8.683,78
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 53.589,06	\$ 60.131,88	\$ 58.634,48	\$ 56.817,86	\$ 55.014,57

Fuente: Cálculos del Autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

4.8.11 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio dentro de la evaluación del proyecto nos ayuda a conocer la relación entre los costos fijos y variables con los ingresos del proyecto, el punto de equilibrio se explica como la situación en la que el proyecto genera los ingresos suficientes para cubrir los costos del mismo, es decir no existen ni pérdidas y ganancias.

Cuadro 36 Punto de equilibrio de prendas para niños

Prendas para niños	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 15,00	\$ 15,53	\$ 16,07	\$ 16,63	\$ 17,21
C.V PROMEDIO	\$ 13,00	\$ 13,46	\$ 13,46	\$ 13,46	\$ 13,46
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	522	444	387
INGRESOS DE EQ.	\$ 9.078,62	\$ 9.396,37	\$ 9.725,25	\$ 10.065,63	\$ 10.417,93

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 37 Prendas para damas

Prendas para Damas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 25,00	\$ 25,88	\$ 26,78	\$ 27,72	\$ 28,69
C.V PROMEDIO	\$ 20,00	\$ 20,70	\$ 21,42	\$ 22,17	\$ 22,95
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	242	255	255	254	254
INGRESOS DE EQ.	\$ 6.052,41	\$ 6.052,41	\$ 6.052,41	\$ 6.052,41	\$ 6.052,41

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 38 Prendas para caballeros

Prendas para Caballeros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 40,00	\$ 41,40	\$ 42,85	\$ 44,35	\$ 45,90
C.V PROMEDIO	\$ 35,00	\$ 36,23	\$ 37,49	\$ 38,81	\$ 40,16
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	242	255	255	254	254
INGRESOS DE EQ.	\$ 9.683,86	\$ 10.022,80	\$ 10.373,59	\$ 10.736,67	\$ 11.112,45

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 39 Prendas para el hogar

Prendas para el Hogar	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 15,00	\$ 15,53	\$ 16,07	\$ 16,63	\$ 17,21
C.V PROMEDIO	\$ 10,00	\$ 10,35	\$ 10,71	\$ 11,09	\$ 11,48
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	242	255	255	254	254
INGRESOS DE EQ.	\$ 3.631,45	\$ 3.758,55	\$ 3.890,10	\$ 4.026,25	\$ 4.167,17

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 40 Prendas deportivas

Prendas Deportivas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 15,00	\$ 15,53	\$ 16,07	\$ 16,63	\$ 17,21
C.V PROMEDIO	\$ 13,00	\$ 13,46	\$ 13,93	\$ 14,41	\$ 14,92
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	637	635	634
INGRESOS DE EQ.	\$ 9.078,62	\$ 9.396,37	\$ 9.725,25	\$ 10.065,63	\$ 10.417,93

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 41 Uniformes

Uniformes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 15,00	\$ 15,53	\$ 16,07	\$ 16,63	\$ 17,21
C.V PROMEDIO	\$ 13,00	\$ 13,46	\$ 13,93	\$ 14,41	\$ 14,92
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	637	635	634
INGRESOS DE EQ.	\$ 9.078,62	\$ 9.396,37	\$ 9.725,25	\$ 10.065,63	\$ 10.417,93

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 42 Prendas interior masculino

Prendas interior Masculino	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 5,00	\$ 5,18	\$ 5,36	\$ 5,54	\$ 5,74
C.V PROMEDIO	\$ 3,00	\$ 3,11	\$ 3,21	\$ 3,33	\$ 3,44
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	637	635	634
INGRESOS DE EQ.	\$ 3.026,21	\$ 3.132,12	\$ 3.241,75	\$ 3.355,21	\$ 3.472,64

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 43 Prendas interior femenino

Prendas Interior Femen	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 5,00	\$ 5,18	\$ 5,36	\$ 5,54	\$ 5,74
C.V PROMEDIO	\$ 3,00	\$ 3,11	\$ 3,21	\$ 3,33	\$ 3,44
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	637	635	634
INGRESOS DE EQ.	\$ 3.026,21	\$ 3.132,12	\$ 3.241,75	\$ 3.355,21	\$ 3.472,64

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Cuadro 44 Variedades de prendas

Otras Prendas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 10,00	\$ 10,35	\$ 10,71	\$ 11,09	\$ 11,48
C.V PROMEDIO	\$ 8,00	\$ 8,28	\$ 8,57	\$ 8,87	\$ 9,18
CF.	\$ 1.210,48	\$ 1.321,06	\$ 1.364,20	\$ 1.408,97	\$ 1.455,47
CANTIDAD DE EQ.	605	638	637	635	634
INGRESOS DE EQ.	\$ 6.052,41	\$ 6.264,25	\$ 6.483,50	\$ 6.710,42	\$ 6.945,28

Fuente: Cálculos del autor

Elaborado por: Karina Rodríguez

Este cálculo nos permite saber el cálculo de los siguientes casos del proyecto el número de prendas de vestir que se deberá confeccionar para que se pueda cubrir tantos costos fijos como variables dentro de la proyección de 5 años.

4.8.12 Escenario optimista

De acuerdo al proyecto y a las proyecciones realizadas, concluimos que no muestra un escenario optimista la cual nos denota que el proyecto o plan de negocios a ejecutarse será rentable en la economía de la microempresa de confecciones de prendas de vestir de alta costura “Mishell”, con el fin de generar para la misma ingresos y rentabilidad, ya que al estudio de campo e investigativo realizado para este proyecto Plan de Negocios para la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” demuestra gran acogida y alto nivel de los posibles clientes dentro de la Parroquia Colonche, es por ello que de acuerdo a la demanda estudiada esta se incrementaría a corto plazo.

4.9 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

Expansión y desarrollo del país, fabricando bienes de consumo indispensables para la población, pues el vestuario hoy en la actualidad es necesario para el ser humano, por lo que su demanda aumenta día a día, debido a que la población crece constantemente.

Esta industria ocupa un lugar privilegiado dentro del sector manufacturero de la Provincia de Santa Elena siendo esta la primera dentro de la Parroquia Colonche, ya que en él, la mano de obra juega un papel primordial para su elaboración debido a que el proceso lleva una gran cantidad de operaciones manuales las cuales aún no han podido ser sustituidas como cortar el producto terminado para que no tenga ninguna avería.

4.9.1 Análisis de la evaluación ambiental

En la actualidad el medio ambiente es de vital importancia para todos los países del mundo, es por ello que al momento de fabricar las empresas han tomado medidas para reducir el impacto ambiental. El impacto ambiental se mide mediante el análisis a que ha de someterse una actividad con objeto de conocer las posibles perturbaciones producidas en el medio ambiente derivadas de su puesta en funcionamiento.

La mayoría de las decisiones tomadas por las pequeñas empresas tienen impacto ambientales potenciales, con impactos adversos a menudo causados por malas prácticas de manufactura. Que no se corrigen debido a la falta de técnica. El conocimiento de disposición inadecuada de desechos, estos problemas se componen tanto de falta de conocimiento de dispositivos protectores que son generalmente fáciles y baratos de obtener y que por ignorarlas de la seguridad industrial y las normas ambientales no la adquieren por desconocimiento por parte de los directivos o microempresarios hoy en día.

4.9.2 Impacto ambiental

Confecciones “Mishell”, no ha detectado riesgos directos para el ambiente ya que no se realizan transformaciones de materia por ningún medio o generación de contaminantes aéreos. En cuanto a los sobrantes pequeños de tela, o retazos se optara por venderlos a empresas que los reutilicen para sus labores, como es el caso de aluminio, pues los utilizan para brillar los productos que ellos fabrican y ofrecen. Además optamos por la confección adicional de Muñecos de trapo, almohadas y moños, serán para la donación de instituciones de nuestra propia Parroquia de Colonche, como también estos serán otros obsequios que la empresa dará a sus clientes en el área de ropa infantil.

4.9.3 Análisis socio económico del proyecto

Confecciones “Mishell”, es una empresa socialmente responsable ya que cuenta con la participación directa de sus socios activos, empleados y productos, para generar desarrollo social en la Parroquia y por supuesto dentro de la Región donde se encuentra localizada. Es innovada con el fin de contribuir al crecimiento del empleo en la Ciudad de Santa Elena, y en especial de la Parroquia Colonche, además logrando la capacitación de algunas mujeres con ese ánimo y conocimiento, lo cual les permite volverse expertas en la materia.

Además para dar un mejor apoyo de desarrollo en la Parroquia Colonche se tendrá en cuenta para laborar únicamente a las madres cabeza de hogar que en la actualidad ya lo están haciendo y que han sido desde un comienzo, pero sin embargo se necesita incrementar la mano de obra directa de producción y en la parte administrativa de la Microempresa. Se plantea un mecanismo de control para que los retazos grandes de telas, sean reutilizados por la misma empresa pues los mismos se pueden crear diseños nuevos a precios bajos: como moños, muñecas de trapo, y almohadas y gracias a estos diseños alternos, se podrán obtener ganancias extras para donaciones de la comunidad y la Parroquia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- 1) Existen pocos estudios técnicos especializados en este sector, que permita una real visualización de esta rama de la industria textil.
- 2) En este mercado de las confecciones de prendas existe un mercado insatisfecho en lo referente a la calidad, servicio, puntualidad, moda, precios entre otras.
- 3) Establecer un precio real competitivo en el mercado, que nos permitirá adquirir un margen de ganancias razonable y captar clientes.
- 4) La misión de Confecciones “Mishell” es ofrecer a los clientes comodidad al adquirir sus productos, durabilidad y diseños de moda, características que no han sido satisfechas hasta el momento por los ofertantes de la Parroquia Colonche.
- 5) El plan de negocios de este proyecto dirige los esfuerzos a la satisfacción real de las necesidades de los clientes, la cual se logran en base a un servicio y específicamente en el producto, acorde a sus requerimientos, de acuerdo a los procesos, sistemas y personal adecuado para la confección de prendas de vestir, obteniendo un acercamiento al cliente gracias al servicio y al producto.
- 6) Dentro del aspecto financiero del proyecto se puede concluir que la inversión necesaria para la microempresa de confecciones de prendas de vestir “Mishell” será de 23.197,00 con una inversión interna del 20% que equivale a 4.639,40, y el 80% crédito de una institución financiera como la CFN de 18.557,60 con pagos anuales desde 5.366,24 en un lapso de 5 años, y una tasa de interés anual del 10%. Y el periodo de recuperar la inversión es de 2 años.

Recomendaciones

- 1) En base a las conclusiones anteriormente señaladas se recomienda llevar a cabo el proyecto o plan de negocios para la Microempresa de confecciones “Mishell”, considerando la rentabilidad financiera para los inversionistas y social para los integrantes del mercado objetivo al que se va a captar.
- 2) Para garantizar el mercado de clientes, se deberá utilizar materia prima de calidad. Realizar los procedimientos de este proyecto mencionado para el registro y respaldo de marco legalmente formado.
- 3) Se recomienda tomar como base de la práctica cotidiana en el desarrollo de las actividades a la ética, veracidad y puntualidad, puesto que el segmento objetivo busca confiabilidad, precios cómodos, elegancia y distinción en las prendas de vestir.
- 4) Promover constantemente el producto para alcanzar las ventas esperadas. El desarrollo de nuevos diseños es indispensables para todas las presentaciones de clientes potenciales y la clave para un éxito continuo.
- 5) Realizar investigaciones de mercado periódicas para poder determinar las necesidades de nuestros clientes.
- 6) Además implantar estrategias de marketing desarrolladas para lograr la satisfacción real del cliente y del consumidor final, cumpliendo así la Misión y la Visión de Confecciones “Mishell”

BIBLIOGRAFÍAS

Libros de texto

- ❖ **AGUIRRE , Marizol. 2011.** Acceso a las PYMES.
- ❖ **ALVARADO, Elio Luís. 2008.** *Metodología de la Investigación.* Limusa
- ❖ **BARRENO, Luís. 2012.** Compendio de Formulación y Evaluación de Proyectos. México, pág. 67.
- ❖ **BUENO CAMPOS , E. 2008.** Dirección Estratégica de la empresa. *Técnicas y casos.* Madrid.
- ❖ **BUENO CAMPOS, E. Cruz. 2010.** Economía de la empresa. *Análisis de las decisiones empresariales y de expansión.* Madrid.
- ❖ **CALERO , Aristides. 2011.** Técnicas de Muestreo. La Habana : Pueblo y Educación, pág. 514.
- ❖ **CARLOS , Malla. 2009.** Contabilidad de Costo y Estrategia de cooperación de Gestión. Madrid España : Prectice Hall.
- ❖ **COMERCIO, LA CÁMARA DE. 2010.** PYMES. Quito: s.n., 2010.
- ❖ **AGUIRRE, Marizol. 2010.** *El acceso a la PYMES a los mercados de Capitales.*
- ❖ **SERRANO GÓMEZ y VILLARRANGA PLAZA. 2013***El emprendedor y su empresa..* Bucaramanga : s.n., 2013.
- ❖ **CORREA, RAFAEL FINANZAS.. 2009.**
- ❖ **GALLARDO CERVANTES , Juan.** Formulación y evaluación de proyectos de Inversión. Madrid : s.n., pág. 38.
- ❖ **HERNÁNDEZ, S. 2009.** Diseño de la investigacion de mercados. 2009, pág. 236.

- ❖ **LAMBIG P., Kuehl. 2008.** Empresas Pequeñas y Medianas. *Prácticas*. México : s.n., 2008.
- ❖ **LAWRENCE. 2012.** Fundamentación de Administración Financiera. México, pág. 1077.
- ❖ **LAWRENCE, Gitman. 2009.** Introducción a la Investigación de Mercados. México : Tercera Edición, pág. 162.
- ❖ **LIND , Douglas. 2008.** Población y Muestra, pág. 7.
- ❖ **NAVAS LÓPEZ, J.E. y Guerras Martin , L.A. 2010.** La dirección estratégica de la empresa. *Teoría y aplicaciones*. Madrid.
- ❖ **ORTIZ, ELADIO. 2009.** Población y muestra . México, pág. 31.
- ❖ **PACHECO, C. 2011.** Diseño de la investigación. México, pág. 25.
- ❖ **PÉREZ C., JUAN. 2010.** Control de Gestión Empresarial. Madrid España : ESIC,, págs. 43-45.
- ❖ **ROM, C.** Artículo Financiero . Octubre de 2008.
- ❖ **STONER FREEMAN , GILBERT. 2009,** pág. 345.
- ❖ **THOMPSON, Arthur A. 2011.** Dirección y administración estratégica. Buenos Aires : s.n., 2011.
- ❖ **FERRELL, Carlos (2009)** Estrategia de Marketing. México: Thomson
- ❖ **MARTIN, José. (2010).** Estrategia empresarial, segunda edición, México. Gestión. As.
- ❖ **ARRIAGA, Huertas. (2012)** Marketing Mix, Fortaleza de las grandes empresas México.
- ❖ **NOBOA, Mauricio. (2009).** Ventaja competitiva en el Mercado local. Estrategias competitivas. Quito- Ecuador.

Linkografía

- ❖ www.inec.gov.ec.
- ❖ <http://enplenitud.net/areas.asp?areaid=7>
- ❖ html.rincondelvago.com/proyecto-de-creacion-de-una-empresa-textil.html
- ❖ www.google.com.ec.“<http://uproadmon.blogspot.com/2007/02/matriz-foda.html>
- ❖ www.google.com.ec-<http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-deorganigramas>.
- ❖ <http://www.crecenegocios.com/pasos-para-lanzar-una-campana-publicitaria/>
- ❖ <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html>
- ❖ <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/0775.pdf>
- ❖ <http://www.peninsula.ec.com/html>.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1 Plan de acción

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA DE CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR DE ALTA COSTURA “MISHELL” DE LA COMUNA BAMBIL DESHECHO, PARROQUIA COLONCHE PROVINCIA DE SANTA ELENA.				
Problema principal: Como incide la falta de un Plan de Negocios para la expansión y desarrollo de la industria de confecciones “Mishell”.				
Fin del proyecto: Evaluar los niveles de financiamientos que intervienen en la expansión y desarrollo de la microempresa de confección de prendas de vestir, mediante una investigación a los directivos e instituciones gubernamentales, para el diseño de un plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir “Mishell” de la Comuna Bambil Deshecho.			Indicadores:	
Propósito del proyecto: Diseño de un plan de negocios para la microempresa de confección de prendas de vestir de la Comuna Bambil Deshecho			<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a posibles beneficiarios • Entrevistas a los directivos y personal de la industria de confecciones “Mishell”. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Desempeñarse activamente en el área de confecciones de prendas de vestir, entregando productos de calidad. 				
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del objetivo	Actividades
Incrementar la capacidad instalada de la empresa para aumentar el volumen de ventas, entregando productos de calidad e innovación permanente, que permita a la empresa alcanzar cada vez más prestigio en el mercado.	Entrevista a directivos de la Microempresa Entrevista al personal de producción de la microempresa de confección “Mishell”	Aumentar las maquinarias para un mayor volumen de producción. Desarrollar producción de alta calidad con un estricto desempeño de la mano de obra calificada.	Directivo de la institución	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las necesidades básicas de la microempresa . • Financiamiento con la BNF y con pagos anuales \$ 5.366,24. • Ampliar el equipo necesarios para la producción
Mejorar la atención al cliente, reduciendo los tiempos de espera en la entrega del producto otorgando beneficios (promociones, descuentos y premios).	Encuesta a población de la Parroquia Colonche.	Estrategias promocionales y de comercialización. Servicio al cliente y tiempos de espera.	Personal Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las fuentes de información para nuestros clientes. • Definir los estándares del servicio para los clientes nuevos. • Establecer los métodos para la ejecución de los premios en la microempresa. • Ejecutar el estudio.

<p>Utilizar tecnología avanzada y diseños actuales, para la fabricación de prendas de calidad, con el fin de obtener resultados idóneos en la mente de nuestros clientes.</p>	<p>Entrevista directivos</p>	<p>Procesos de la fabricación de productos</p> <p>Procesos en calidad en prenda.</p>	<p>Personal Administrativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los procesos adecuados para un producto de calidad. • Llevar un constante estudio de las nuevas oportunidades tecnológicas que ofrece el mercado. • Evaluar las tendencias actuales de la moda • Ejecutar el estudio.
<p>Realizar alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales de la Parroquia y de la Provincia en general, para lograr ser sus proveedores con el fin de obtener pedidos al por mayor y ventas seguras.</p>	<p>Instituciones de la Provincia de Santa Elena.</p> <p>Investigación con los requisitos de estas instituciones.</p>	<p>Alianzas estratégicas</p>	<p>Personal Administrativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer lista de direcciones de las instituciones de la Provincia. • Realizar mostradores para la exhibición de los productos a realizar para estas instituciones. • Elaborar actividades de comunicación para la acogida del cliente. • Ejecutar la actividad.
<p>Motivar a los empleados dándoles la oportunidad de la opinión para la mejora continua de la microempresa, dándoles capacitaciones constantes.</p>	<p>Empleados y directivos de la empresa</p>	<p>Fortalecimiento de comunicación efectiva dentro de las empresas.</p> <p>Liderazgo y Toma de decisiones.</p>	<p>Personal Administrativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar constantemente charlas liderazgo, comunicación, ventas entre otras. • Promover la libre expresión entre directivos y empleados para una mejor comunicación y mejoras para la microempresa. • Comunicación eficaz entre departamentos. • Ejecutar la actividad.

Anexo 2 Encuesta aplicada a la población

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

OBJETIVO: Recolectar información relevante mediante un cuestionario que permita abordar el tema de investigación y se fundamente en datos exactos y precisar el tema de investigación.

A. Información general

Sexo	M.	F.
------	----	----

Edad:	Ingresos
18 a 25 años	100-200
26 a 38	200-300
Mas de 39	400 y mas

B. información específica

Indicaciones: conteste con franqueza y señalando con una x sus preferencias

1. Compra Ud. Generalmente prendas de vestir?

Si	
No	

2. Qué clase de prendas adquiere Ud. más?

Masculino	
Femenino	

⊕ Generalmente cada que tiempo compra Ud. Prendas de vestir?

Cada 15 días	
Cada mes	
Cada año	
Otras- cuales	

4. Al adquirir un producto que Ud. Busca?

Calidad	
Precio	
Calidad – Precio	
Calidad-Calidez – Precio	
Otras opciones	

5. Lo más importante para ud. Con relación al precio es encontrar ropa con?

Descuentos	
Promoción	
Precio justo frente a la calidad	

6. A que ciudad se dirige cuando compra ropa?

Santa Elena	
Libertad	
Salinas	
Guayaquil	
Otros	

7. Compraría Ud. Prendas de vestir confeccionadas en la misma zona?

Si	
No	

8. En donde compraría las prendas de vestir que sean confeccionadas en la misma zona?

Tiendas	
Puestos de ropa	
A domicilio	
Otros	

9. Cree ud. Que debería existir una empresa de confección de prendas de vestir en la Parroquia Colonche?

Si	
No	

10. Estaría usted dispuesto a ser un posible cliente de la empresa de confección de prendas de vestir, si esta tomará en consideración sus requerimientos?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	

11. Conoce Ud. La Microempresa de prendas de vestir "Mishell"?

Si	
No	

12. Ha comprado Ud. En la Microempresa de Confección de prendas de vestir "Mishell"?

Si	
No	

Para los que contestaron si conocen:

13. La ropa que vende la microempresa de Confecciones de Prendas de vestir "Mishell" que le parece?

Buena	
Regular	
Mala	

14. De las siguientes características de la microempresa cual es la más importante para Ud.?

Precio accesibles	
Diseños exclusivos	
Facilidad en los pagos	

15. Compraría Ud. en la microempresa de confecciones de prendas de vestir "Mishell" de la Comuna Bambil Deshecho?

Si	
No	

16. Que otro servicio le gustaría que ofreciera la empresa?

Atención personalizada	
Entrega a domicilio	
Garantía	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

Anexo 3 Entrevista realizada al propietario

- Sus empleados han recibido capacitaciones para la confección de las prendas de vestir?
- ¿Cuáles son las características principales que hicieron que su empresa se desarrolle en el ámbito de la confección de prendas de vestir? porque?
- ¿Cree Ud. que adquiriendo un financiamiento mejoraría diferentes ámbitos de la microempresa? Cuales?
- ¿Cuál procesos de producción de las prendas de vestir de su microempresa?
- ¿Conoce Ud. Los principales puntos de distribución de las zonas Rurales para la realización de la venta del producto? porque medios hace la venta?
- ¿Periódicamente realiza publicidades de marketing para su microempresa? O no lo hace? Porque?
- Cuáles son los mayores inconvenientes que tiene la microempresa?
- Como le gustaría ser conocido en el mercado?
- Cuáles son sus mayores competidores en el ámbito de las confecciones de prendas de vestir?
- Cuáles serían las estrategias que utilizaría para llegar y dar un mejor servicios a sus clientes?

Anexo 4 Carta aval



DESCUBRE TU ESTILO AQUÍ...

CONFECCIONES MISHELL

Ruc: 0920274891001

Fundado El 7 De Enero del 2011

Bambil Deshecho-Santa Elena-Ecuador.

Bambil Deshecho, febrero 2013

**SEÑORITA
KARINA HERLINDA RODRIGUEZ GONZABAY
ESTUDIANTE DE LA UPSE.
PRESENTE.**

Conocedor de la carta ante recibida, y estudiando la notabilidad que esta tiene en su vida estudiantil para la obtención de su título de tercer nivel como **Ingeniera en Desarrollo Empresarial**.

Autorizo a usted Karina Herlinda Rodríguez Gonzabay para que realice su tema de tesis en nuestra institución, por lo cual ayudara al mejoramiento de calidad en todos los ámbitos para la empresa, ya que además como persona emprendedora y colaboradora en los ámbitos de ayuda social para con los estudiantes y a la comunidad, dejo constancia de haber aprobado la realización de la tesis de la Señorita ante mencionada.

A la vez, agradeciendo por la amplia importancia y confianza que ha puesto en nuestra empresa, reitero éxitos en su vida profesional.

Atentamente,


Sr. JOFFRE RODRIGUEZ GONZABAY
Ruc: 0920274891001
PROPIETARIO
"CONFECCIONES MISHELL"

Anexo 5 Glosario

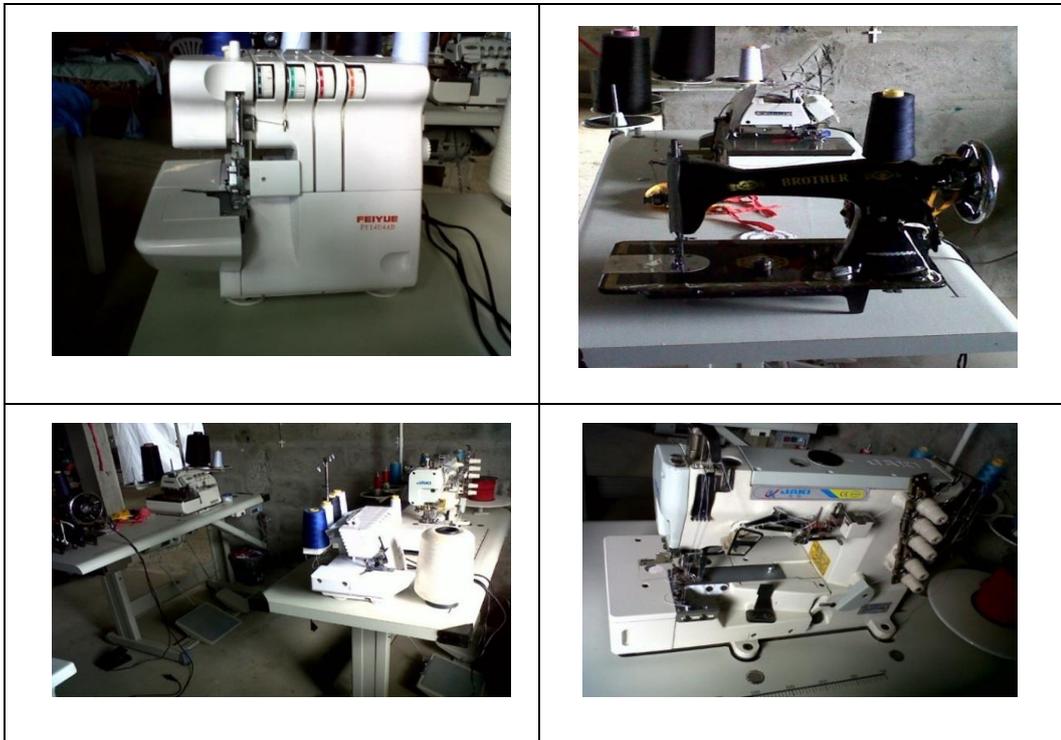
- **Análisis de la participación en el mercado.** Estudio de la participación de una compañía en el mercado en cifras totales y también por línea de producto y por segmento.
- **Calidad.** Eficacia con que un producto cumple las expectativas del comprador.
- **Calidad de servicio.** Grado en el que una oferta intangible reúne las expectativas del cliente.
- **Costo fijo.** Aquel que pertenece inalterado, sin importar como se producen o se venden los bienes.
- **Costos variables.** Aquel que cambia directamente en relación con el número de unidades producidas o vendidas.
- **Descuentos por volumen.** Deducción del precio de lista que se ofrece a un comprador cuando adquiere una gran cantidad del producto.
- **Marca.** Nombre y/o símbolo cuya finalidad es identificar y diferenciar el producto de un vendedor o grupo de vendedores.
- **Moda.** Estilo que aceptan y compran ampliamente grupos sucesivos de personas durante un periodo bastante largo.
- **Procesos.** Es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos

- **Financiamiento.** Financiar determinada empresa, o adquisición o proyecto lo cual en algunos supuestos consiste en otorgar un crédito
- **Producción.** Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos.
- **Capital.** Denominado capital al elemento necesario para la producción de bienes de consumo.
- **Competitividad.** La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado.
- **Estrategia.** Estrategia es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.
- **Aportaciones.** Recursos canalizados para crear o incrementar el patrimonio de ciertas entidades que laboran con fines de utilidad pública y cuyos ingresos son insuficientes.
- **Investigación.** La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante.
- **Evaluación.** La evaluación es la acción de estimar, apreciar, calcular o señalar el valor de algo.
- **Administración.** Ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos de una organización.
- **Comercializar.** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios.

Anexo 6 Abreviaturas

- **RUC;** Registro Único del Contribuyente
- **CFN;** Corporación Nacional Financiera
- **PYME;** Pequeña y Medianas Empresas
- **INEC;** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- **PIB;** Producto Interno Bruto
- **AITE;** Asociación de Industriales Textiles de Ecuador.
- **BCE;** Banco Central del Ecuador.

Anexo 7 Maquinas de confecciones “Mishell”



Anexo 8 medidas para el corte de tela



Anexo 9 verificación de medidas



Anexo 10 prenda costura recta



Anexo 11 medidas alternas

