

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniero/a Industrial

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del proyecto:

**“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A
CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD
DE RIOBAMBA”**

Autores:

Cristian David Vallejo Méndez

Yesenia Elizabeth Rios Arias

Tutor:

Ing. Mario Cabrera PhD

Riobamba – Ecuador

Revisión los miembros del tribunal

Los miembros del tribunal de Graduación del proyecto de investigación titulado: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, presentado por la Srta. Yesenia Elizabeth Rios Arias con CC: 1600640377, y el señor Cristian David Vallejo Méndez con CC: 0604073007, dirigida por: Ing. Mario Vicente Cabrera Vallejo PhD.

Una vez realizado el informe final del proyecto de investigación escrito con fines de graduación, en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia de la biblioteca de la Facultad de Ingeniería, de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

Ing. Mario Vicente Cabrera Vallejo PhD

TUTOR DEL PROYECTO

FIRMA

Mgs. Hidalgo Wilfrido Salazar Yépez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

FIRMA

Mgs. Vicente Soria Granizo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

FIRMA

Aprobación por parte del tutor

Ing. Mario Cabrera PhD, docente de la carrera de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería, en la Universidad Nacional de Chimborazo.

CERTIFICO

Haber revisado y asesorado el informe final del proyecto de investigación titulado: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, presentado por la Srta. Yesenia Elizabeth Rios Arias con CC: 1600640377, y el señor Cristian David Vallejo Méndez con CC: 0604073007, egresados de la carrera de Ingeniería Industrial, el mismo que cumple con los requisitos establecidos por la institución y méritos para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal designado.



Ing. Mario Cabrera PhD

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación:

“PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de nosotros, como los autores de este trabajo de grado.

LOS AUTORES



.....
Cristian David Vallejo Méndez

C.I. 0604073007



.....
Yesenia Elizabeth Rios Arias

C.I. 1600640377

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por permitirnos estar aquí hoy en día, darnos una nueva oportunidad de vivir y compartir con nuestros seres queridos este momento tan especial, a pesar de que el camino se tornaba complicado siempre encontramos esa fortaleza para seguir adelante y no dejarnos vencer hasta cumplir todas nuestras metas.

Agradecemos a nuestros familiares que en todo momento estuvieron presentes unos junto a nosotros y otros a pesar de estar lejos siempre se mantuvieron al pendiente en todo momento.

Agradecemos a nuestros ingenieros por sus enseñanzas y la dedicación por impartir sus clases con el mejor júbilo posible y además de hacernos partícipes de sus experiencias laborales.

Agradecemos al Ingeniero Mario Cabrera, por sus enseñanzas, por su tiempo y dedicación para lograr guiarnos en la última etapa nuestra carrera profesional y presentar una investigación que cumpla con los conocimientos que hemos adquirido en estos 5 años de Universidad.

DEDICATORIA

Le dedico a **Dios y a la Virgen Dolorosa** por brindarme la salud, fuerza y animo necesario para seguir adelante, por guiar mi camino y nunca abandonarme en los momentos más críticos.

A mis padres **Mercedes y Alex** quienes han luchado día y noche para darme lo mejor, por el apoyo incondicional y los buenos consejos que me han brindado, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, por convertirme en un hombre de bien, ya que han sido mi mayor soporte en la vida y un eje principal para finalizar mi carrera profesional.

A mis hermanos **Xavier y Gabriel** que son mi mayor admiración que me han enseñado a nunca a darme por vencido que por más difícil que este la situación siempre luchar hasta el final sin importar el resultado.

A mi primo **Andrés** por todos los momentos compartidos y conversaciones que me ha hecho reflexionar de lo importante que es la familia lo cual me motiva para seguir avanzando hacia mis metas.

A mi novia **Yesenia** quien ha sido mi motivación y mi motor que me ha impulsado a seguir adelante convirtiéndose en un pilar fundamental en mi vida

Cristian David Vallejo Méndez

DEDICATORIA

A mi madre **Eulalia**, por su apoyo incondicional, por su manera de salir adelante a pesar de las adversidades que pasamos, por esa lucha incansable de lograr lo que hoy en día se vuelve una realidad, por todos estos años que hemos estado separadas pero que valieron la pena ya que gracias a este sacrificio logre finalizar mi carrera profesional.

A mi abuelita **Teresa**, por sus cuidados y el apoyo brindado en todo este tiempo, convirtiéndose en un gran soporte a pesar de haber estado lejos.

A mis tíos **Carlos y Elida**, a los que considero mis segundos padres por siempre estar al pendiente de mí y apoyarme siempre, por enseñarme que la familia es lo más importante que se puede tener en esta vida.

A mis hermanas **Jessica y Dayana**, que son las mejores cómplices y amigas siempre están ahí en las buenas y en las malas, celebrando los triunfos y ayudándonos a resolver cualquier dificultad que se nos presente.

A mi enamorado **Cristian**, por ser la personita que hoy en día me ha dado su apoyo y su tiempo para lograr nuestros objetivos.

A mi compañera de vida **Kyubi**, por ser incondicional, cariñosa y juguetona y por demostrarme que los animalitos son los mejores amigos que se puede tener.

Al resto de mi familia por confiar en mí y en lo lejos que llegaría.

Yesenia Elizabeth Rios Arias

RESUMEN

El sector femenino de la ciudad de Riobamba se ha encontrado con diferentes problemas al momento de adquirir sus prendas, por lo cual surgió la idea de la creación de una empresa dedicada a confeccionar prendas de dama, de esta manera solventar los problemas y ofrecer prendas de calidad. Se ha desarrollado el análisis del sector mediante la realización de la matriz Pestel y las 5 fuerzas de Porter. El estudio de mercado determinó el sector más interesado y sus preferencias, estableciendo que el estilo casual es el preferido, optando por blusas y pantalones formales, el grupo interesado se encuentra en edades de 15 a 25 años, a quienes se le aplicó una nueva encuesta para conocer sus gustos acerca de telas, estilos, diseños, y precios de las prendas, dándonos un 80,9% de la población femenina que muestra interés. El estudio técnico se estableció los tiempos de producción, procesos, activos fijos, balance de materia prima, del personal, localización y cálculo de la superficie de la planta dando como resultado 275 metros cuadrados. El estudio organizacional estableció la estructura de la empresa, y las funciones de cada trabajador. El estudio financiero determinamos la inversión total, el costo y gastos operacionales. Y la evaluación del proyecto que dio como resultado que el periodo de recuperación será de 4 años con 8 meses, con una rentabilidad del 21%, y con un beneficio costo de 0,21 centavos por cada dólar invertido, llegando a determinar a la creación de la empresa como rentable.

Palabras Claves: Pestel, 5 Fuerzas de Porter, activos fijos, localización, inversión total, periodo de recuperación, rentabilidad, beneficio costo

ABSTRACT

The female sector of the city of Riobamba has encountered different problems when acquiring their garments. The idea of creating a company dedicated to making women's garments arose in this way to solve the issues and offer garments of quality. The analysis of the sector has been developed by carrying out the Pestel matrix and the 5 Porter forces. The market study determined the most exciting industry and its preferences, establishing that the casual style is preferred. Opting for blouses and formal pants, the interested group is between the ages of 15 and 25. A new survey was applied to know their tastes about fabrics, styles, designs, and garment prices, giving us 80.9% of the female population that shows interest. The technical study established that the production processes, fixed assets, raw material balance, personnel, location, and calculation of the plant's surface, resulted in 275 square meters. The organizational study established the structure of the company and the functions of each worker. The economic research determines the total investment, cost, and operating expenses. And the evaluation of the project that resulted in the recovery period will be four years and eight months, with a profitability of 21%, and with a profit of 0.21 cents for every dollar invested, determining the company's creation as profitable.

Keywords: Pestel, 5 Porter Forces, fixed assets, location, total investment, payback period, profitability, cost-benefit.

Reviewed by:
Ms.C. Ana Maldonado León
ENGLISH PROFESSOR
C.I.0601975980

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

| | |
|---|------|
| PORTADA..... | I |
| AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | II |
| AGRADECIMIENTO | V |
| DEDICATORIA | VI |
| DEDICATORIA | VII |
| RESUMEN | VIII |
| ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS | X |
| ÍNDICE DE TABLAS | XVII |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | XX |
| ÍNDICE DE ANEXOS | XXII |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: Problematización | 3 |
| 1.1. Planteamiento del problema..... | 3 |
| 1.2. Objetivos | 4 |
| 1.2.1. Objetivo general..... | 4 |
| 1.2.2. Objetivos específicos | 4 |
| 1.3. Justificación..... | 5 |
| 1.4. Beneficios..... | 6 |
| 1.4.1. Directos..... | 6 |
| 1.4.2. Indirectos..... | 6 |
| 1.5. Filosofía de la investigación..... | 6 |
| 1.5.1. Misión | 6 |
| 1.5.2. Visión..... | 6 |
| CAPÍTULO II: Marco teórico | 7 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación | 7 |
| 2.2. Fundamentación Teórica..... | 9 |

| | | |
|---------------------------------------|--|----|
| 2.2.1. | Estudio de mercado..... | 9 |
| 2.2.2. | Estudio técnico..... | 9 |
| 2.2.3. | Estudio financiero..... | 9 |
| 2.2.4. | Estudio organizacional..... | 9 |
| 2.2.5. | Evaluación del proyecto..... | 10 |
| 2.2.6. | Industria textil..... | 10 |
| 2.3. | Definición de términos..... | 10 |
| 2.3.1. | Mercado..... | 10 |
| 2.3.2. | Demanda..... | 11 |
| 2.3.3. | Oferta..... | 11 |
| 2.3.4. | Costos..... | 11 |
| 2.3.5. | Gasto..... | 11 |
| 2.3.6. | Cliente..... | 11 |
| 2.3.7. | Demanda insatisfecha..... | 11 |
| 2.3.8. | Canales de distribución..... | 11 |
| 2.3.9. | Sector textil en Ecuador..... | 11 |
| 2.3.10. | Creación de una empresa..... | 12 |
| 2.3.11. | Comercialización..... | 12 |
| 2.3.12. | Análisis del sector..... | 12 |
| CAPÍTULO III: Marco metodológico..... | | 13 |
| 3.1. | Metodología..... | 13 |
| 3.1.1. | Tipo de Investigación..... | 13 |
| 3.1.1.1. | Investigación descriptiva..... | 13 |
| 3.2. | Diseño de investigación..... | 13 |
| 3.2.1. | No experimental..... | 13 |
| 3.3. | Población y muestra..... | 13 |
| 3.3.1. | Población..... | 13 |
| 3.3.2. | Muestra..... | 14 |
| 3.3.3. | Técnicas de procesamiento y análisis de datos..... | 15 |

| | | |
|--|--|----|
| 3.3.4. | Operacionalización de las variables..... | 16 |
| 3.4. | Técnicas de investigación..... | 17 |
| 3.4.1. | Encuesta piloto..... | 17 |
| 3.4.2. | Encuesta online..... | 17 |
| 3.4.3. | Procedimiento..... | 17 |
| CAPITULO IV: Resultados de la investigación..... | | 19 |
| 4.1. | Análisis del problema..... | 19 |
| 4.2. | Análisis, interpretación y presentación de resultados de la encuesta piloto..... | 19 |
| 4.3. | Análisis del sector..... | 24 |
| 4.3.1. | Análisis del entorno externo..... | 24 |
| 4.3.2. | Análisis del micro entorno..... | 29 |
| 4.3.2.1. | Poder de negociación de los clientes..... | 29 |
| 4.3.2.2. | Poder de negociación de los proveedores..... | 29 |
| 4.3.2.3. | Amenaza de nuevos competidores..... | 29 |
| 4.3.2.4. | Amenaza de productos sustitutos..... | 30 |
| 4.3.2.5. | Rivalidad entre competidores..... | 30 |
| 4.3.3. | FODA..... | 31 |
| 4.4. | Estudio de mercado..... | 34 |
| 4.4.1. | Producto..... | 34 |
| 4.4.1.1. | Normas..... | 34 |
| 4.4.1.2. | Aspectos generales..... | 34 |
| 4.4.2. | Descripción del producto..... | 37 |
| 4.4.2.1. | Blusas..... | 37 |
| 4.4.2.2. | Pantalones..... | 37 |
| 4.4.3. | Precio..... | 38 |
| 4.4.3.1. | Precio de penetración..... | 39 |
| 4.4.4. | Canales de distribución..... | 39 |
| 4.4.5. | Clientes..... | 39 |

| | |
|---|----|
| 4.4.5.1. Segmentación demográfica..... | 39 |
| 4.4.6. Diseño y validación de encuesta | 40 |
| 4.4.6.1. Diseño de la encuesta..... | 40 |
| 4.4.6.2. Validación de encuestas..... | 40 |
| 4.4.7. Tabulación de encuestas | 41 |
| 4.4.8. Demanda | 61 |
| 4.4.9. Determinación de la elasticidad de la demanda de blusas y pantalones formales .. | 62 |
| 4.4.10. Oferta..... | 64 |
| 4.4.11. Proyecciones..... | 65 |
| 4.4.11.1. Proyecciones de la demanda. | 65 |
| 4.4.11.2. Demanda potencial insatisfecha..... | 67 |
| 4.5. Estudio técnico | 70 |
| 4.5.1. Ingeniería del proyecto | 70 |
| 4.5.1.1. Proceso de producción..... | 70 |
| 4.5.1.1.1. Descripción del proceso de producción de blusas. | 70 |
| 4.5.1.1.2. Descripción del proceso de producción de pantalones formales. | 71 |
| 4.5.1.1.3. Simbología de las actividades..... | 73 |
| 4.5.1.1.4. Diagrama de flujo de proceso para blusas con cuello en V..... | 74 |
| 4.5.1.1.5. Diagrama de flujo de proceso para pantalones formales. | 75 |
| 4.5.1.2. Tiempo de producción de blusas cuello en V. | 77 |
| 4.5.1.3. Tiempo de producción de pantalones formales. | 78 |
| 4.5.1.4. Balance de materias primas para blusas..... | 79 |
| 4.5.1.5. Balance de materias primas para pantalones formales. | 80 |
| 4.5.1.6. Balance de personal. | 81 |
| 4.5.1.7. Activos fijos..... | 82 |
| 4.5.1.7.1. Maquinaria y equipos. | 82 |
| 4.5.1.7.2. Muebles y enseres. | 84 |
| 4.5.1.8. Activos diferidos..... | 88 |
| 4.5.1.9. Activos intangibles..... | 89 |

| | |
|---|-----|
| 4.5.1.10. Depreciación. | 90 |
| 4.5.1.10.1. Depreciación de maquinaria y equipos. | 90 |
| 4.5.1.10.2. Depreciación de muebles y encerados. | 91 |
| 4.5.1.10.3. Depreciación de equipos informáticos. | 92 |
| 4.5.1.10.4. Depreciación de vehículos. | 92 |
| 4.5.1.10.5. Depreciación de edificación. | 92 |
| 4.5.1.10.6. Depreciación total. | 93 |
| 4.5.1.11. Servicios Básicos. | 93 |
| 4.5.1.11.1. Consumo eléctrico. | 93 |
| 4.5.1.11.2. Consumo agua. | 94 |
| 4.5.1.11.3. Servicio de internet. | 95 |
| 4.5.1.11.5. Lubricantes y Repuestos. | 95 |
| 4.5.2. Tamaño del proyecto. | 95 |
| 4.5.2.1. Macrolocalización. | 96 |
| 4.5.2.2. Microlocalización. | 97 |
| 4.5.2.2.1. Método cualitativo por puntos. | 99 |
| 4.5.3. Diseño de planta. | 101 |
| 4.5.3.1. Calculo de la superficie de la planta. | 102 |
| 4.5.3.1.1. Cálculo del área de producción. | 103 |
| 4.5.3.1.2. Cálculo del área de bodegas. | 104 |
| 4.5.3.1.3. Cálculo del área de sala de reuniones. | 104 |
| 4.5.3.1.4. Cálculo del área de gerencia y secretaria. | 104 |
| 4.5.3.1.5. Cálculo del área de contabilidad y ventas. | 105 |
| 4.5.3.1.6. Cálculo del área de control de calidad y diseñador. | 105 |
| 4.5.3.1.7. Cálculo del área de servicios higiénicos. | 105 |
| 4.5.3.1.8. Zona de carga y descarga. | 105 |
| 4.5.3.1.9. Consideraciones generales. | 106 |
| 4.5.3.1.10. Cuadro resumen de las áreas de la planta. | 106 |
| 4.5.3.2. Método Systematic Layout Planning (SLP). | 107 |
| 4.5.3.2.1 Diagrama de interrelaciones. | 108 |

| | |
|---|-----|
| 4.5.3.2.2. <i>Diagrama de relaciones de las actividades</i> | 109 |
| 4.6. Estudio organizacional | 111 |
| 4.6.1. Estructura de la empresa | 111 |
| 4.6.2. Organigrama de la empresa | 111 |
| 4.6.3. Funciones | 112 |
| 4.6.3.1. Descripción de las funciones del gerente..... | 112 |
| 4.6.3.2. Descripción de las funciones de la secretaria. | 113 |
| 4.6.3.3. Descripción de las funciones del contador..... | 114 |
| 4.6.3.4. Descripción de las funciones del vendedor..... | 115 |
| 4.6.3.5. Descripción de las funciones del Supervisor de Calidad. | 116 |
| 4.6.3.6. Descripción de las funciones del Diseñador. | 117 |
| 4.6.3.7. Descripción de las funciones de las costureras. | 118 |
| 4.6.3.8. Descripción de las funciones del Operario de Bodega. | 120 |
| 4.6.3.9. Descripción de las funciones del chofer. | 121 |
| 4.6.4. Procedimientos..... | 122 |
| 4.6.4.1. Proceso para contratar al personal. | 122 |
| 4.6.4.2. Descripción del proceso de contratación del personal. | 123 |
| 4.7. Estudio financiero | 124 |
| 4.7.1. Inversión | 124 |
| 4.7.1.1. Inversión en activos fijos. | 124 |
| 4.7.1.2. Inversión de los activos intangibles. | 124 |
| 4.7.1.3. Inversión del capital de trabajo. | 125 |
| 4.7.1.4. Inversión total. | 125 |
| 4.7.2. Financiamiento..... | 126 |
| 4.7.3. Presupuesto de costos e ingresos | 126 |
| 4.7.3.1. Ingreso por las ventas..... | 126 |
| 4.7.4. Costos de producción y gastos de operación | 127 |
| 4.7.5. Valor de rescate..... | 128 |

| | |
|---|-----|
| 4.7.6. Reinversión | 128 |
| 4.7.7. Flujo de caja..... | 129 |
| 4.8. Evaluación del proyecto | 130 |
| 4.8.1. Información para la evaluación del proyecto..... | 130 |
| 4.8.1.1. Valor actual neto (VAN)..... | 130 |
| 4.8.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 132 |
| 4.8.1.3. Periodo de recuperación..... | 132 |
| 4.8.1.4. Relación beneficio costo | 133 |
| Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones | 136 |
| 5.1. Conclusiones | 136 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 138 |
| Capítulo VI: Bibliografía y anexos | 139 |
| 6.2. Bibliografía | 139 |
| 6.2. Anexos | 143 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|----------------|----|
| Tabla 1 | 14 |
| Tabla 2 | 16 |
| Tabla 3 | 24 |
| Tabla 4 | 31 |
| Tabla 5 | 41 |
| Tabla 6 | 43 |
| Tabla 7 | 44 |
| Tabla 8 | 46 |
| Tabla 9 | 48 |
| Tabla 10 | 49 |
| Tabla 11 | 50 |
| Tabla 12 | 51 |
| Tabla 13 | 52 |
| Tabla 14 | 53 |
| Tabla 15 | 54 |
| Tabla 16 | 56 |
| Tabla 17 | 57 |
| Tabla 18 | 58 |
| Tabla 19 | 59 |
| Tabla 20 | 60 |
| Tabla 21 | 61 |
| Tabla 22 | 61 |
| Tabla 23 | 65 |
| Tabla 24 | 65 |
| Tabla 25 | 67 |
| Tabla 26 | 68 |
| Tabla 27 | 73 |
| Tabla 28 | 77 |
| Tabla 29 | 78 |
| Tabla 30 | 79 |

| | |
|----------------|-----|
| Tabla 31 | 80 |
| Tabla 32 | 81 |
| Tabla 33 | 82 |
| Tabla 34 | 84 |
| Tabla 34 | 88 |
| Tabla 35 | 89 |
| Tabla 36 | 90 |
| Tabla 37 | 91 |
| Tabla 38 | 92 |
| Tabla 39 | 92 |
| Tabla 40 | 92 |
| Tabla 41 | 93 |
| Tabla 42 | 93 |
| Tabla 43 | 94 |
| Tabla 44 | 95 |
| Tabla 45 | 95 |
| Tabla 46 | 97 |
| Tabla 47 | 100 |
| Tabla 48 | 103 |
| Tabla 49 | 104 |
| Tabla 50 | 104 |
| Tabla 51 | 106 |
| Tabla 52 | 107 |
| Tabla 53 | 107 |
| Tabla 54 | 109 |
| Tabla 55 | 112 |
| Tabla 56 | 113 |
| Tabla 57 | 114 |
| Tabla 58 | 115 |
| Tabla 59 | 116 |
| Tabla 60 | 117 |

| | |
|----------------|-----|
| Tabla 61 | 118 |
| Tabla 62 | 120 |
| Tabla 63 | 121 |
| Tabla 64 | 124 |
| Tabla 65 | 124 |
| Tabla 66 | 125 |
| Tabla 67 | 125 |
| Tabla 68 | 126 |
| Tabla 69 | 127 |
| Tabla 70 | 127 |
| Tabla 71 | 127 |
| Tabla 72 | 128 |
| Tabla 73 | 129 |
| Tabla 74 | 130 |
| Tabla 75 | 131 |
| Tabla 76 | 132 |
| Tabla 77 | 134 |
| Tabla 78 | 135 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|-----------------|----|
| Figura 1 | 19 |
| Figura 2 | 20 |
| Figura 3 | 21 |
| Figura 4 | 21 |
| Figura 5 | 22 |
| Figura 6 | 23 |
| Figura 7 | 35 |
| Figura 8 | 35 |
| Figura 9 | 36 |
| Figura 10 | 36 |
| Figura 11 | 36 |
| Figura 12 | 37 |
| Figura 13 | 38 |
| Figura 14 | 41 |
| Figura 15 | 43 |
| Figura 16 | 44 |
| Figura 17 | 46 |
| Figura 18 | 48 |
| Figura 19 | 49 |
| Figura 20 | 50 |
| Figura 21 | 51 |
| Figura 22 | 52 |
| Figura 23 | 53 |
| Figura 24 | 54 |
| Figura 25 | 56 |
| Figura 26 | 57 |
| Figura 27 | 58 |
| Figura 28 | 59 |
| Figura 29 | 60 |
| Figura 30 | 66 |

| | |
|-----------------|-----|
| Figura 31 | 66 |
| Figura 32 | 68 |
| Figura 33 | 69 |
| Figura 34 | 74 |
| Figura 35 | 75 |
| Figura 36 | 76 |
| Figura 37 | 96 |
| Figura 38 | 98 |
| Figura 39 | 99 |
| Figura 40 | 101 |
| Figura 41 | 102 |
| Figura 42 | 108 |
| Figura 43 | 109 |
| Figura 44 | 111 |
| Figura 45 | 122 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo 1: Población y censos 2010 (REDATAM)..... | 143 |
| Anexo 2: Diseño de la encuesta piloto..... | 144 |
| Anexo 3: Diseño de la encuesta online | 146 |
| Anexo 4: Tabulación encuesta piloto y online..... | 149 |
| Anexo 5: Precios de la competencia | 173 |
| Anexo 6: Constancia de validación..... | 183 |
| Anexo 7: Encuesta con observaciones..... | 191 |
| Anexo 8: Competencia Indirecta | 201 |
| Anexo 9: Evidencia de las encuestas realizadas a los locales comerciales..... | 203 |
| Anexo 10: Proformas de proveedores..... | 208 |
| Anexo 11: Proveedores de máquinas de coser..... | 213 |
| Anexo 13: Tarifas que manejan los activos fijos | 224 |
| Anexo 14: Dimensiones de los componentes | 226 |
| Anexo 15: Medidas de puestos de trabajo | 228 |
| Anexo 16: Distribución de planta | 229 |
| Anexo 17: Plano de la planta en AutoCAD | 234 |
| Anexo 18: Diseño de la planta en SKETCHUP..... | 236 |
| Anexo 19: Detalle Simulación de Crédito | 238 |

INTRODUCCIÓN

Según (Díaz, 2018) afirma que, en la actualidad, el Ecuador tiene una industria textil muy diversificada, ya que fabrica productos provenientes de todo tipo de material como: fibras, algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y seda, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. Esta variedad de materiales ha permitido crear pequeñas, grandes y medianas empresas de confección textil, generando así empleos directos e indirectos y aportando a la economía del país. En la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura.

Según (Heredia, 2016) describe que el 85 % del sector textil está representado por las pequeñas y medianas empresas ubicadas en:

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad, pero igual de importante en el peso total del sector. (pág. 1)

El desarrollo de este trabajo de investigación tiene como finalidad promover un emprendimiento en la fabricación de prendas de dama para solventar los problemas que detecta el sector femenino acerca de las prendas de la competencia, dicho trabajo está dividido por capítulos los mismos que constan de descripciones generales, conceptos específicos y gráficos, los cuales facilitan la comprensión del contenido del proyecto.

Se realizó el estudio de mercado en donde se determinó la oferta, la demanda, los canales de distribución y los posibles clientes.

Se desarrolló el estudio técnico es decir la ingeniería del proyecto el cual consiste en determinar la capacidad, los procesos, distribución de planta y las instalaciones con las superficies necesarias para la fabricación de las prendas de dama.

Se desarrolló el estudio organizacional para determinar la jerarquización y funciones que desempeña el personal que conformara la empresa.

Y se finalizó elaborando el estudio financiero y la evaluación del proyecto, que determino la rentabilidad de la empresa, con la aplicación de indicadores tales como: VAN, TIR, B/C y periodo de recuperación.

CAPÍTULO I: Problematicación

1.1. Planteamiento del problema

La industria textil está expuesta a variaciones según las necesidades de los clientes siendo cada vez más exigentes en calidad, diseño, precio y confort, este se denota como uno de los problemas más significativos en el sector textil teniendo que adaptarse a las condiciones que el mercado requiere para satisfacer los requerimientos de los clientes.

Según (Solares, 2017) asegura que las mujeres llegan a convertirse en todos los públicos objetivos en una sola persona, son la puerta hacia todos los demás. Cada vez que tú le des un buen servicio a una mujer tiene un efecto multiplicativo en tu negocio ya que representa a un gran rango de otros clientes potenciales.

Mediante una técnica de investigación (encuesta piloto) dirigida al género femenino de la Ciudad de Riobamba, se determinó que existe una gran cantidad de mujeres interesadas en adquirir prendas de vestir, en vista de que el mercado presenta necesidades se va a crear una empresa textil en la ciudad de Guano.

En la ciudad de Riobamba se pudo determinar que la población femenina no se encuentra satisfecha con las prendas que oferta la competencia manifestando las siguientes inconformidades ver (Anexo 4 Tabulación encuesta piloto – Pregunta 6): tallas no estandarizadas, mala calidad de la materia prima, mala confección de las prendas, y no son prendas únicas.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

- Elaborar un proyecto para la creación de una empresa dedicada a confeccionar prendas de dama para comercializar en la ciudad de Riobamba.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la situación actual del mercado en el entorno interno y externo.
- Elaborar el estudio de mercado para analizar la oferta, demanda, precios, canales de distribución para la comercialización del producto.
- Realizar el estudio técnico para conocer el proceso de fabricación, la distribución de planta y los costos involucrados en la planta textil.
- Diseñar el estudio organizacional para distribuir las funciones.
- Realizar el estudio financiero y evaluación del proyecto para conocer la rentabilidad que va a tener el negocio.

1.3. Justificación

La idea de crear una empresa textil busca satisfacer las necesidades del cliente que permitan generar un negocio rentable, se escogió la categoría de ropa para dama, ya que existen una gran variedad de diseños pues no es tan limitado como para los caballeros, el impulso de esta empresa generaría empleo direccionado a las personas del sector aprovechando sus conocimientos y destrezas adquiridas a lo largo de los años.

Según Instituto Nacional de Estadística y Censos (2014) afirma que las principales actividades que generan mayores ingresos en el Cantón Guano son: Administración pública y defensa - planes de seguridad social de afiliación obligatoria con el 39,3%, Industrias manufactureras con el 24,4% y Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas con un 19,2%, siendo así como un punto de partida fundamental para la creación de la empresa.

Los beneficios que aporta este proyecto de investigación es el crecimiento económico, social, productivo de la provincia, ya que con el análisis del mercado se podrá determinar a los posibles clientes potenciales y además de disponer de los recursos necesarios para instalar la empresa acorde la capacidad de producción necesaria.

1.4. Beneficios

1.4.1. Directos

Los beneficiarios directos serán los investigadores, género femenino de la Ciudad de Riobamba, los proveedores de la materia prima y los insumos, la mano de obra directa e indirecta.

1.4.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos serán el género femenino de la Ciudad de Guano y las empresas que brindan los servicios básicos tales como agua, luz y teléfono.

1.5. Filosofía de la investigación

1.5.1. Misión

Ofrecer a la Ciudad de Riobamba prendas que cumplan con las expectativas de los clientes, ofreciendo elegancia, diseño, calidad y a un precio accesible, contribuyendo así al desarrollo económico del Cantón.

1.5.2. Visión

Ser una empresa textil líder en la producción y comercialización de prendas de dama, y llegar a ser reconocida a nivel local, buscando la fidelidad de los clientes, entregando productos de buena calidad.

CAPÍTULO II: Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Según lo investigado existen diferentes trabajos relacionados con la creación o comercialización de prendas los que mencionamos a los siguientes:

“Proyecto de comercialización de ropa para damas de diseñadores ecuatorianos en la Ciudad de Guayaquil” presentado por la investigadora Tatiana Marriot que propone Determinar la factibilidad Económica de comercializar ropa para dama de diseñadores ecuatorianos en la ciudad de Guayaquil obteniendo así los siguientes resultados:

Existe un nicho de mercado de mujeres que les gusta acceder a prendas que sean exclusivas de los diferentes diseñadores ecuatorianos en la ciudad de Guayaquil, la frecuencia de consumo de este producto es mensual y entre sus preferencias están los vestidos y las blusas de las diferentes colecciones y para estas prendas están dispuestos a pagar entre \$50 y \$100 dólares por prenda, rango que abarca también la competencia indirecta y los propios diseñadores. (Marriot, 2014, p.89)

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de sangolquí” presentado por el investigador Luis Sagnay que propone Mediante un estudio financiero establecer la viabilidad en rentabilidad del proyecto, así como determinar los métodos de evaluación económica pertinentes a fin de tomar la decisión de implementar el presente estudio, obteniendo así los siguientes resultados:

A través del análisis financiero realizado, se puede observar la viabilidad y factibilidad de creación de la nueva empresa “NISA Casa Deportiva del Valle” en la ciudad de Sangolquí; considerando que posee una TIR del 78%, un VAN de US\$ 58.683,70, una

Relación Beneficio Costo de US\$ 1,30 y el período de recuperación es de 1 año 8 meses y 16 días, para el proyecto con financiamiento. (Sagnay, 2012, p. 221)

“Estudio de la factibilidad para la creación de una fábrica productora de pantalones jeans en la ciudad de nueva Loja provincia de sucumbíos” presentado por la investigadora Amanda Rosero que propone Realizar el estudio financiero del proyecto que permita determinar la viabilidad en la ejecución del plan de negocios, obteniendo así los siguientes resultados:

La inversión de este proyecto es de \$281.932 dólares americanos de los cuales se obtendrán de dos fuentes, \$200.000 se pedirá a Banco del Pacifico como crédito para emprendimientos y los \$ 81.932 será un capital propio con el que se cuenta. Con un TIR de 69.5% esto nos dice que nuestra fabrica productora de pantalones Jeans “R&R Jeans” es muy rentable lo cual es una buena garantía al momento de realizar créditos bancarios. En cuanto al periodo de recuperación tenemos que en 2.56 años se tiene previsto recuperar lo invertido. Se concluye que la relación costo beneficio que por cada dólar invertido por la empresa vamos a tener una ganancia de 26 ctvs. (Rosero, 2018, p.76)

“Proyecto para la creación e instalación de una microempresa manufacturera textil especializada en la línea de hogar, en la parroquia de Conocoto, cantón Quito, provincia de Pichincha” presentado por la investigadora Andrea López que propone Identificar la situación actual y el dinamismo del mercado textil, obteniendo asi los siguientes resultados:

En el presente trabajo se pudo identificar la situación actual y el dinamismo del mercado textil y de confecciones lo que nos dio una idea de cómo se encuentra el sector y aun teniendo este muchas dificultades y problemas, se ha podido mantener a lo largo del tiempo, lo que demuestra que es un sector rentable que ha sabido superar la crisis existentes. (López, 2010, p. 196)

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Estudio de mercado

Según Prieto (2015) afirma “la esencia del estudio de mercado es saber qué vamos a producir, cómo lo vamos a producir y cuánto vamos a producir, es decir, de qué diferentes modos vamos a satisfacer la demanda del proyecto” (p. 233).

2.2.2. Estudio técnico

Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido: para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos. (Meza, 2016, p. 17)

2.2.3. Estudio financiero

El estudio financiero entrega el costo de la inversión, los beneficios financieros que el proyecto otorga a los accionistas y la forma en que va a ser financiado. Para el análisis financiero se requiere información de las proyecciones de ingresos, la estructura de costos y gastos y el presupuesto de inversión inicial, lo anterior es el resultado de los estudios anteriores. (Espinoza, Salgado, & Hernandez, 2019, p. 200)

2.2.4. Estudio organizacional

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y

necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos. (Meza, 2016, p. 22)

2.2.5. *Evaluación del proyecto*

La evaluación de proyectos comprende el desarrollo de una serie de metodologías que le permiten al inversionista analizar una o varias alternativas de inversión y de financiamiento, buscando seleccionar la más adecuada según uno o varios criterios, tales como rentabilidad, valor presente neto o valor económico agregado, dentro de un horizonte de planeamiento incierto que requiere una consideración adecuada del riesgo que enfrenta el inversionista. (Serrano, 2018, p. 23)

2.2.6. *Industria textil*

El término industria textil refería en un principio al tejido de telas a partir de fibras, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, como el punto, el tufting o anudado de alfombras, el enfurtido, etc. Incluye también el hilado a partir de fibras sintéticas o naturales y el acabado y la tinción de tejido (Warshaw, 2018).

2.3. Definición de términos

Son definiciones de palabras que se encontraran en el desarrollo de este estudio entre estas tenemos las siguientes:

2.3.1. *Mercado*

Conjunto de consumidores que quieren, pueden y están dispuestos a comprar o vender un producto ofertado

2.3.2. Demanda

Es la cantidad de producto o servicio que es consumida por la población.

2.3.3. Oferta

Es el producto o servicio que brinda una organización.

2.3.4. Costos

Es el valor monetario de un bien, el mismo que puede recuperarse por la venta de este bien.

2.3.5. Gasto

Es la cantidad de dinero que sale de una organización por la prestación de un servicio u producto.

2.3.6. Cliente

Es aquella persona o institución que hace uso de un bien o un servicio.

2.3.7. Demanda insatisfecha

Es la cantidad de clientes que la competencia no puede satisfacer las necesidades.

2.3.8. Canales de distribución

Son los recursos por los que se producen los desplazamientos de los productos hasta llegar al consumidor final.

2.3.9. Sector textil en Ecuador

De acuerdo a la Asociación de industriales Textiles del Ecuador (2014) “A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas”.

2.3.10. Creación de una empresa

Crear una empresa es consecuencia de una idea de negocio, de una ilusión, de un equipo y de compartir un proyecto empresarial. Y emprender con éxito una aventura empresarial requiere: haber detectado una oportunidad de negocio, convertirla en una idea de negocio para que no sea una idea demasiado pobre, y asegurarse de que se trata de una idea de negocio innovadora. (Sainz, 2016)

2.3.11. Comercialización

Según López (2020) asegura que la comercialización es el proceso de lanzar y mantener un producto o un servicio en un mercado determinado, en un segmento meta, a través del tiempo, adueñarse de una buena parte de ese mercado para los productos/servicios de la empresa (p. 1).

2.3.12. Análisis del sector

Según Muñoz (2019) afirma que “es básicamente un estudio de mercado, un análisis de la competencia con el fin de conocer dónde va a desempeñar una compañía su actividad, contra quiénes va a tener que competir y en qué condiciones lo va a hacer” y según Real Academia Española (2019) menciona la definición de sector es el “conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva”.

CAPÍTULO III: Marco metodológico

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo de Investigación

3.1.1.1. Investigación descriptiva.

Según Merino, Pintado, Sánchez, & Grande (2015) asegura “que esta investigación describe que es lo que ocurre en un momento dado tales como porcentaje de público objetivo que consume una marca en un lugar determinado, características de las personas que utilizan un servicio en concreto” (p.73).

Para la investigación descriptiva se realizó el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del proyecto, esta investigación tiene carácter descriptivo por cuanto las variables de estudio como son, la insatisfacción del cliente y el estudio de factibilidad serán analizadas y descritas tal y cual como se encuentran en el medio.

3.2. Diseño de investigación

3.2.1. No experimental.

Esta investigación es de carácter no experimental, puesto que la variable de insatisfacción del cliente y el estudio de factibilidad no serán manipuladas en la investigación.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población.

Para determinar la población del proyecto se usó los datos recolectados del (REDATAM- INEC (2010), en donde se escogió al género femenino de la ciudad de Riobamba, en un rango de edad de entre 15 a 25 años cuya cantidad es de 16525 habitantes, como se muestra en el anexo 1, y la tasa de crecimiento poblacional de Riobamba según él INEC (2010) es de 1.54% ver (Anexo 1 Datos de la población femenina).

Para determinar la población hasta la actualidad se realizó su respectivo cálculo utilizando la ecuación 1, cuyos resultados se muestran en la tabla 1:

$$P_F = P_I(1 + i)^n \quad (1)$$

Tabla 1

Proyección de la población femenina de 15 a 25 años hasta la actualidad

| Años | Población |
|-------------|------------------|
| 2010 | 16525 |
| 2011 | 16779 |
| 2012 | 17037 |
| 2013 | 17300 |
| 2014 | 17566 |
| 2015 | 17837 |
| 2016 | 18111 |
| 2017 | 18390 |
| 2018 | 18674 |
| 2019 | 18961 |
| 2020 | 19253 |
| 2021 | 19550 |

Elaboración: Propia

3.3.2. *Muestra.*

Como el universo es grande se obtendrá la muestra de acuerdo a la siguiente fórmula mencionada por Soto (2018) en el artículo muestreo y tamaño de muestra para una tesis.

$$n = \frac{NS^2Z^2}{(N-1)e^2 + S^2Z^2} \quad (2)$$

Donde:

- n = el tamaño de la muestra.
- N = tamaño de la población.
- S = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

En base a los datos obtenidos se tiene:

$$n = \frac{(19550)(0,5)^2(1,96)^2}{(19550-1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2} \quad 3$$

$$n = 377 \text{ encuestas}$$

Se puede determinar que se realizará encuestas online a mujeres de la ciudad de Riobamba que va de entre 15 a 25 años de edad.

3.3.3. *Técnicas de procesamiento y análisis de datos.*

- Excel(XLSTAT)
- AutoCAD
- Sketchup

3.3.4. Operacionalización de las variables.

Tabla 2

Operacionalización de las variables.

| VARIABLES | CONCEPTO | INDICADORES | TÉCNICAS | INSTRUMENTO |
|--|--|--|------------------|---|
| Variable Creación de una empresa | Crear una empresa es consecuencia de una idea de negocio, de una ilusión, de un equipo y de compartir un proyecto empresarial. Y emprender con éxito una aventura empresarial requiere: haber detectado una oportunidad de negocio, convertirla en una idea de negocio para que no sea una idea demasiado pobre, y asegurarse de que se trata de una idea de negocio innovadora. (Sainz, 2016) | Costo Producción Tiempo producción PRI (Periodo de recuperación) TIR VAN Relación beneficio/costo | de FODA de | Encuestas Cuestionarios PESTEL 5 Fuerzas de Porter |

Elaboración: Propia

3.4. Técnicas de investigación

3.4.1. Encuesta piloto.

Este tipo de encuesta consiste en colocar un cuestionario en una página web y enviarlo a diferentes redes sociales y a una cantidad limitada de personas. Sus principales ventajas son: la amplia cobertura a la que se puede llegar, el ahorro de tiempo, los bajos costos y la utilización de medios audiovisuales durante la encuesta (Anexo 2 Diseño de la encuesta piloto).

3.4.2. Encuesta online.

Este tipo de encuesta consiste en colocar un cuestionario en una página web y enviarlo a diferentes redes sociales. Sus principales ventajas son: la amplia cobertura a la que se puede llegar, el ahorro de tiempo, los bajos costos y la utilización de medios audiovisuales durante la encuesta (Anexo 3 Diseño de la encuesta online).

3.4.3. Procedimiento

Se aplicó una encuesta piloto para conocer los problemas que generalmente encuentra la población femenina al momento de adquirir sus prendas de vestir (Anexo 2 Encuesta piloto), además de conocer el estilo más usual, la ropa que prefieren y el sector más interesado. Con los datos recopilados se obtuvo que el estilo más usual es el casual y además las personas prefieren prendas como blusas y pantalones formales para lo que se diseñó una nueva (Anexo 3 Encuesta Online) para determinar el diseño de las prendas que se ajusten a los requerimientos de los posibles clientes, la misma se validó mediante el método de juicio de expertos (Anexo 6 Constancia de validación).

Obtenido el visto bueno por parte de los expertos se procedió a aplicar la encuesta online mediante google forms a la muestra de 377 personas comprendidas en edades de 15 a 25 quienes serán nuestro segmento de mercado, con los datos obtenidos (Anexo 4 Tabulación de la encuesta

piloto y online) procedemos a realizar el estudio de mercado tomando en cuenta el producto que se va fabricar considerando los requerimientos de los clientes las blusas deben ser de algodón, llanas, con cuello en V pueden ir con mangas o sin mangas como el cliente la prefiera, presentar accesorios tales como cierres, para los pantalones formales serán de gabardina, llanos, de cadera y con accesorios como la presencia de bolsillos. Para fijar el precio piso se determinó el costo de fabricación de una blusa y un pantalón formal (Tabla 70) y para el precio techo se tomó en cuenta los precios que maneja la competencia (Anexo 8 Competencia indirecta).

En el estudio técnico se determinó los tiempos de producción de ambas prendas, así como los diagramas de flujo, el balance de materia prima y del personal, y los activos fijos necesarios para la fabricación de las blusas y los pantalones, se identificó la localización más adecuada acorde a las necesidades de la empresa y además la superficie que se necesitara la planta y el posterior diseño de los planos en AutoCAD y SKETCHUP.

En el estudio organizacional se detalló el organigrama estructural y las funciones que debe desempeñar cada trabajador y el procedimiento para la contratación del nuevo personal.

Para el estudio financiero se tomó en cuenta los datos de los estudios realizados anteriormente para calcular la inversión total necesaria para poner en marcha en proyecto, así como su fuente de financiamiento para realizar el flujo de caja acorde a los años planificados.

Para la evaluación del proyecto se tomó en cuenta varios indicadores tales como VAN, TIR, B/C, PR.

CAPITULO IV: Resultados de la investigación

4.1. Análisis del problema

En esta investigación se ha presentado diversas inconformidades por parte de la población femenina de la Ciudad de Riobamba, ya que se ha encontrado prendas que no concuerdan con lo marcado en su etiqueta, así como hallar el mismo producto en diferentes tiendas de ropa haciendo que el cliente desista de su compra, además defectos que saltan a la vista dando una mala impresión acerca de la calidad con la que fue fabricada la prenda, así como lo indica la pregunta 5 de la encuesta piloto (Anexo 4 Tabulación de las encuestas piloto y online).

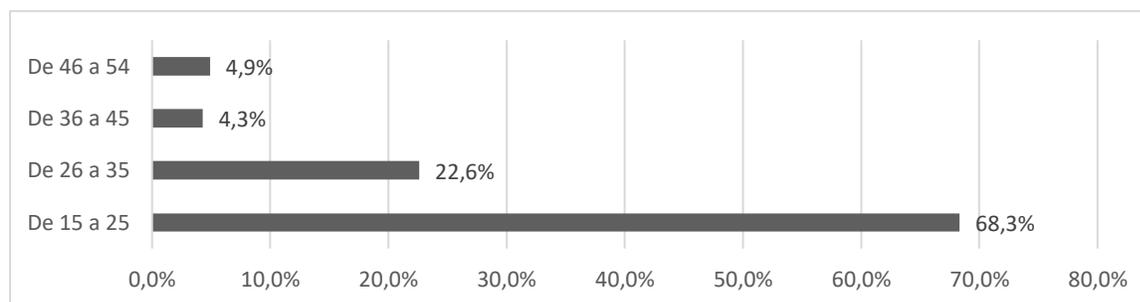
4.2. Análisis, interpretación y presentación de resultados de la encuesta piloto

Se presentó los primeros resultados de la investigación

Ítem 1: Cuál es su edad

Figura 1

Porcentaje de edades



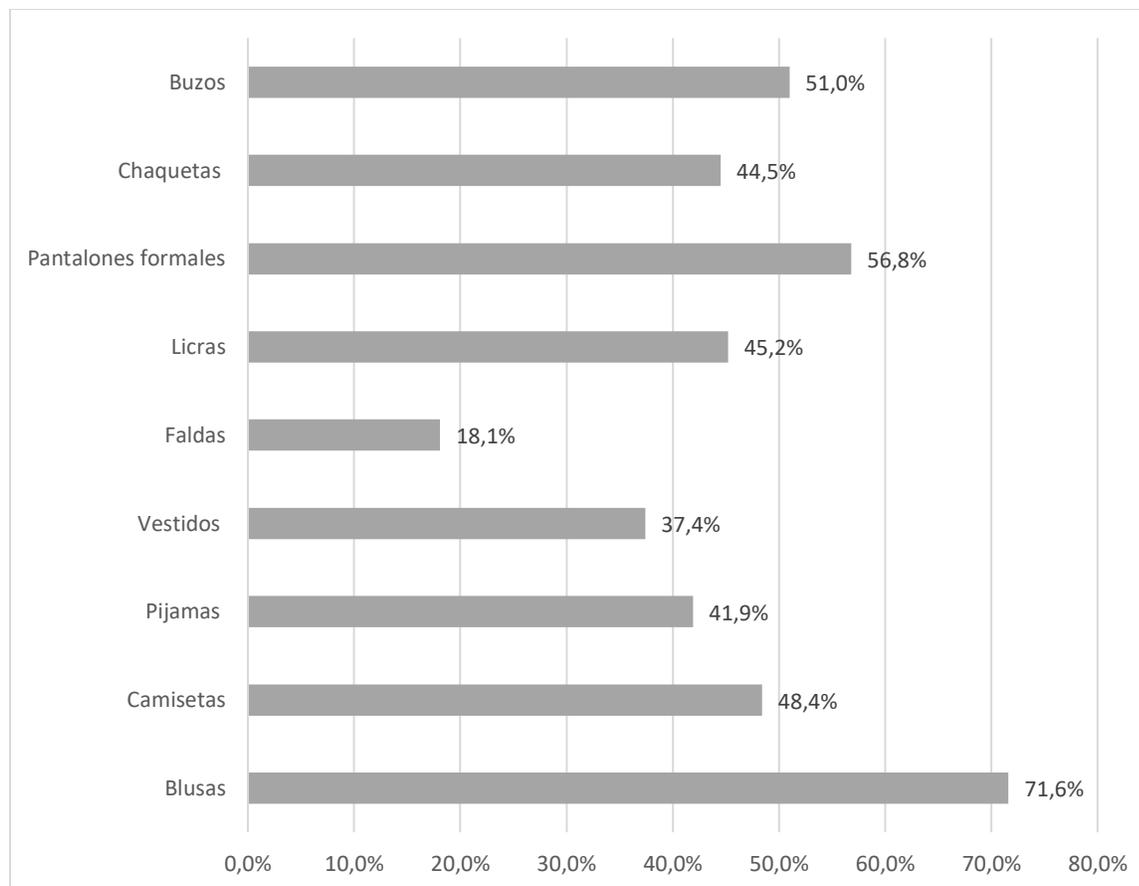
Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto que se realizó a las 164 personas ver (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto y online), se obtuvo que nuestros clientes serán la población femenina comprendida de 15 a 25 años. Según el (GAD- Riobamba, 2020) en su plan de ordenamiento territorial indica que la población con mayor porcentaje está comprendida entre 15 a 24 años de edad (p. 322).

Ítem 2: Qué tipo de prenda usted adquiere

Figura 2

Porcentajes de las prendas de vestir que son adquiridas con frecuencia por la población femenina



Nota: El gráfico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto).

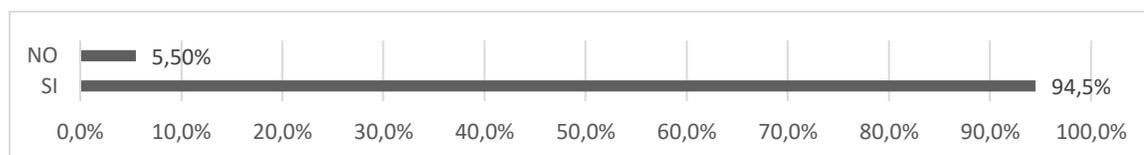
Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto que se realizó a 164 personas (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto), obtuvimos que las prendas que más se adquieren son las blusas con un 71.6% y los pantalones formales con un 56.8%.

Ítem 3: Estaría dispuesta a adquirir prendas fabricadas en el Cantón Guano

Figura 3

Porcentajes de las personas que estarían dispuestas a adquirir las prendas



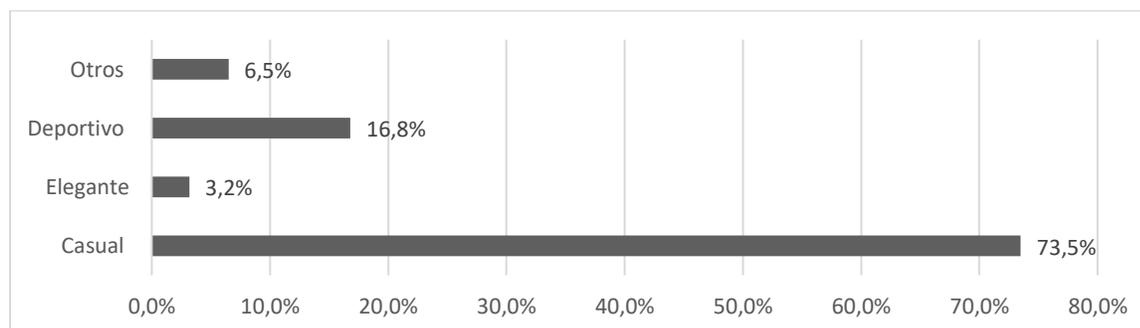
Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto que se realizó a 164 personas (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto), tenemos que el 94,5% de las encuestadas si estaría dispuesto a comprar prendas fabricadas en el Cantón Guano, mientras que el 5,50% opina lo contrario por lo que se tomara en cuenta solo las respuestas positivas dando un nuevo valor de 155 personas a considerarse.

Ítem 4: Cuál es su estilo más común de vestir

Figura 4

Porcentaje del estilo que la población femenina prefiere al momento de vestirse



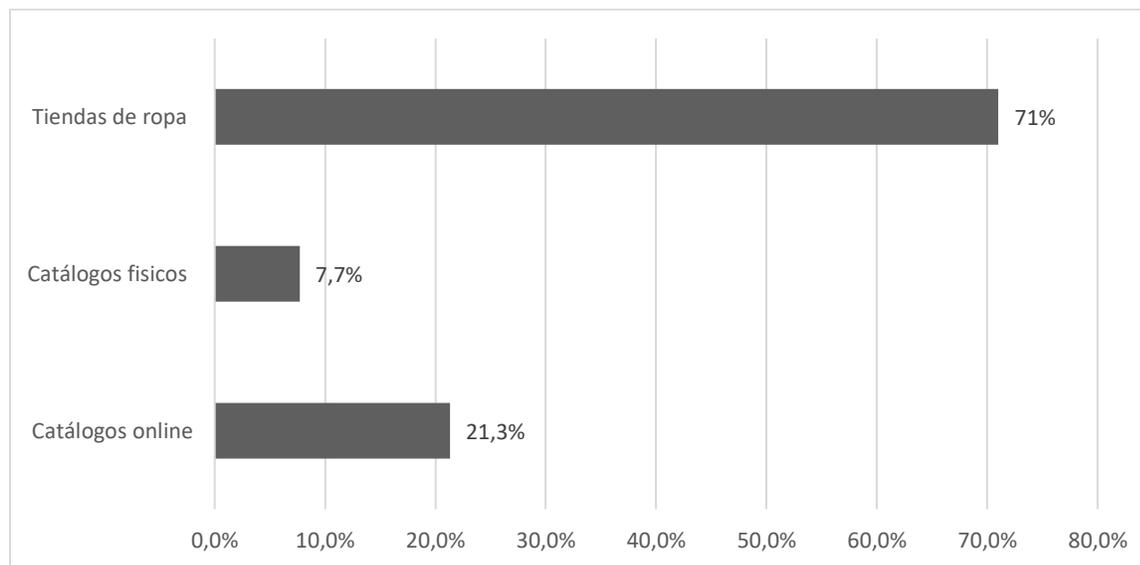
Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto de las 155 personas (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto), se obtuvo que el estilo más común de vestir es de casual con un 73,5% que es equivalente a 114 personas, siguiendo con un 16,8% el estilo deportivo que es equivalente a 26 personas, mientras que el 6,5% que es igual a 10 personas tienen otro estilo de vestir a los presentados en la encuesta, finalizando con un 3,2% que es igual a 5 personas que prefieren el estilo elegante.

Ítem 5: Como le gustaría adquirir sus prendas

Figura 5

Porcentaje de donde prefiere la población femenina comprar sus prendas.



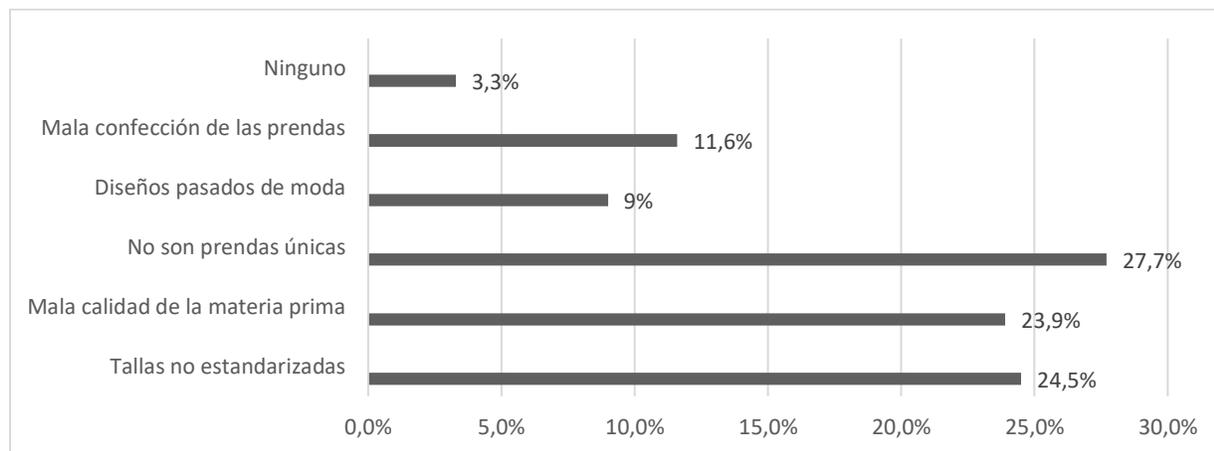
Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto de las 155 personas (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto), tiene como resultado los siguientes datos que el 71% de las mujeres les gusta adquirir sus prendas en tiendas de ropa, el 21,3% de ellas les gusta adquirir sus prendas por catálogos online y el 7,7% por catálogos físicos.

Ítem 6: Cuál es el problema que se ha presentado cuando ha adquirido sus prendas

Figura 6

Porcentaje de problemas encontrados en las prendas



Elaboración: Propia

Con la encuesta piloto aplicada a 155 personas (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto), se pudo determinar que el problema más representativo es que las prendas no son únicas con un porcentaje del 27,7%, siguiendo con el 24,5% que las tallas no son estandarizadas, además se encontró que el 23,9% refleja que usan telas de mala calidad, existen también otros problemas como la mala confección de las prendas con un 11,6% y con un 9% los diseños pasados de moda y sin embargo hay un 3,3% que no ha presentado ningún inconveniente entre las prendas de vestir.

4.3. Análisis del sector

4.3.1. Análisis del entorno externo

Para realizar el análisis del entorno externo se utilizará la matriz PESTEL ya que considera las siguientes variables: Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológicas, Ecológico y Legal las cuales influyen en la creación y operación de la empresa como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Matriz de perfil PESTEL

| Descripción | Impacto | Oportunidad/ Amenaza |
|---|--|----------------------|
| <p>POLÍTICO. – Factores en materia normativa que afecten al comercio internacional y las inversiones del país, programas de financiación estatal, tratados comerciales que firman los gobiernos, porcentaje de corrupción y demás factores políticos que condiciones las operaciones empresariales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ NTE INEN 257. Designación de tallas para prendas de vestir. Ropa exterior para mujeres y niñas ➤ NTE INEN 1875. Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos ➤ NTE INEN-ISO 3758 V2. Textiles. Código para etiquetado de conservación por medio de símbolos (ISO 3758 V2:2012, IDT) textiles. | Oportunidad |

| | | |
|---|---|-------------|
| Cuenta de integración de capital | <ul style="list-style-type: none"> ➤ RTE INEN 013 (2R): “Etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir”. ➤ Se realiza en cualquier banco del país teniendo como un capital mínimo 400 dólares para Compañía Ltda. y 800 dólares para compañía anónima | Amenaza |
| Política Industrial | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es una apuesta definitiva de potenciación y fortalecimiento de la industria ecuatoriana. | Oportunidad |
| <p>ECONOMÍA. – Situación económica del país, nivel de producción nacional o PIB, política monetaria, tipo de interés en el otorgamiento de préstamos, empleo, desempleo y subempleo nacional, nivel de inflación y riesgo país y demás factores macroeconómicos que afecten al país objeto de estudio.</p> | | |
| Producto Interno Bruto (PIB) | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sector textil aporta más del 7% del PIB manufacturero nacional | Oportunidad |
| Ventas | <ul style="list-style-type: none"> ➤ En enero de 2020 las ventas de la actividad en el país cayeron un 10% con relación al mismo mes de 2019. | Amenaza |

| | | |
|---|--|-------------|
| Empleo | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos afirma que aproximadamente 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. ➤ La tasa de empleo adecuado se ubicó en el 16,7% al cierre del primer semestre de este año. | Oportunidad |
| Desempleo | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos menciona que el desempleo en el país se ubica en el 3,8% alcanzado en el mes de diciembre del 2019. | Oportunidad |
| <p>SOCIAL. – Situación del estado del bienestar, nivel de vida de la ciudadanía, distribución de la riqueza, situación demográfica, estilo de vida de los ecuatorianos, movilidad laboral y social y otros factores sociales y culturales que afecten al país.</p> | | |
| Situación demográfica | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Según el INEC- 2010 la población femenina de la Ciudad de Riobamba en un rango de edad de 15 a 25 años cuenta con un total de 16525. | Oportunidad |

| | | |
|------------------------------|---|-------------|
| Costos de vida en el Ecuador | <ul style="list-style-type: none"> ➤ El costo de vida en Ecuador es más barato que en el 53% de países de América Latina (n° 8 de 15). ➤ El costo de vida en Ecuador es más barato que en el 66% de países del mundo (n° 53 de 80). | Oportunidad |
| Cultura | <ul style="list-style-type: none"> ➤ La floreciente industria de la moda indígena en Ecuador | Oportunidad |

TECNOLOGÍA. - Situación de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), programas y ayudas a la inversión tecnológica, acceso a tecnologías, acceso a internet, etc., y demás factores que afecten al país o nación.

| | | |
|----------------------------|---|-------------|
| Utilización de internet | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevas estrategias de márketing e-commerce | Oportunidad |
| Software | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Plataformas virtuales que permiten la interactividad con el usuario y/o clientes | Oportunidad |
| Desarrollo e investigación | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar un plan de innovación académico, industrial y de transferencia de tecnología, para fortalecer la industria textil del Ecuador | Oportunidad |

ENTORNO ECOLÓGICO. - Políticas de protección al medio ambiente, actitud ecológica y preocupación por el calentamiento global y variables relacionadas con el medio ambiente y sus impactos ambientales.

| | | |
|------------------------------------|--|-------------|
| Plan de manejo de residuos | ➤ Reducción de residuos de tela | Oportunidad |
| Acuerdo de tratamiento de desechos | ➤ Mediante el acuerdo del AITE con la planta INCINEROX permite a las empresas procesar sus desechos diariamente. | Oportunidad |

LEGAL. - Leyes, resoluciones que afecten al país en temas sociales, educativos, de salud, seguridad social, contrataciones y normativas mercantiles que afecten al sector que nuestra empresa dirige sus actividades.

| | | |
|------------------|--|-------------|
| Contrabando | ➤ El art. 301 del Código Orgánico Integral Penal define que para caer en este delito se requiere que la suma del costo de las mercancías que entren evadiendo el control y la vigilancia aduanera debe ser igual o superior a los diez salarios básicos del trabajador (\$4000). | Amenaza |
| Ley de compañías | ➤ Se debe cumplir con las disposiciones que rige la Superintendencia de Compañías. | Oportunidad |

Fuente: (Sánchez, 2020)

Elaboración: Propia

4.3.2. Análisis del micro entorno

4.3.2.1. Poder de negociación de los clientes.

Según (Satán, 2018) afirma que el poder de negociación de los clientes en el sector comercial de prendas de vestir del centro urbano de Riobamba es alto, los clientes ejercen una permanente presión para disminuir los precios de los productos, principalmente por la inexistencia de productos diferenciados, al existir varios locales con los mismos productos el factor de decisión de compra por parte de los clientes se enfoca únicamente en el precio.

4.3.2.2. Poder de negociación de los proveedores.

Según (Satán, 2018) afirma que en base a los comerciantes del centro urbano del cantón Riobamba permiten determinar que el poder de negociación por parte de los proveedores es bajo, debido a la numerosa presencia de los mismos en el sector como: Neymatex, RioNova, Comercial Yolanda Salazar, Comercial Huacho, Almacén Pichincha y Casa comercial BRITO CLAVIJO HNOS y contando con la facilidad de reemplazar un proveedor por otro.

4.3.2.3. Amenaza de nuevos competidores.

Existen diferentes tipos de barreras que repercuten en el ingreso de los nuevos competidores al mercado, ya sea por la disponibilidad de los lugares en la zona centro de la ciudad de Riobamba, los altos costos de los alquileres y las normativas que imponen las instituciones gubernamentales entre ellas están: Servicio Nacional de Aduanas, Servicio de Rentas Internas, GAD de Riobamba, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Cuerpo de Bomberos y el Ministerio del trabajo, cuyas funciones son mantener el control de las actividades que realiza cada negocio.

4.3.2.4. Amenaza de productos sustitutos.

En el sector textil existe una gran diversificación de las prendas de vestir, pues su uso dependerá de las necesidades de las personas, considerando que existen diferentes líneas textiles como: deportiva, formal, Semi formal, casual y de dormir.

Una de las amenazas más significativa sería la falsificación de las prendas de vestir, elaborando prendas de baja calidad, a un costo menor y adentrándose en el mercado.

4.3.2.5. Rivalidad entre competidores.

En la ciudad de Riobamba existe una gran cantidad de competidores distribuidos por toda la ciudad ya seas en pequeñas tiendas, boutiques, centros comerciales, plazas y/o mercados. Sin embargo, cada uno se distingue por sus estrategias de publicidad y promoción para llegar al cliente.

4.3.3. FODA

Tabla 4

Matriz FODA

| MATRIZ FODA | PRINCIPALES OPORTUNIDADES | PRINCIPALES AMENAZAS |
|---|--|--|
| <p>PRINCIPALES FORTALEZAS</p> <p>F1. Variedad de diseños</p> <p>F2. Crear su propia línea de productos</p> <p>F3. Cumplimiento entrega del producto</p> <p>F4. Técnicas de elaboración de las prendas</p> <p>F5. Uso de tecnología</p> | <p>(F1, O1)</p> <p>Elaboración de distintos productos aplicando la normativa vigente.</p> <p>(F2, O4)</p> <p>Para crear la línea de productos dependerá de la diversidad de las materias primas y la relación con los proveedores.</p> <p>(F3, O2, O5)</p> <p>Para potenciar y fortalecer la industria podemos aplicar estrategias para la comercialización, entregando el producto en el tiempo estimado.</p> | <p>(F1, A2)</p> <p>Con una gran variedad de diseños nuevos y a la moda se intentará lograr un incremento considerable en las ventas.</p> <p>(F1, F2, F4, A5)</p> <p>Al contar con una técnica de elaboración propia, se puede tener una línea de productos que aseguran la variedad de los diseños, evitando llegar a la falsificación de las prendas por parte de la competencia.</p> <p>(F5, A3)</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>(F5, O5)</p> <p>Mediante el uso de internet podemos aplicar estrategias de márketing y e-commerce que nos permitan cumplir con las necesidades o requerimientos de los clientes.</p> <p>(F4, O3)</p> <p>Personal calificado que tengan un perfil en base a confección de prendas y cuente con experiencia para obtener productos de calidad</p> | <p>Con la utilización de los recursos tecnológicos se podrá evitar la contratación del espacio físico, aprovechando así el uso de las Tic's.</p> |
| <p>PRINCIPALES DEBILIDADES</p> <p>D1. Nuevos en el mercado</p> <p>D2. Disponibilidad de puntos de venta</p> <p>D3. Capital inicial</p> <p>D4. Documentación de constitución de empresa.</p> | <p>(O2, D1)</p> <p>Con la ayuda de la política industrial podemos vencer las barreras del ingreso al mercado.</p> <p>(O5, D2)</p> <p>Con las estrategias de márketing se buscarán los lugares económicamente más activos de la ciudad de Riobamba.</p> | <p>(D1, D3, A1)</p> <p>Por ser nuevos en el mercado se necesita cancelar un rubro de la cuenta de integración de capital según el tipo de empresa que se va a crear, y esto influye en la reducción del capital inicial de los inversionistas.</p> <p>(D2, A2, A3)</p> <p>En cuanto a la disponibilidad de los puntos de venta se ven afectados por el excesivo costo en los alquileres y además en el presente año se ha originado un bajo porcentaje de ventas textiles en el país, lo cual impide la contratación de un espacio físico</p> <p>(D4, A4)</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Las instituciones gubernamentales imponen normativas que resultan para los emprendedores muy difíciles y costosos a la vez.</p> <p>(D4, A6)</p> <p>La situación que está afrontando el país hoy en día es muy crítica ya que ha afectado a las clases sociales de nivel bajo y medio limitando poseer recursos económicos (ahorros), teniendo que recurrir a préstamos bancarios con altos porcentajes de interés.</p> |
|--|--|---|

Fuente: (Sánchez, 2020)

Elaboración: Propia

4.4. Estudio de mercado

Un estudio de mercado esta direccionado a demostrar que existe un número considerable de individuos los que consolidan a generar una demanda, con ello con llevan a justificar la creación de una empresa sea esta de bienes o servicios, este tipo de estudio nos proporcionara la información de cuatro factores sumamente necesarios como un punto de partida en ellos tenemos: la demanda, la oferta, los precios y la comercialización.

4.4.1. Producto

4.4.1.1. Normas.

Para diseñar o elaborar prendas de vestir para dama debemos considerar diversos parámetros establecidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), ya que se encuentran normas como:

- NTE INEN 257. Designación de tallas para prendas de vestir. Ropa exterior para mujeres y niñas
- NTE INEN 1875. Textiles. Etiquetado de prendas de vestir y ropa de hogar. Requisitos
- NTE INEN-ISO 3758 V2. Textiles. Código para etiquetado de conservación por medio de símbolos (ISO 3758 V2:2012, IDT) textiles. Care labelling code using symbols (ISO 3758 V2:2012, IDT)
- RTE INEN 013(2R) “Etiquetado de prendas de vestir, ropa hogar y complementos de vestir”

4.4.1.2. Aspectos generales.

Los aspectos generales de nuestro negocio son las siguientes:

- **Idea del Negocio:** Elaboración de Prendas de Dama
- **Nombre Largo:** Confecciones y Textiles “FERYDA”

- **Nombre Corto:** “FERYDA”.
- **Slogan:** “Sueños convertidos en diseños”.
- **Logotipo:**

Figura 7

Logotipo de la empresa



Elaboración: Propia

- **Etiquetas**

Figura 8

Etiqueta en la funda



Elaboración: Propia

- Etiqueta añadida en prenda

Figura 9

Etiqueta añadida en prenda



Elaboración: Propia

- Etiqueta cocida en prenda

Figura 10

Etiqueta que ira estampada en la prenda



Elaboración: Propia

- Etiquetado de conservación

Figura 11

Etiquetado de conservación



Elaboración: Propia

4.4.2. Descripción del producto

4.4.2.1. Blusas.

Las blusas elaboradas por “Confecciones y Textiles FERYDA” serán fabricadas con telas 100% de algodón, con una amplia gama de colores con un diseño llano, con cuello en V, con o sin mangas ya que poseerá un cierre que permite que las mangas sean desmontables cuando el usuario lo desee haciendo que este producto se distinga de las prendas que oferta la competencia, para la designación de las tallas de las blusas, se aplicara la norma NTE INEN 0257 en base a las dimensiones de control se tomó en cuenta el contorno del busto y la cadera, y para su etiquetado se consideró la norma RTE INEN 013(2R).

Figura 12

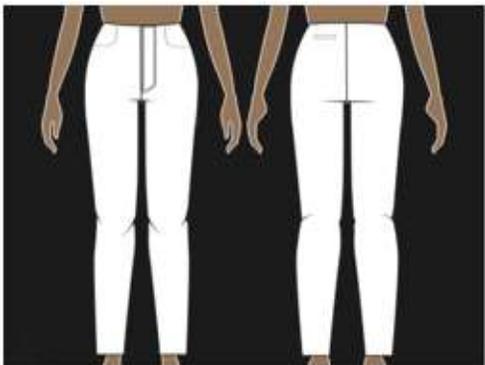
Diseño de la blusa



Elaboración: Propia

4.4.2.2. Pantalones.

Los pantalones fabricados por “Confecciones y textiles FERYDA” serán elaborados con tela gabardina, y en cuanto al diseño del pantalón será llano, de cintura y con bolsillos para la designación de las tallas de los pantalones, se aplicará la norma NTE INEN 0257 en base a las dimensiones de control se tomó en cuenta el contorno de la cadera, la cintura y el largo interior de la pierna y para su etiquetado se consideró la norma RTE INEN 013(2R).

Figura 13*Diseño de un pantalón formal*

Elaboración: Propia

4.4.3. Precio.

Para fijar el precio de las blusas y los pantalones se tomó en cuenta los costos de fabricación y los costos de la competencia ya que estos representan el Precio piso y el Precio techo respectivamente.

El costo de fabricación (Precio piso) para blusas con cuello en V y pantalones formales se obtuvo de la suma de los costos de producción, gastos de fabricación y los gastos comerciales teniendo un valor total al año de \$168.948, 27 para constatar dirigirse a la Tabla 70. Para obtener el precio unitario, se dividió el valor total para el número de prendas fabricadas al año obteniendo un valor de \$17,33 tomando en cuenta este valor como el precio mínimo que se les asignará a cada prenda.

Para determinar el Precio techo de las blusas se consideró los costos que maneja la competencia obteniendo un promedio de los valores de las prendas para blusas \$27,48 dólares, y el precio techo de los pantalones formales se encuentran valores de \$37,44 dólares según la investigación realizada ver (Anexo 5 Precios de la competencia).

4.4.3.1. Precio de penetración.

Consiste en entrar al mercado con precios bajos ofertando un nuevo producto como son las blusas, con la finalidad de captar futuros clientes. El precio de las blusas se estimó en base a los resultados de la encuesta online (Anexo 4 Tabulación encuesta piloto y online) será de 18 dólares, mientras que para los pantalones formales se estimó un valor de 20 dólares.

4.4.4. Canales de distribución

Un canal de distribución está formado por personas y organizaciones cuyo punto de origen va desde el producto hasta el consumidor. Confecciones y Textiles FERYDA manejará un canal de distribución de tipo Corto es decir Fabricante, Intermediario y Consumidor, ya que la empresa buscará empresarios estratégicos como centros comerciales, boutiques, tiendas de ropa y plazas para promocionar nuestro producto y además de ofertar los productos mediante redes sociales como Instagram, Facebook.

4.4.5. Clientes

Una vez aplicada la encuesta piloto se pudo determinar el segmento de mercado que es el género femenino de la Ciudad de Riobamba comprendida en edades de 15 a 25 años, lo que representa los clientes con mayor interés en adquirir las prendas.

4.4.5.1. Segmentación demográfica.

Con la segmentación demográfica se dividió la población en grupos más pequeños usando variables como: Sexo y la Edad, permitiéndonos establecer los clientes a quien va dirigido el producto.

Mediante la aplicación de la encuesta piloto dirigida al género femenino de la Ciudad de Riobamba percibida entre las edades de 15 a 54 años, se determinó que el sector con más interés es el grupo comprendido de los 15 a 25 años.

4.4.6. Diseño y validación de encuesta

Con la encuesta piloto que se realizó a 164 personas del género femenino de la Ciudad de Riobamba en edades de 15 a 54 años, obtuvimos datos acerca de las características de las prendas con mayor aceptación y además de tener un segmento de mercado definido.

En base a los datos obtenidos en la encuesta piloto determinamos los clientes potenciales siendo esta la población femenina con edades de 15 a 25 años, direccionándole a ellas la encuesta online y consiguiendo una mayor validez en los datos.

4.4.6.1. Diseño de la encuesta.

Esta encuesta está compuesta por varios tipos de preguntas como: directas, selección múltiple, selección de imágenes y abiertas, dando al encuestado la facilidad de resolver el cuestionario y conocer sus requerimientos de manera clara.

Encuesta piloto (Anexo 2 Diseño de la encuesta piloto)

Encuesta online (Anexo 3 Diseño de la encuesta online)

4.4.6.2. Validación de encuestas.

Se realizó la validación de las encuestas en base al juicio de expertos para lo que requerimos de la participación de 2 Docentes de la Universidad Nacional de Chimborazo, quienes revisaron que cada pregunta sea entendible, se encuentre formulada con relación al tema propuesto y cumpliendo con las observaciones o correcciones sugeridas por parte de los expertos, para su posterior emisión de la constancia de validación. (Anexo 6 Constancia de Validación) y (Anexo 7 encuesta con observaciones).

4.4.7. Tabulación de encuestas

Pregunta 1: ¿Como usted selecciona sus prendas de vestir al momento de comprar?

Tabla 5

Tabulación pregunta 1

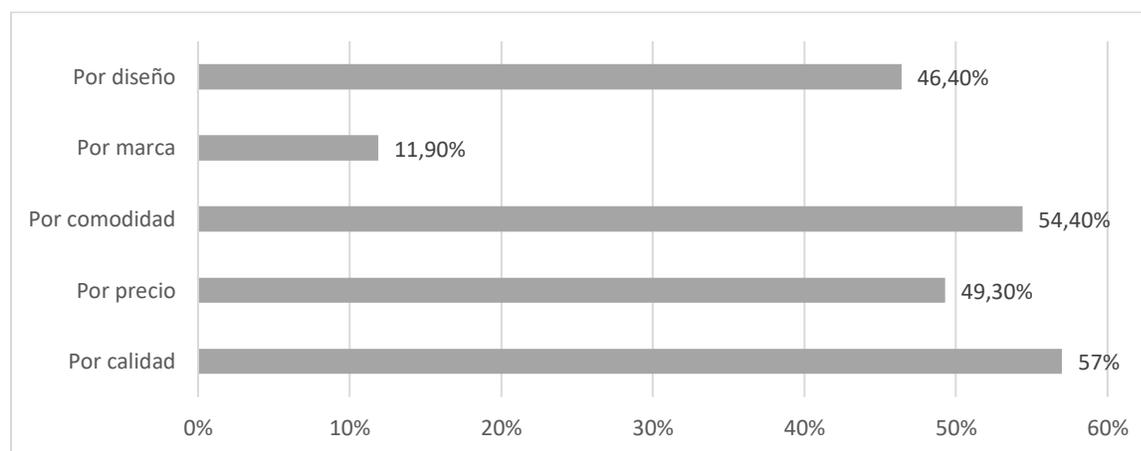
| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|---------------|----------|------------|
| Por calidad | 215 | 57% |
| Por precio | 186 | 49,3% |
| Por comodidad | 205 | 54,4% |
| Por marca | 45 | 11,9% |
| Por diseño | 175 | 46,4% |

Nota: Los valores de las cantidades de los diferentes parámetros de la tabla representa de forma individual las respuestas obtenidas, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto y online).

Elaboración: Propia

Figura 14

Porcentajes de selección de las prendas de vestir



Elaboración: Propia

Nota: El gráfico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto).

Aplicada las encuestas a 377 personas se pudo determinar que el factor más importante para seleccionar la prenda de vestir al momento de comprar es la calidad con un 57%, seguido de la comodidad con el 54,4%, el precio con un 49,3%, el diseño con 46,4% y por último la marca con el 11,9%.

En conclusiones las personas al momento de comprar prefirieren la calidad y comodidad en sus prendas, sin importar la marca, diseño o precio.

Pregunta 2: ¿En dónde usted adquiere sus prendas hoy en día?

Tabla 6

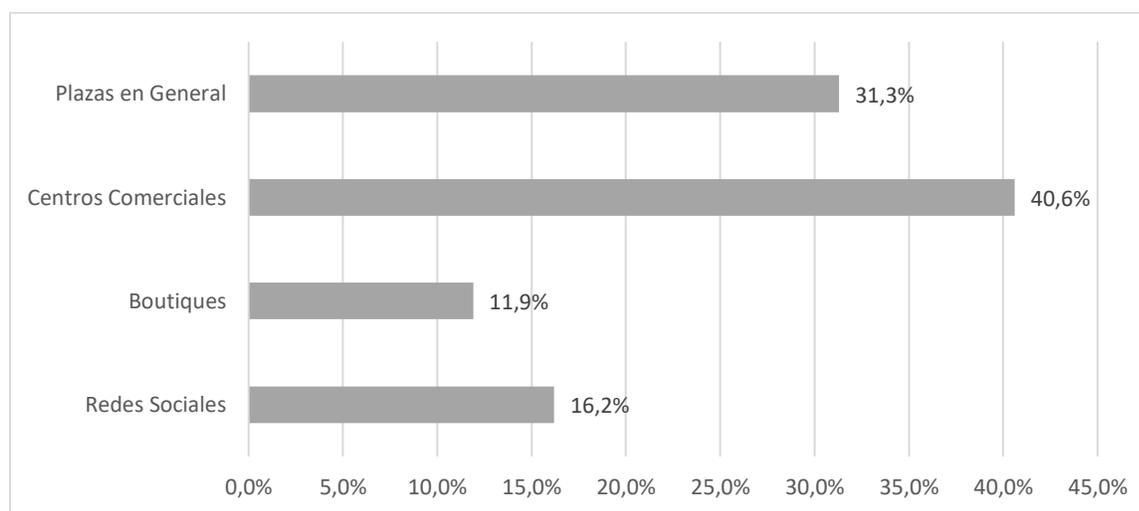
Tabulación pregunta 2

| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------------|-----------------|-------------------|
| Redes sociales (catalogo) | 61 | 16,2% |
| Boutiques | 45 | 11,9% |
| Centros comerciales | 153 | 40,6% |
| Plazas en general | 118 | 31,3% |

Elaboración: Propia

Figura 15

Porcentajes de los lugares donde la población femenina adquiere sus prendas



Elaboración: Propia

Las encuestadas indican que el lugar donde más adquieren sus prendas son en centros comerciales con el 40,6% y las plazas en general con un 31,3%, dejando con un porcentaje bajo a las redes sociales con un 16,2% y las boutiques con un 11,9%.

Pregunta 3 ¿En base al diseño que presenta una blusa que tipos de tela usted preferiría?

Tabla 7

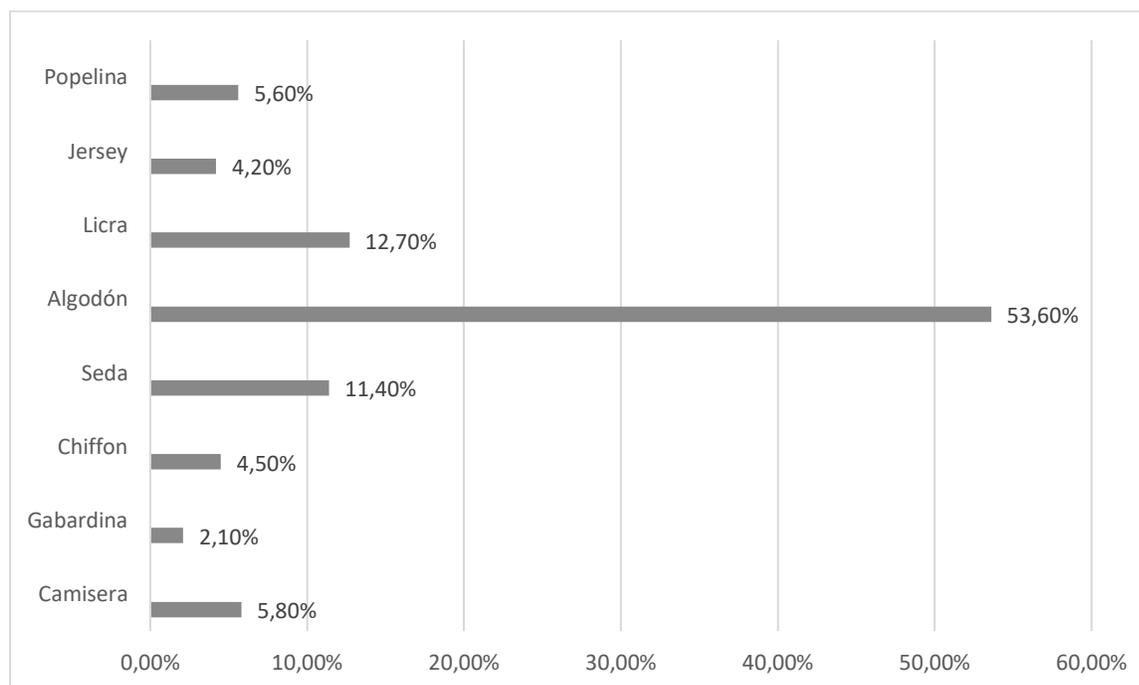
Tabulación pregunta 3

| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Camisera | 22 | 5,8% |
| Gabardina | 8 | 2,1% |
| Chiffon | 17 | 4,5% |
| Seda | 43 | 11,4% |
| Algodón | 202 | 53,6% |
| Licra | 48 | 12,7% |
| Jersey | 16 | 4,2% |
| Popelina | 21 | 5,6% |

Elaboración: Propia

Figura 16

Porcentaje de preferencia de las telas



Elaboración: Propia

En el análisis se muestra que la tela preferida por el sector con relación a las blusas es el algodón con el 53,60 %, seguido de la licra con el 12,7% y seda con el 11,40% siendo estas 3 las

más representativas ya que se encuentran otras telas como el chiffon con el 4,50%, la camisería con el 5,8%, la gabardina con el 2,10%, la popelina con el 5,60% y el jersey con el 4,20% siendo así estas telas de poca acogida por el sector.

Pregunta 4: ¿Cuáles son los estilos de blusas que usted prefiere?

Tabla 8

Tabulación pregunta 4

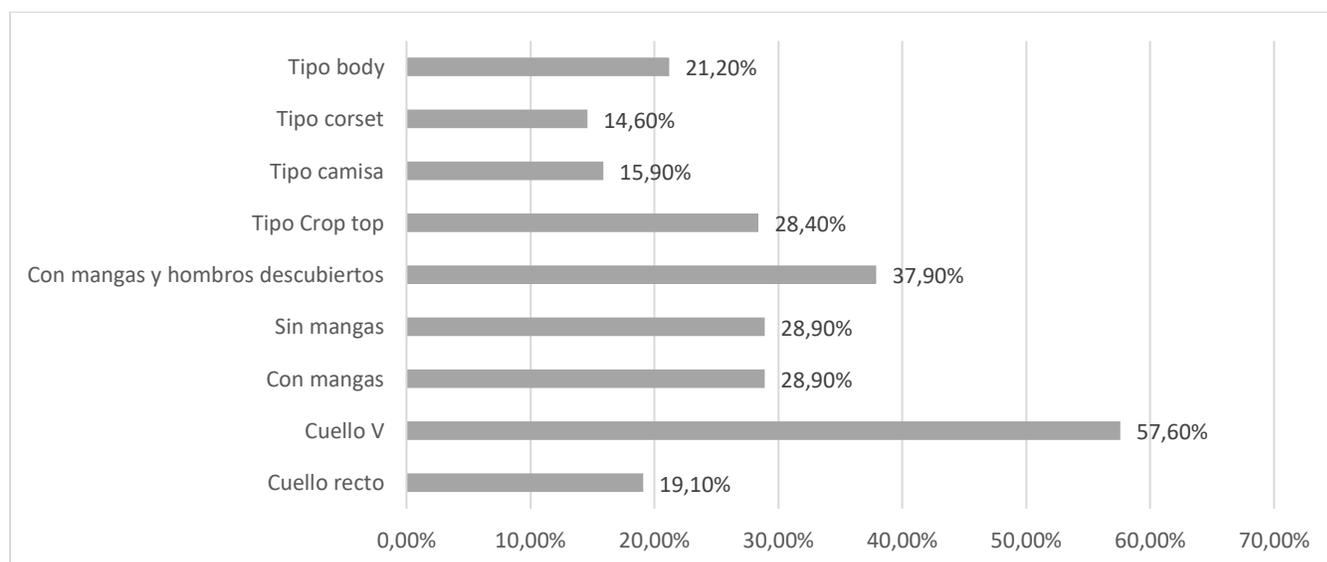
| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------------------|-----------------|-------------------|
| Cuello recto | 72 | 19,1% |
| Cuello V | 217 | 57,6% |
| Con mangas | 109 | 28,9% |
| Sin mangas | 109 | 28,9% |
| Con mangas y hombros descubiertos | 143 | 37,9% |
| Tipo Crop top | 107 | 28,4% |
| Tipo camisa | 60 | 15,9% |
| Tipo corset | 55 | 14,6% |
| Tipo body | 80 | 21,2% |

Nota: Los valores de las cantidades de los diferentes parámetros de la tabla representa de forma individual las respuestas obtenidas, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto y online).

Elaboración: Propia

Figura 17

Porcentaje de estilos de blusas que más prefieren



Elaboración: Propia

Nota: El gráfico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto).

Los estilos de blusas que más prefiere el sector femenino son los de tipo cuello en V con un equivalente del 57,6% ya sea con mangas con un 28,9% y sin mangas con un 28,9% y, además las de tipo con mangas y hombros descubiertos contando con un 37,9% finalizando con los tipos Crop top con un 28,4% siendo estos los más representativos dejando atrás a los estilos cuello recto, tipo camisa, tipo corset, tipo body y otros.

Pregunta 5: ¿Qué accesorios le gustaría ver en una blusa?

Tabla 9

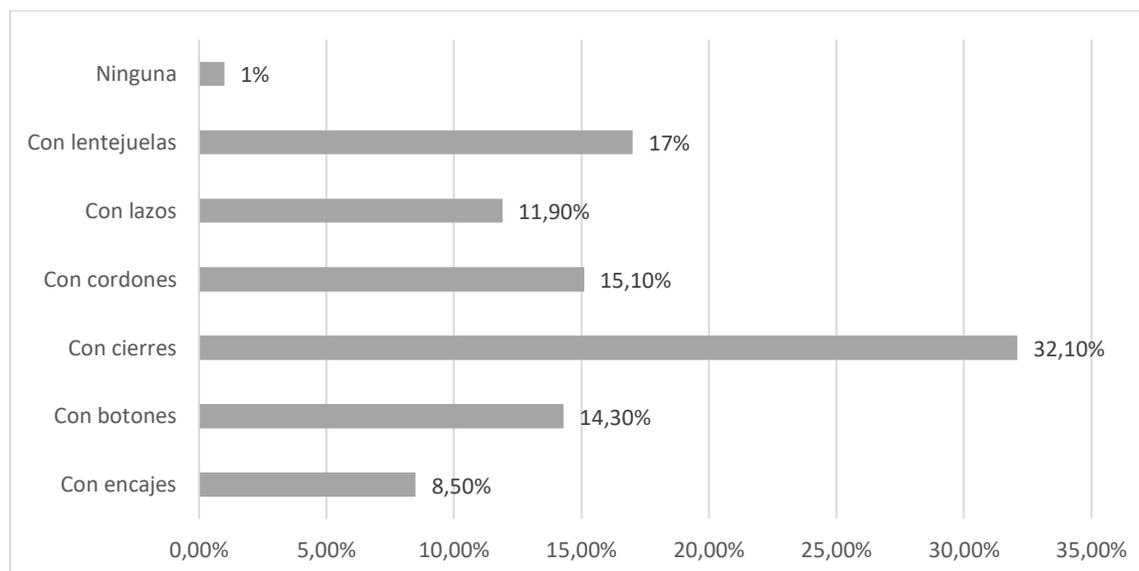
Tabulación pregunta 5

| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Con encajes | 32 | 8,5% |
| Con botones | 54 | 14,3% |
| Con cierre | 121 | 32,1% |
| Con cordones | 57 | 15,1% |
| Con lazos | 45 | 11,9% |
| Con lentejuelas | 64 | 17% |
| Ninguna | 4 | 1% |

Elaboración: Propia

Figura 18

Porcentaje de accesorios en una blusa



Elaboración: Propia

Los accesorios que más requiere el sector en una blusa son los cierres con un valor de 32,1%, siendo este accesorio al que se debería tomar en cuenta al diseñar las blusas.

Pregunta 6: ¿En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (Blusa)?

Tabla 10

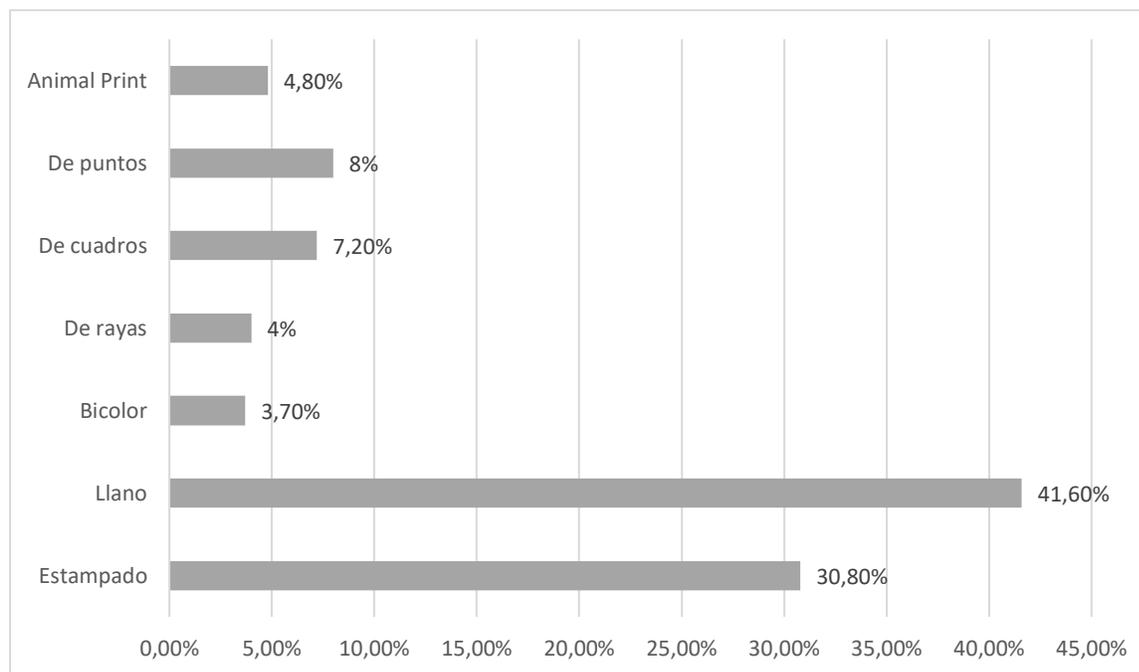
Tabulación pregunta 6

| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Estampado | 116 | 30,8% |
| Llano | 157 | 41,6% |
| Bicolor | 14 | 3,7% |
| De rayas | 15 | 4% |
| De cuadros | 27 | 7,2% |
| De puntos | 30 | 8% |
| Animal Print | 18 | 4,8% |

Elaboración: Propia

Figura 19

Porcentaje del diseño de la blusa



Elaboración: Propia

Obtenido el análisis se puede determinar que las blusas con mayor aceptación son elaboradas de tela con diseño llano con el 41,6% y estampada con el 30,8%.

Pregunta 7: ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una blusa?

Tabla 11

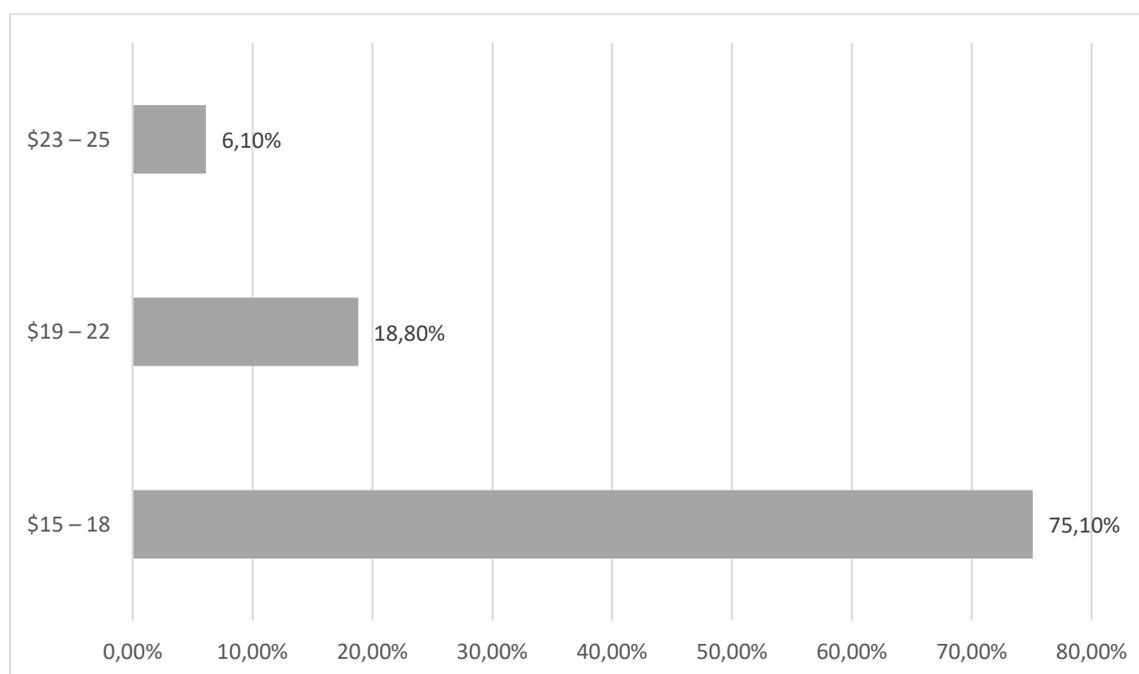
Tabulación pregunta 7

| Parámetros | Cantidad | Porcentaje |
|------------|----------|------------|
| \$15 – 18 | 283 | 75,1% |
| \$19 – 22 | 71 | 18,8% |
| \$23 – 25 | 23 | 6,1% |

Elaboración: Propia

Figura 20

Porcentaje de precios que estarían dispuestas a pagar por adquirir una blusa



Elaboración: Propia

El precio que más opta el sector al momento de adquirir una blusa se encuentra en un intervalo de 15 a 18 dólares con un valor del 75,10% siendo esta la de mayor consideración, mientras que el 18,80% está dispuesto a pagar en un rango de 19 a 22 dólares y el 6,10% opta por pagar de 23 a 25 dólares.

Pregunta 8: ¿En base al diseño que presenta un pantalón formal que tipo de tela usted prefería?

Tabla 12

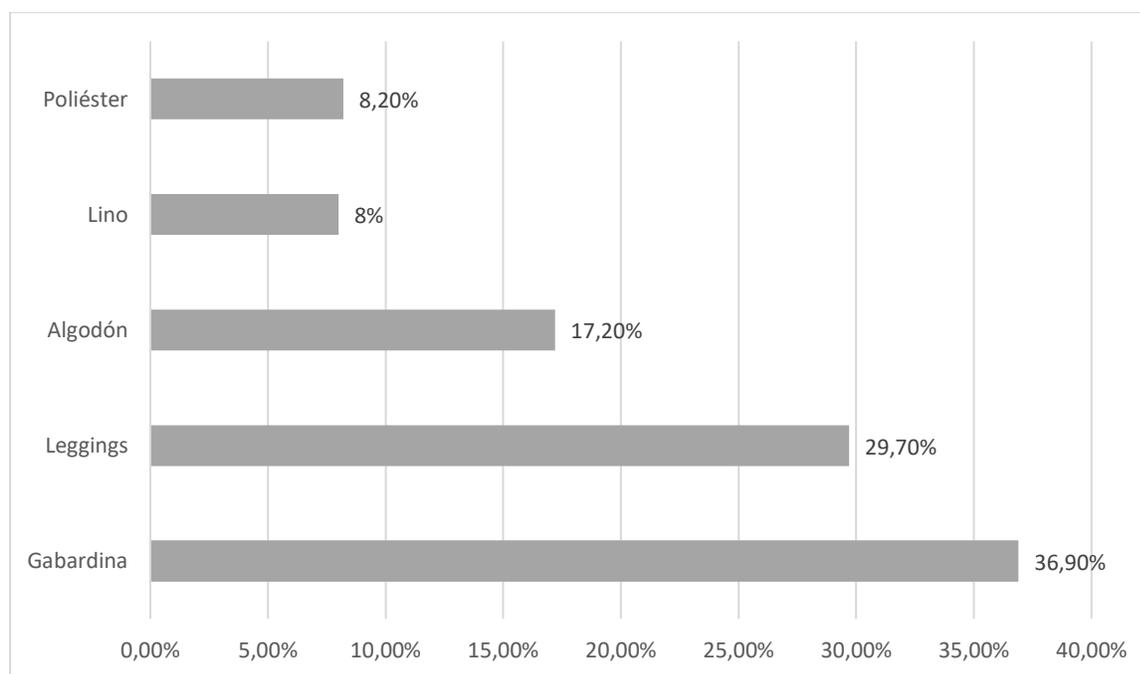
Tabulación pregunta 8

| Parámetros | Cantidad | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|-------------------|
| Gabardina | 139 | 36,9% |
| Leggings | 112 | 29,7% |
| Algodón | 65 | 17,2% |
| Lino | 30 | 8% |
| Poliéster | 31 | 8,2% |

Elaboración: Propia

Figura 21

Porcentaje de tipo de tela para un pantalón formal



Elaboración: Propia

Se ha determinado que la tela de mayor preferencia es la de gabardina con un valor de 36,90%, continuando con un 29,70% la tela de tipo Leggings, mientras que el 17,20% prefiere la tela algodón y con un 8% la tela de lino y 8,2% la de tipo poliéster.

Pregunta 9: ¿En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (pantalones formales)?

Tabla 13

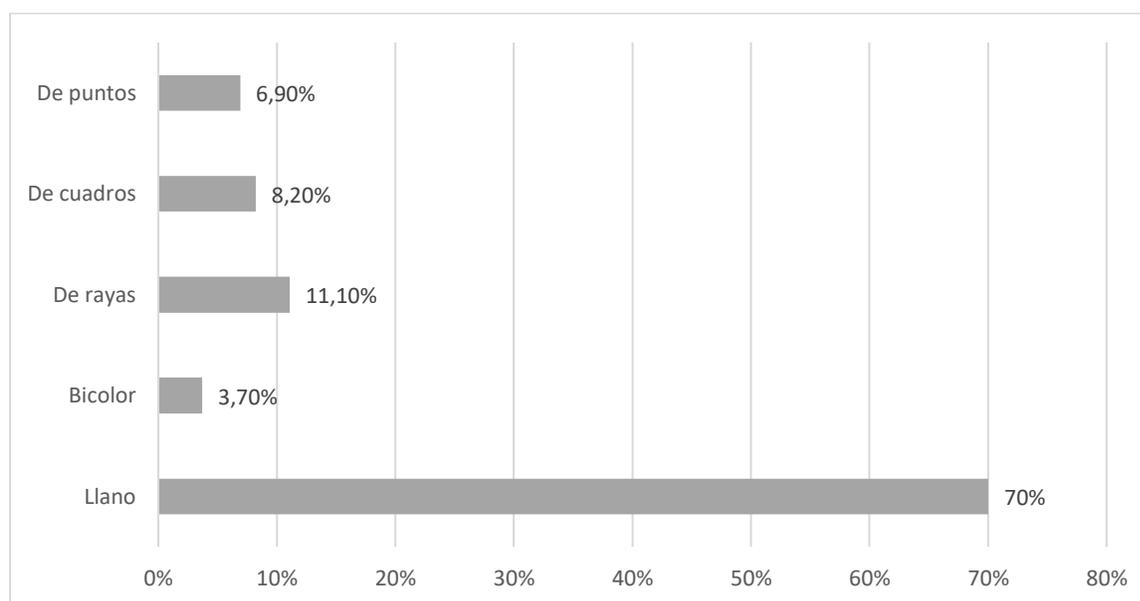
Tabulación pregunta 9

| Parámetros | Cantidad | Porcentajes |
|-------------------|-----------------|--------------------|
| Llano | 264 | 70% |
| Bicolor | 14 | 3,7% |
| De rayas | 42 | 11,1% |
| De cuadros | 31 | 8,2% |
| De puntos | 26 | 6,9% |

Elaboración: Propio

Figura 22

Porcentaje de las telas para pantalones formales



Elaboración: Propia

El 70% de las encuestadas mencionan que prefieren que el diseño de la tela de un pantalón formal sea llano, mientras que el 11,1% prefieren la tela con diseño a rayas, un 8,20% les gusta el diseño de cuadros, el 6,90% optan por el de puntos y finalizando con un 3,70% una tela bicolor.

Pregunta 10: ¿Qué accesorio le gustaría ver en un pantalón formal?

Tabla 14

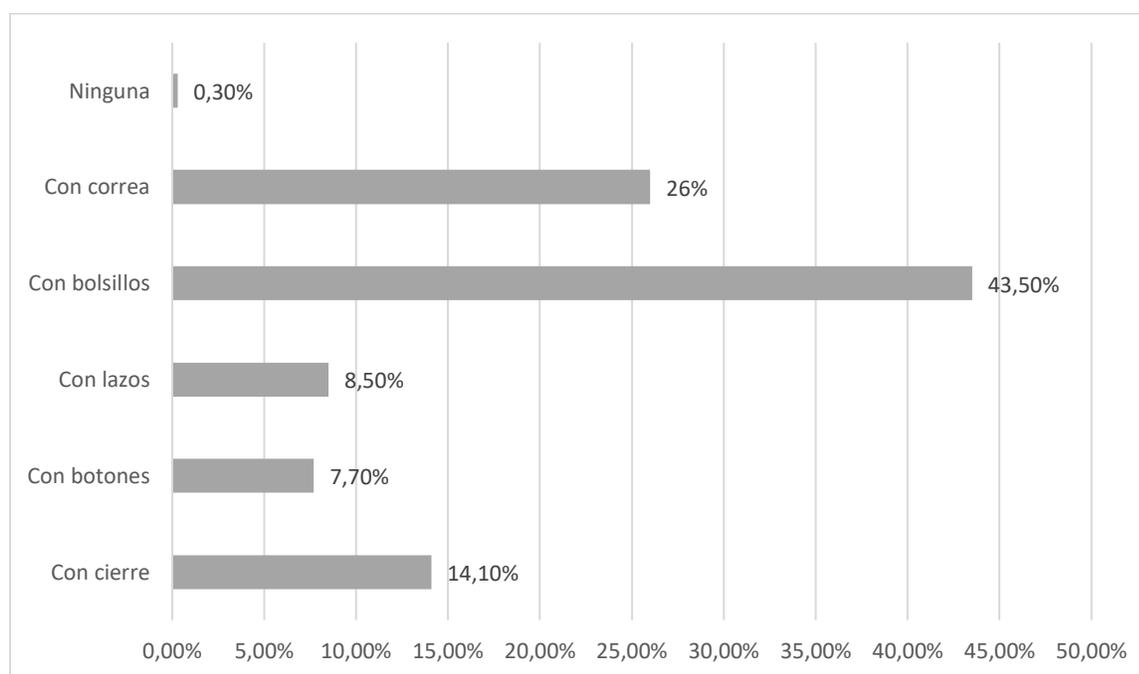
Tabulación pregunta 10

| Parámetros | Cantidad | Porcentajes |
|-------------------|-----------------|--------------------|
| Con cierre | 53 | 14,1% |
| Con botones | 29 | 7,7% |
| Con lazos | 32 | 8,5% |
| Con bolsillos | 164 | 43,5% |
| Con correa | 98 | 26% |
| Ninguna | 1 | 0,3% |

Elaboración: Propia

Figura 23

Porcentaje del tipo de accesorios que llevaría un pantalón formal



Elaboración: Propia

El 43,5% del sector les gusta que el pantalón posea bolsillos mientras que el 26% menciona que el pantalón tenga correa, con un 14,10% lo prefiere con cierre, finalizando con el 8,50% y 7,70% les gusta con lazos y botones respectivamente.

Pregunta 11: ¿Qué toma en cuenta al momento de adquirir un pantalón formal?

Tabla 15

Tabulación pregunta 11

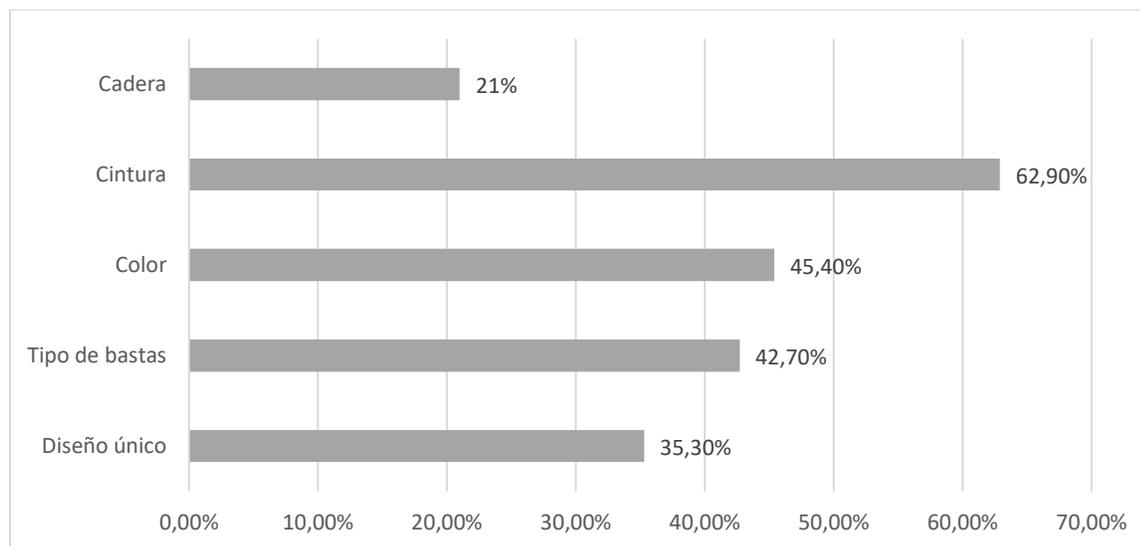
| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Diseño único | 133 | 35,3% |
| Tipo de bastas | 161 | 42,7% |
| Color | 171 | 45,4% |
| Cintura | 237 | 62,9% |
| Cadera | 79 | 21% |

Nota: Los valores de las cantidades de los diferentes parámetros de la tabla representa de forma individual las respuestas obtenidas, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto y online).

Elaboración: Propia

Figura 24

Porcentaje de las características para adquirir un pantalón formal



Elaboración: Propia

Nota: El gráfico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción, para más referencia acerca de los resultados diríjase al (Anexo 4 Tabulación de la encuesta piloto).

Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que la característica que más toman en cuenta para adquirir un pantalón es que sea de cintura con un valor de 62,9%, seguido del color con un 45,40% y del tipo de bastas con un 42,7%, también encontramos otras características como el diseño único cuyo valor es de 35,3% y un 21% lo prefiere que sea de cadera.

Pregunta 12: ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por un pantalón formal?

Tabla 16

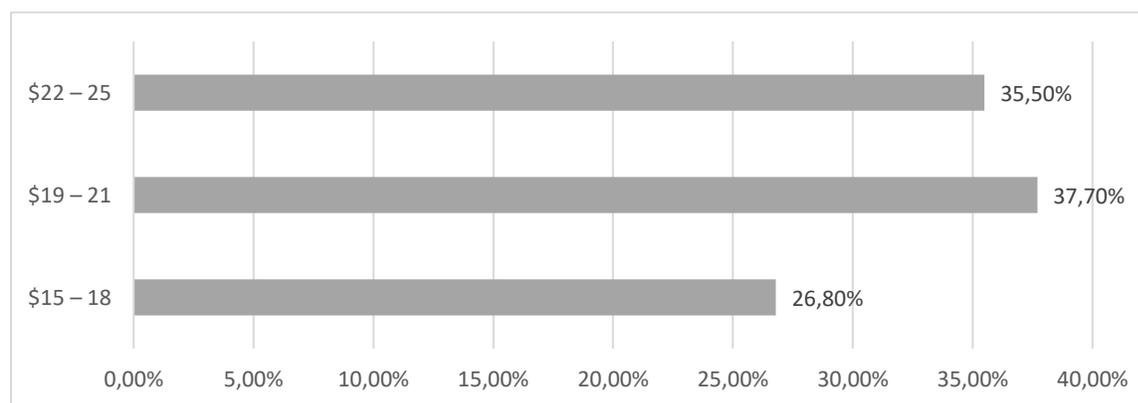
Tabulación pregunta 12

| Parámetros | Cantidad | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|-------------------|
| \$15 – 18 | 101 | 26,8% |
| \$19 – 21 | 142 | 37,7% |
| \$22 – 25 | 134 | 35,5% |

Elaboración: Propia

Figura 25

Porcentaje del precio que estaría dispuesto a cancelar por un pantalón



Elaboración: Propia

El precio que más opta el sector al momento de adquirir un pantalón formal se encuentra en un intervalo de 19 a 21 dólares con un valor del 37,70% siendo esta la de mayor consideración, mientras que el 35,50% está dispuesto a pagar en un rango de 22 a 25 dólares y el 26,80% opta por pagar de 15 a 18 dólares.

Pregunta 13: ¿Qué le motiva a comprar sus prendas en su lugar de preferencia?

Tabla 17

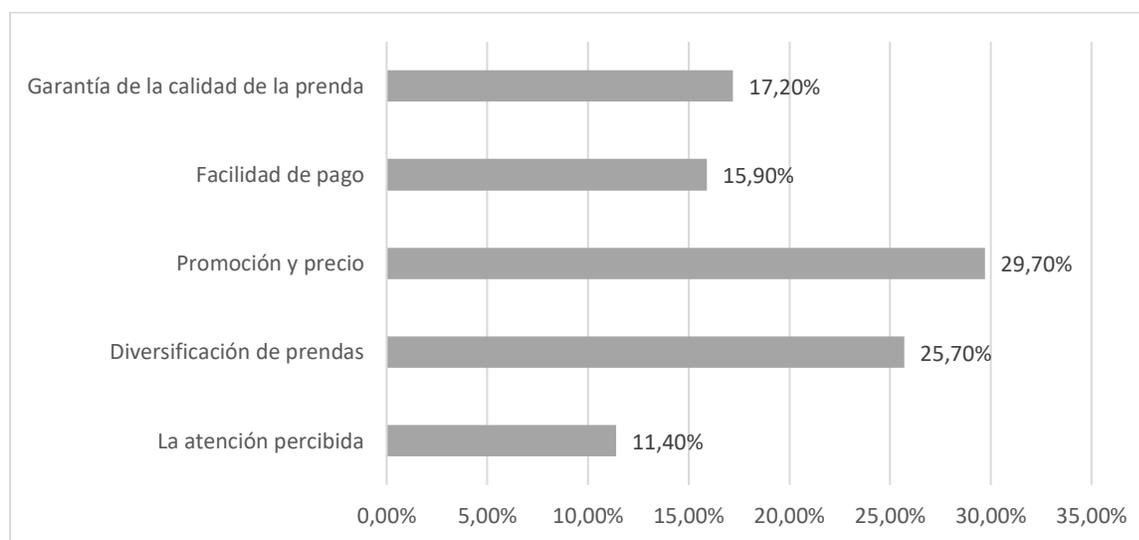
Tabulación pregunta 13

| Parámetros | Cantidad | Porcentajes |
|-------------------------------------|-----------------|--------------------|
| La atención percibida | 43 | 11,4% |
| Diversificación de prendas | 97 | 25,7% |
| Promoción y precio | 112 | 29,7% |
| Facilidad de pago | 60 | 15,9% |
| Garantía de la calidad de la prenda | 65 | 17,2% |

Elaboración: Propia

Figura 26

Porcentajes del motivo por el que elige comprar en su lugar de preferencia



Elaboración: Propia

Según las personas encuestadas el 29,70% menciona que el motivo por el cual compran en sus lugares de preferencia es por las promociones y precios que estos ofertan, mientras que el 25,7% acuden a ellos por la diversificación de prendas, sin dejar a un lado que el 17,2% de la población prefieren calidad en sus prendas, el 15,90% afirma que estos lugares les brindan facilidades de pago y por último el 11,4% lo hace por la atención que recibe.

Pregunta 14: ¿Estaría dispuesta a adquirir blusas y/o pantalones formales fabricadas en el Cantón Guano?

Tabla 18

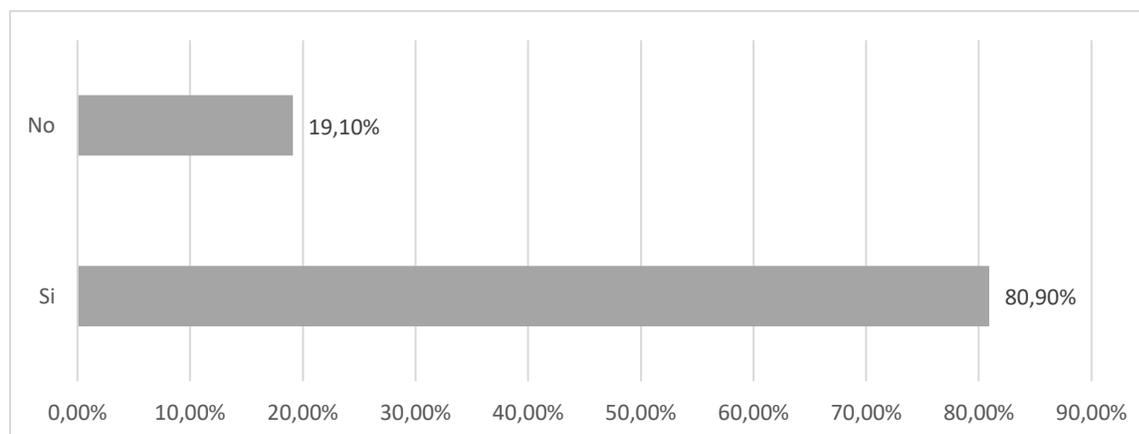
Tabulación pregunta 14

| Parámetros | Cantidad | Porcentaje |
|------------|----------|------------|
| Si | 305 | 80,9% |
| No | 72 | 19,1% |

Elaboración: Propia

Figura 27

Porcentaje si compraría prendas fabricadas en guano



Elaboración: Propia

Con la encuesta online que se realizó a 377 personas tenemos que el 80,90% de las encuestadas si estaría dispuesto a comprar blusas y/o pantalones fabricados en el Cantón Guano, mientras que el 19,10% no le interesa.

Pregunta 15: ¿Cuántas blusas estaría dispuesta adquirir anualmente?

Tabla 19

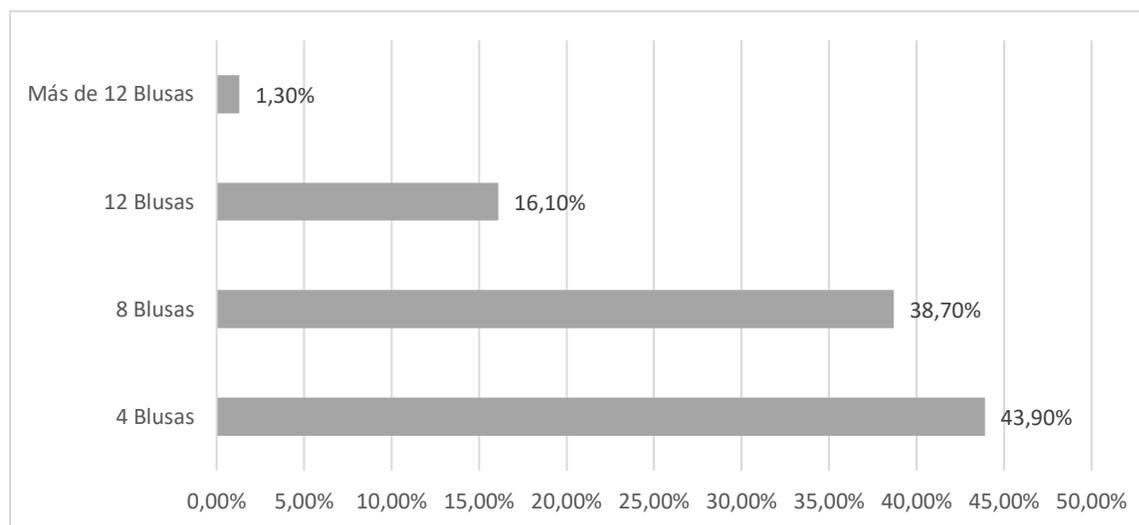
Tabulación pregunta 15

| Parámetro | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| 4 Blusas | 134 | 43,9% |
| 8 Blusas | 118 | 38,7% |
| 12 Blusas | 49 | 16,1% |
| Más de 12 Blusas | 4 | 1,3% |

Elaboración: Propia

Figura 28

Porcentaje de cuantas blusas estarían dispuestas adquirir anualmente



Elaboración: Propia

Realizadas las encuestas se pudo analizar que el 43,90% de la población femenina adquieren cuatro blusas anualmente, mientras que el 38,70% adquieren 8 blusas, así también el 16,10% menciona que compraría 12 blusas y solo un 1,30% compraría más de 12 blusas.

Para no dejar de lado a las personas que están en la posibilidad de adquirir más prendas de las mencionadas se ha tomado la decisión de tomar como referencia la fabricación de 8 blusas anuales.

Pregunta 16: ¿Cuántos pantalones formales estaría dispuesta adquirir anualmente?

Tabla 20

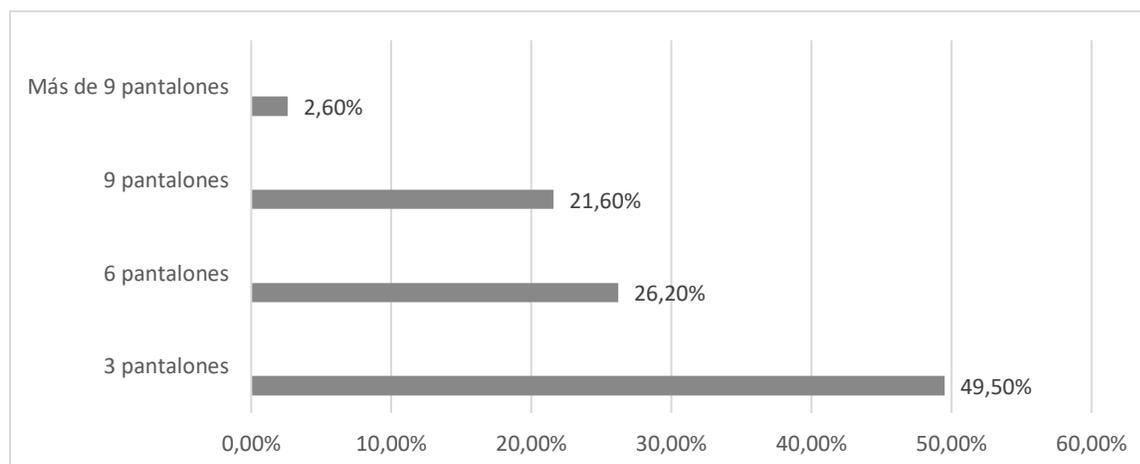
Tabulación pregunta 16

| Parámetros | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------|-----------------|-------------------|
| 3 pantalones | 151 | 49,5% |
| 6 pantalones | 80 | 26,2% |
| 9 pantalones | 66 | 21,6% |
| Más de 9 pantalones | 8 | 2,6% |

Elaboración: Propia

Figura 29

Porcentaje de cuantos pantalones formales estarían dispuestas a adquirir anualmente



Elaboración: Propia

Realizadas las encuestas se pudo analizar que el 49,50% de la población femenina adquieren tres pantalones anualmente, mientras que el 26,29% adquieren 6 pantalones, así también el 21,60% menciona que compraría 9 pantalones y solo un 2,60% compraría más de 9 pantalones.

Para no dejar de lado a las personas que están en la posibilidad de adquirir más prendas de las mencionadas se ha tomado la decisión de tomar como referencia la fabricación de 6 pantalones formales anuales.

4.4.8. Demanda

Con la aplicación de la encuesta online a la población femenina se les pregunto si ellas estarían dispuestas a adquirir blusas y/o pantalones fabricados en el Cantón Guano dando como resultado que el 80,9% de la población está dispuesta a adquirir las prendas ver (Pregunta 14 - encuesta online), llegando así a deducir que serán nuestras clientes potenciales, considerando 8 blusas como valor máximo ver (Pregunta 15 - encuesta online) y 6 pantalones anualmente ver (Pregunta 16 – encuesta online).

Tabla 21

Demanda de blusas de la población de 15 a 25 años de edad

| Año | Encuestas | Población | # de blusas anuales |
|------------|------------------|------------------|----------------------------|
| 2021 | 377 | 19550 | ----- |
| | 305 | 15816 | 126528 |

Nota: Realizadas las encuestas se pudo determinar que la población que están interesadas en adquirir blusas es de 15816 personas y en base a la pregunta 15 de la encuesta online se tiene que estarían dispuestas en comprar 8 prendas al año obteniendo un valor de 126528 blusas anuales.

Elaboración: Propia

Tabla 22

Demanda de pantalones formales de la población de 15 a 25 años de edad

| Año | Encuestas | Población | # de pantalones formales anuales |
|------------|------------------|------------------|---|
| 2021 | 377 | 19550 | ----- |
| | 305 | 15816 | 94896 |

Nota: Se determinó que la población interesada en adquirir pantalones formales es de 15816 personas y en base a la pregunta 16 de la encuesta online se tiene que estarían dispuestas en comprar 6 prendas al año obteniendo un valor de 94896 pantalones formales anuales.

Elaboración: Propia

4.4.9. Determinación de la elasticidad de la demanda de blusas y pantalones formales

Para encontrar la elasticidad de la demanda de las blusas se investigo acerca del precio que manejan los locales de los centros comerciales ya que en la pregunta 2 – encuesta online se logró determinar que son en estos lugares donde más se adquiere dichas prendas; para el precio se ha realizado un promedio de los valores ofertados por la competencia obteniendo así: blusas en \$27,48 y pantalones formales en \$37,44 ver (Anexo 5 Precios de la competencia)

El total de nuestra población 19550 están dispuestos en adquirir al precio promedio mencionado anteriormente tanto en blusas como en pantalones formales, según el análisis realizado nuestro producto va a tener 15826 posibles clientes potenciales que estarían dispuesto a adquirir las blusas a un precio de 18 dólares y los pantalones formales a 20 dólares.

Con los datos proporcionados se aplicará la siguiente fórmula para determinar la elasticidad, considerando Q1 es el total del número de blusas que la población adquiere.

Datos para las blusas

P1: \$27,48

P2: \$18

Q1: 156400

Q2: 126528

Aplicando la fórmula:

$$E_p = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}} \quad (4)$$

$$E_p = \frac{\frac{126528 - 156400}{156400}}{\frac{18 - 27,48}{27,48}}$$

$$E_p = 0,55$$

El resultado obtenido es de 0,55 es decir menos de 1 por lo que tenemos una demanda inelástica que se mantendrá estable, aunque exista incrementos en los precios ya que se los considera bienes de primera necesidad.

Datos para pantalones formales

P1: \$37,44

P2: \$20

Q1: 117300

Q2: 94896

Aplicando la fórmula:

$$E_p = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}} \quad (4)$$

$$E_p = \frac{\frac{94896 - 117300}{117300}}{\frac{20 - 37,44}{37,44}}$$

$$E_p = 0,41$$

El resultado obtenido es de 0,41 es decir menos de 1 por lo que tenemos una demanda inelástica que se mantendrá estable, aunque exista incrementos en los precios ya que se los considera bienes de primera necesidad.

4.4.10. Oferta

En la localidad existen pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a la confección de ropa entre las más conocidas encontramos: Sacha textil, Rio textil, JC Confecciones, GS textil Pawana y Creaciones Maritex. Sin embargo, estas empresas se dedican a la elaboración de ropa deportiva, prendas de vestir de las tejidas de punto y ganchillo y ropa de dormir considerándolos como competencia indirecta ver (Anexo 8 Competencia indirecta).

Con respecto a la venta de las prendas tenemos una competencia directa muy amplia ya que solo en centros comerciales encontramos tiendas como Pinto, RM, Etafashion, Koaj, Tommy Hilfiger que ofrecen al público prendas con valores muy elevados, sin embargo, en otras tiendas encontramos precios económicos, pero no garantiza la calidad de la prenda.

Al no poseer registros estadísticos del volumen de ventas se tomó en cuenta la pregunta 2 – encuesta online para determinar en donde adquieren sus prendas hoy en día, en donde mencionan que la mayoría de la población femenina compra en centros comerciales.

Mediante la aplicación de una encuesta para obtener la información del promedio de venta de blusas y pantalones formales de los locales comerciales se obtuvo un promedio de 23 blusas y 17 pantalones al mes, cabe mencionar que por las situación que está atravesando el país referente a la pandemia no se pudo realizar las encuestas a todos los locales de Riobamba y solo nos centramos en los locales que están ubicados en el Paseo Shopping por la facilidad de accesibilidad y temas de bioseguridad ver (Anexo 9 – Evidencia de las encuestas realizadas a locales comerciales).

Según (GAD- Riobamba, 2020) afirma que “existen 441 establecimientos registrados de almacenes de ropa y afines” (p.270), de ahí obtendremos que la competencia oferta 121716 blusas y 89964 pantalones anuales.

4.4.11. Proyecciones

4.4.11.1. Proyecciones de la demanda.

Para realizar las proyecciones de la demanda se consideró el incremento poblacional con respecto al sexo femenino teniendo un valor de 1,54% ver (Anexo 1- Población y censos 2010 (REDATAM)) y se lo aplicó para cinco años a partir del año actual, tomando como referencia la pregunta 15 – encuesta online para blusas y la pregunta 16 – encuesta online para pantalones formales es así que se obtuvo los siguientes resultados ver en la tabla 23.

Tabla 23

Demanda de blusas

| Año | Población | # Blusas |
|------------|------------------|-----------------|
| 2021 | 15816 | 126528 |
| 2022 | 16060 | 128477 |
| 2023 | 16307 | 130455 |
| 2024 | 16558 | 132464 |
| 2025 | 16813 | 134504 |

Nota: Con el incremento poblacional de 1,54% se determinó la cantidad de blusas que se necesita fabricar para cada año.

Elaboración: Propia

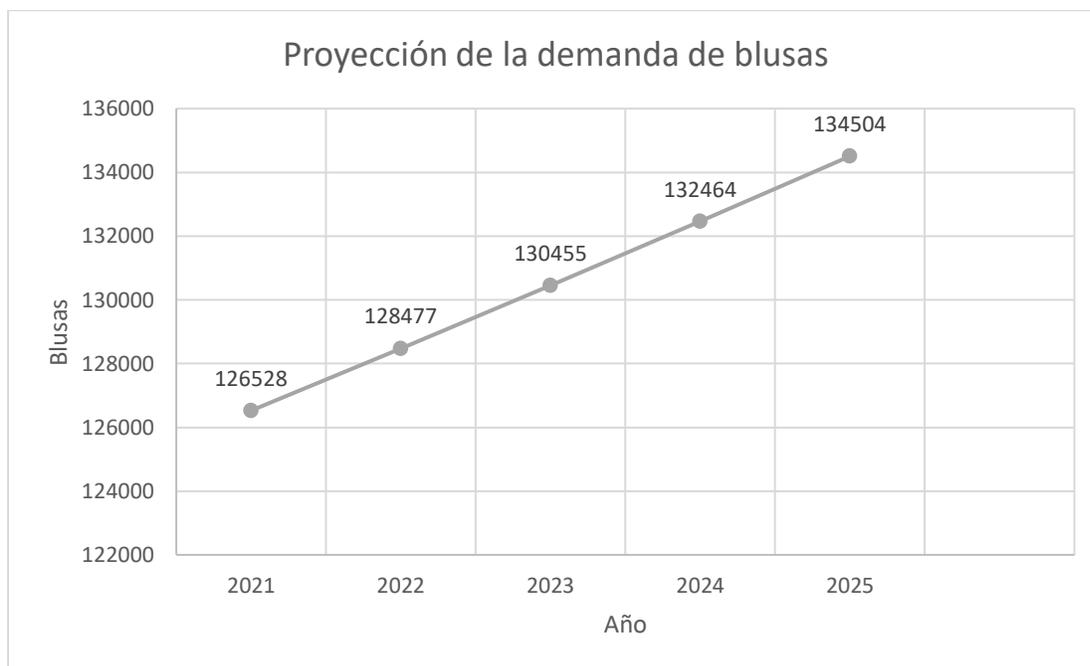
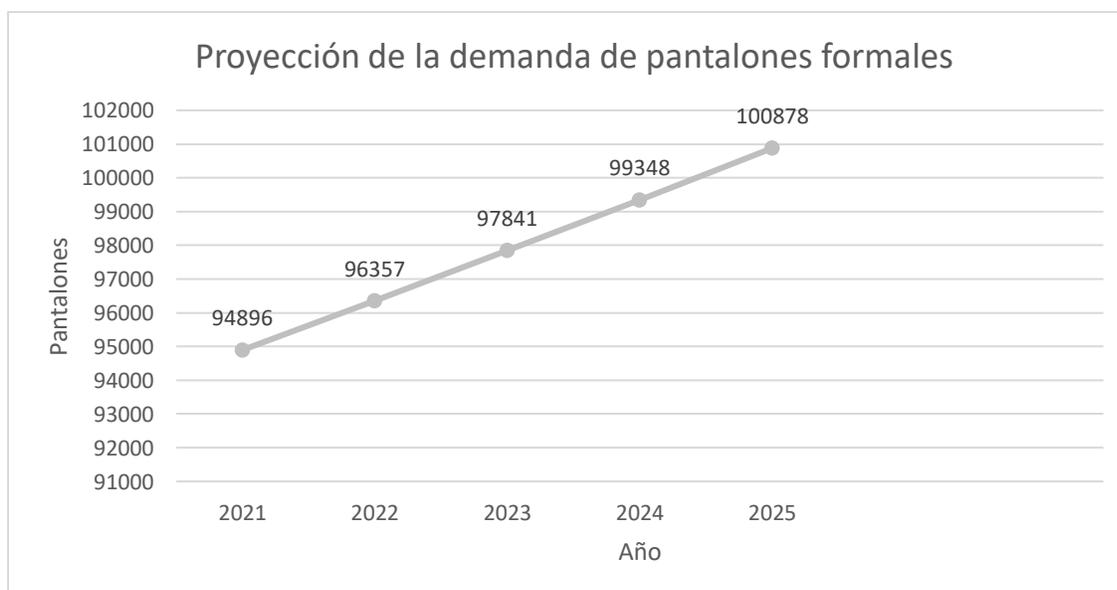
Tabla 24

Demanda pantalones formales

| Año | Población | # pantalones formales |
|------------|------------------|------------------------------|
| 2021 | 15816 | 94896 |
| 2022 | 16060 | 96357 |
| 2023 | 16307 | 97841 |
| 2024 | 16558 | 99348 |
| 2025 | 16813 | 100878 |

Nota: Con el incremento poblacional de 1,54% se determinó la cantidad de pantalones formales que se necesita fabricar para cada año.

Elaboración: Propia

Figura 30*Proyección de la demanda de blusas***Elaboración:** Propia**Figura 31***Proyección de la demanda de pantalones formales***Elaboración:** Propia

4.4.11.2. Demanda potencial insatisfecha.

Al conocer la competencia directa de nuestro producto por temas de ventas se identificó que existe una demanda insatisfecha pues la demanda potencial es mayor a la oferta potencial en donde se denota lo siguiente:

Si la DP > OP existe una demanda insatisfecha

Así tenemos que para la demanda insatisfecha se tomó en cuenta el número de blusas obtenido en la Tabla 23- Demanda de blusas y el número de pantalones formales obtenidos en la tabla 24 – Demanda pantalones formales tomando en cuenta las proyecciones para los 5 años siguientes y aplicando la ecuación 5.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta} \quad (5)$$

Tabla 25

Demanda insatisfecha de blusas

| Año | # Blusas | Competencia | Demanda insatisfecha |
|------------|-----------------|--------------------|-----------------------------|
| 2021 | 126528 | 121716 | 4812 |
| 2022 | 128477 | 121716 | 6761 |
| 2023 | 130455 | 121716 | 8739 |
| 2024 | 132464 | 121716 | 10748 |
| 2025 | 134504 | 121716 | 12788 |

Nota: Representa la cantidad a producir para satisfacer la demanda, además de tener en cuenta que la competencia se mantiene constante pues los locales no llevan registros acerca de sus ventas.

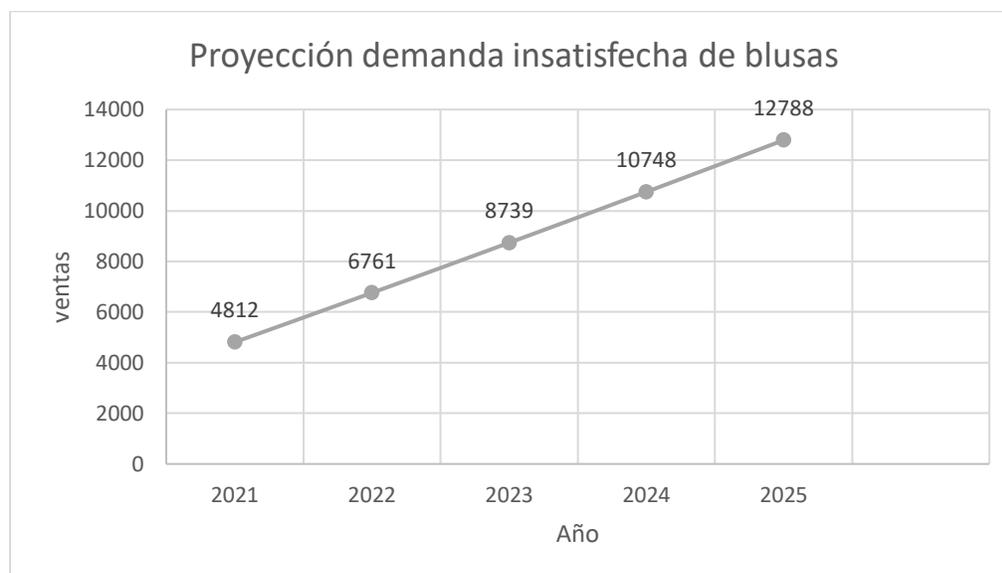
Elaboración: Propia

Tabla 26*Demanda insatisfecha de pantalones formales*

| Año | # Pantalones formales | Competencia | Demanda insatisfecha |
|------------|------------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 2021 | 94896 | 89964 | 4932 |
| 2022 | 96357 | 89964 | 6393 |
| 2023 | 97841 | 89964 | 7877 |
| 2024 | 99348 | 89964 | 9384 |
| 2025 | 100878 | 89964 | 10914 |

Nota: Representa la cantidad a producir para satisfacer la demanda, además de tener en cuenta que la competencia se mantiene constante pues los locales no llevan registros acerca de sus ventas.

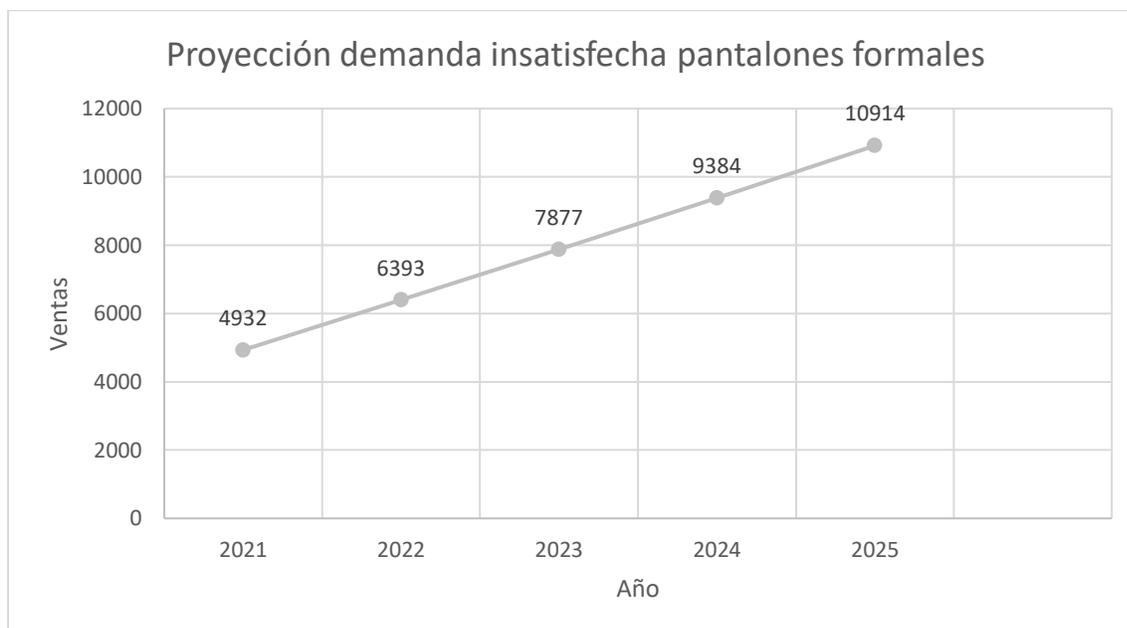
Elaboración: Propia

Figura 32*Proyección demanda insatisfecha de blusas*

Elaboración: Propia

Figura 33

Proyección demanda insatisfecha de pantalones formales



Elaboración: Propia

4.5. Estudio técnico

En esta fase del proyecto se desarrolló los parámetros técnicos necesarios para el manejo eficiente de los recursos para la fabricación de los productos, tomando en cuenta la localización, la capacidad, la distribución de la planta, el recurso humano, financiero y tecnológico.

4.5.1. Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto tiene una estructura básica que va desde la descripción del proceso, la compra de máquinas y herramientas necesarias para el proceso, contar con el personal adecuado y capacitado, establecer la línea de producción para el correcto funcionamiento de la planta.

4.5.1.1. Proceso de producción.

Considerando que un proceso de producción consta de varias actividades desde la recepción de la materia prima y pasar por diferentes procesos hasta llegar a tener el producto terminado con las características requeridas por los clientes.

4.5.1.1.1. Descripción del proceso de producción de blusas.

Recepción de la materia prima: Al llegar las telas a la planta se realiza el desembarque para su posterior clasificación en base a sus características e ingresarlas al inventario.

Selección de los modelos: Una vez clasificadas se escoge las telas dependiendo de los modelos es decir sean llanas o estampadas.

Dibujar el patrón en la tela: Se procede a tender y a medir la tela para después trazar el patrón.

Cortado: Se corta la tela en base al diseño marcado, se las clasificara en base a las tallas S, M, L y se realiza su respectiva inspección.

Unión de las piezas: Cuando ya está cortado y clasificada las tallas se procede a realizar la unión de las piezas de la blusa con la ayuda de la máquina Overlock y para reforzar la costura se pasa por la máquina recta.

Control de calidad: Verificar que la prenda no posea ningún tipo de alteración como la presencia de hilos sueltos o rasgaduras de la tela.

Planchado: Cuando la prenda ya está ensamblada con su respectivo refuerzo se procede a realizar el planchado.

Etiquetado: Se procederá a realizar un pequeño estampado en la parte inversa de la prenda el cual indicará el tratamiento que deberá cumplir para asegurar la calidad de la prenda.

Enfundado: Se realizará dos tipos de enfundado, la primera con una funda plástica transparente para evitar que la prenda sea manipulada de manera errónea y la segunda funda para promocionar la marca ver (Figura 8).

4.5.1.1.2. Descripción del proceso de producción de pantalones formales.

Recepción de la materia prima: Al llegar las telas a la planta se realiza el desembarque para su posterior clasificación en base a sus características e ingresarlas al inventario.

Selección de los modelos: Una vez clasificadas se escoge las telas dependiendo de los modelos es decir llanos.

Dibujar el patrón en la tela: Se procede a tender y a medir la tela para después trazar el patrón.

Cortado: Se corta la tela en base al diseño marcado, se las clasificara en base al número de la talla iría desde la 8 hasta 16 y se realiza su respectiva inspección.

Unión de las piezas: Cuando ya está cortado y clasificada por número tallas se procede a remallar las piezas, armar bolsillos, cierre y pretina, y unir las piezas del pantalón con la ayuda de la máquina Overlock además para reforzar la costura se pasa por la máquina recta.

Acabados de la prenda: De acuerdo al diseño se alzarán las bastas, se realizará el armado del ojal de ser necesario y por consiguiente el pegado del botón.

Control de calidad: Verificar que la prenda no posea ningún tipo de alteración como la presencia de hilos sueltos o rasgaduras de la tela.

Planchado: Cuando la prenda ya está ensamblada con su respectivo refuerzo se procede a realizar el planchado.

Etiquetado: Se procederá a realizar un pequeño estampado en la parte inversa de la prenda el cual indicará el tratamiento que deberá cumplir para asegurar la calidad de la prenda.

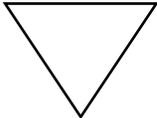
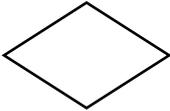
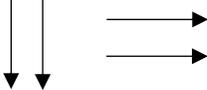
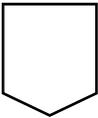
Enfundado: Se realizará dos tipos de enfundado, la primera con una funda plástica transparente para evitar que la prenda sea manipulada de manera errónea y la segunda funda para promocionar la marca ver (Figura 8).

4.5.1.1.3. Simbología de las actividades.

Para representar la simbología de las actividades se toma en cuenta la norma American National Standards Institute (ANSI) como se muestra en la tabla 27.

Tabla 27

Simbología norma American National Standards Institute (ANSI)

| Símbolo | Significado | Utilización |
|---|-----------------------|---|
|  | Inicio / Fin | Indica el inicio y el final del diagrama de flujo |
|  | Operación / Actividad | Representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento. |
|  | Documento | Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento. |
|  | Almacenamiento | Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo. |
|  | Decisión | Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos. |
|  | Líneas de flujo | Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones. |
|  | Conector | Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página. |
|  | Conector de página | Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo. |

Fuente: (Soret, 2020)

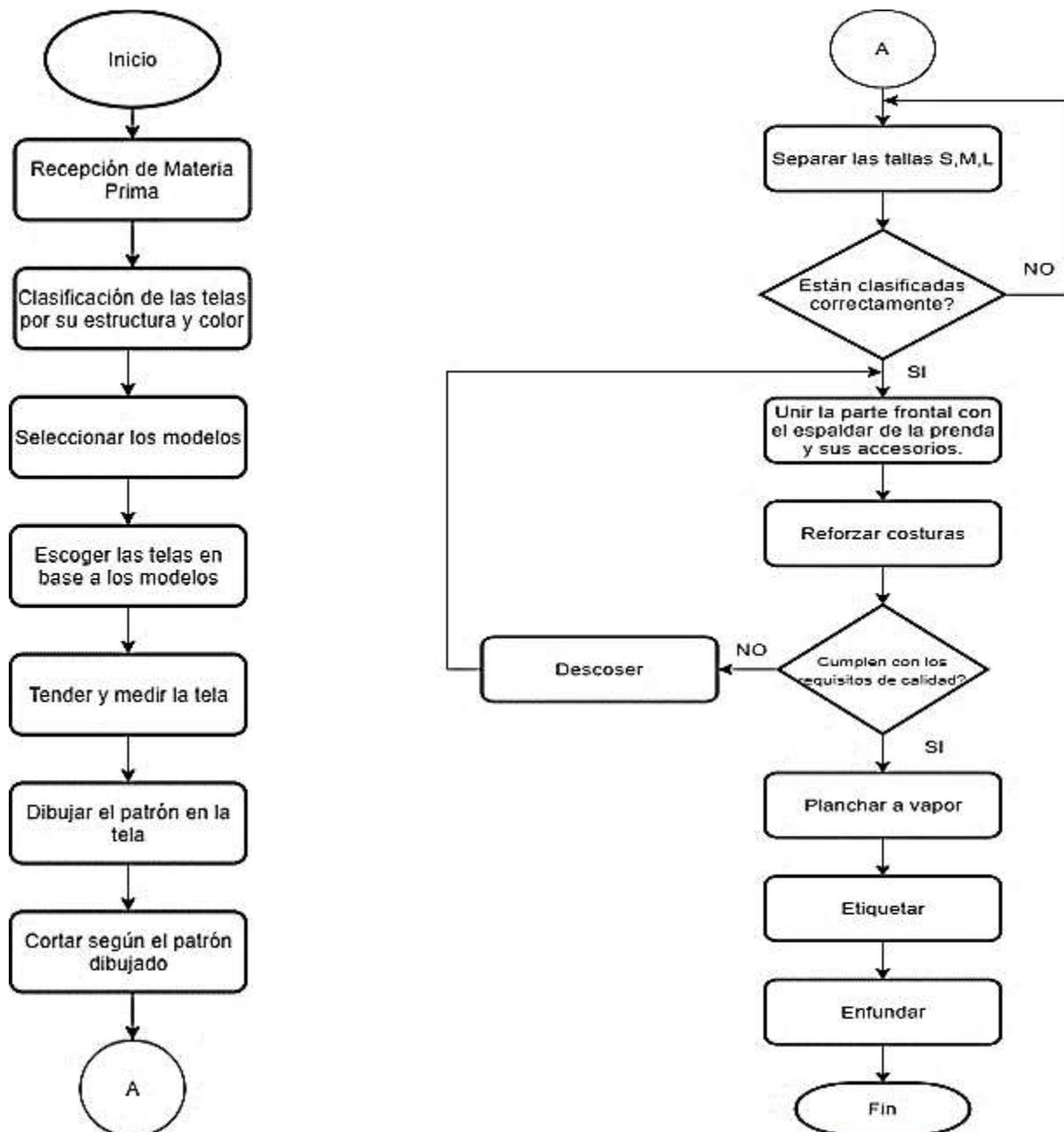
Elaboración: Propia

4.5.1.1.4. Diagrama de flujo de proceso para blusas con cuello en V.

En las figuras 34 se muestra la secuencia del proceso a seguir para la elaboración de las blusas

Figura 34

Diagrama de flujo de proceso para blusas con cuello V.



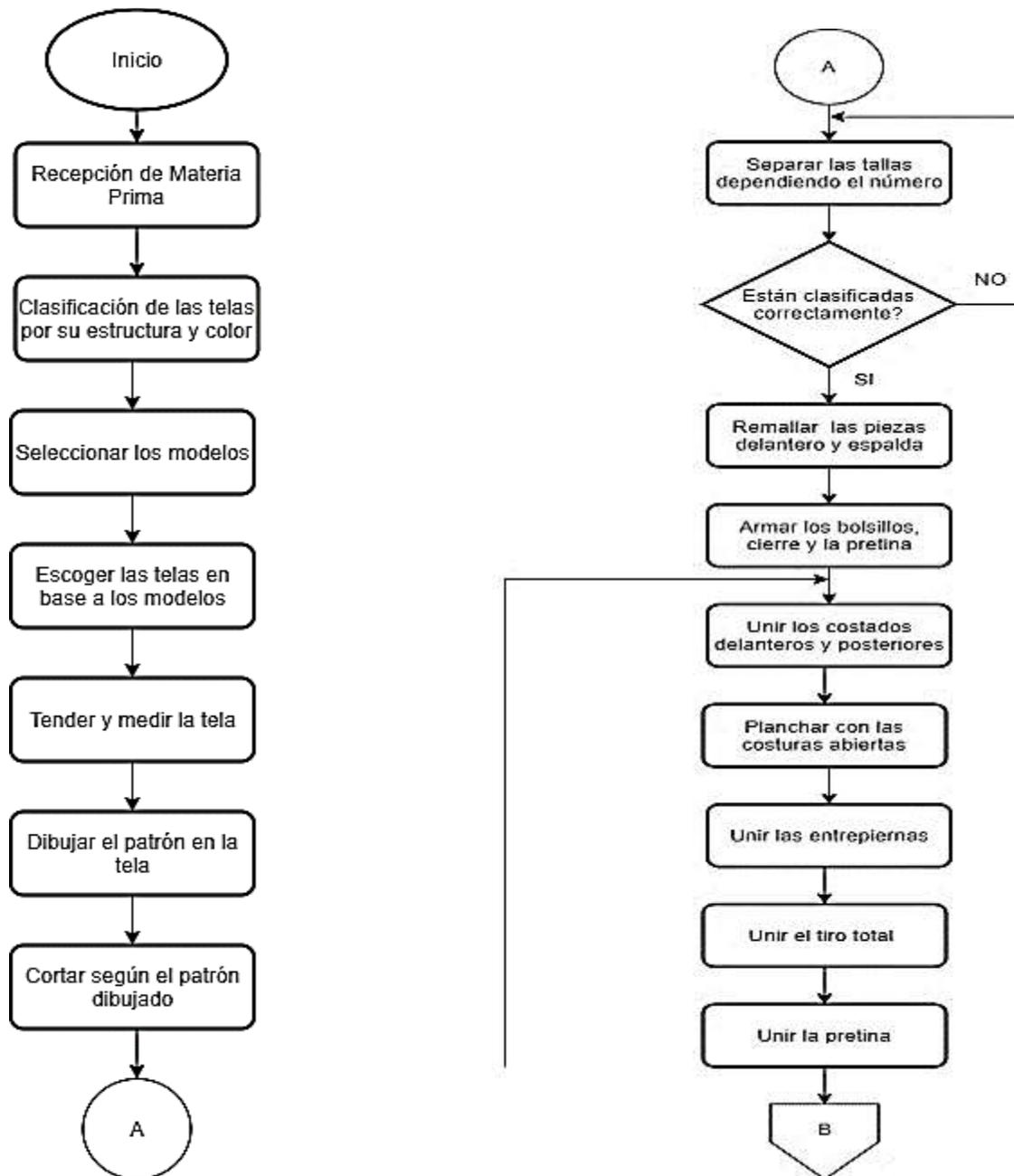
Elaboración: Propia

4.5.1.1.5. Diagrama de flujo de proceso para pantalones formales.

En las figuras 35 y 36 se muestra la secuencia del proceso a seguir para la elaboración de los pantalones formales.

Figura 35

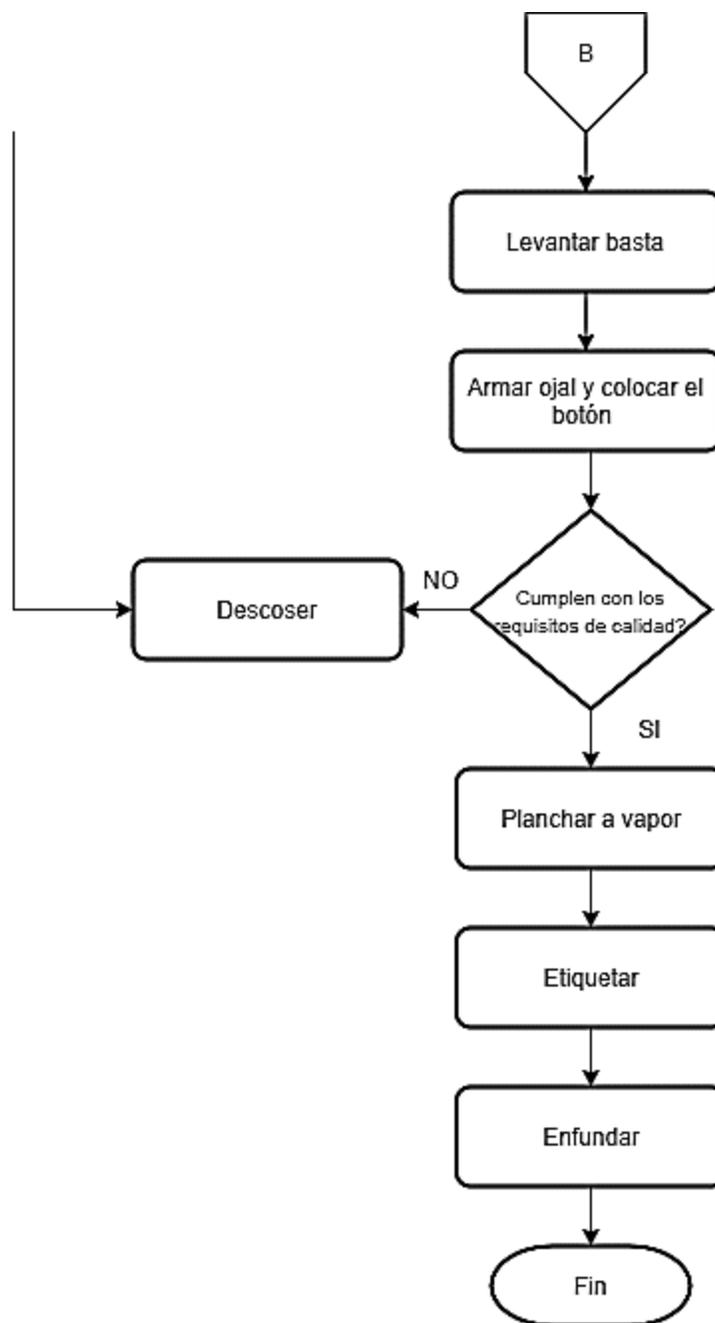
Diagrama de flujo de proceso para pantalones formales



Elaboración: Propia

Figura 36

Diagrama de flujo de proceso para pantalones formales



Elaboración: Propia

4.5.1.2. Tiempo de producción de blusas cuello en V.

Tabla 28

Tiempo de producción de blusas con cuello en V por cada proceso

| Proceso | Tiempo (min) |
|--|---------------------|
| Recepción de materia prima | ----- |
| Clasificación de las telas por su estructura y color | 2 |
| Seleccionar los modelos | 1 |
| Escoger las telas | 1 |
| Tender y medir la tela | 2 |
| Dibujar el patrón en la tela | 3 |
| Cortar | 2 |
| Separar las tallas | 1 |
| Inspección | 1 |
| Unir piezas y accesorios | 5 |
| Reforzar costuras | 3 |
| Control de calidad | 1 |
| Planchar | 1 |
| Etiquetar | 1 |
| Enfundar | 1 |
| Total | 25 |

Fuente: (Ayala & Torres, 2018)

Elaboración: Propia

El tiempo de producción de una blusa es de 25 minutos, es decir que, al finalizar la jornada de trabajo de 8 horas, laborando los 6 días de la semana se obtendrá 19 blusas al día, 114 a la semana, 456 blusas al mes y 5472 blusas al año.

4.5.1.3. Tiempo de producción de pantalones formales.

Tabla 29

Tiempo de producción de pantalones formales por cada proceso

| Proceso | Tiempo (min) |
|--|---------------------|
| Recepción de materia prima | ----- |
| Clasificación de las telas por su estructura y color | 2 |
| Seleccionar los modelos | 1 |
| Escoger las telas | 1 |
| Tender y medir la tela | 2 |
| Dibujar el patrón en la tela | 3 |
| Cortar | 2 |
| Separar las tallas | 1 |
| Inspección | 1 |
| Remallar las piezas | 2 |
| Armar bolsillos, cierre y pretina | 2 |
| Unir los costados delantero y posteriores | 2 |
| Planchar con las costuras abiertas | 1 |
| Unir la entrepierna | 1 |
| Unir el tiro total | 0,5 |
| Unir la pretina | 0,5 |
| Levantar y planchar basta | 1 |
| Armar ojal y colocar botón | 1 |
| Control de calidad | 1 |
| Planchar | 1 |
| Etiquetar | 1 |
| Enfundar | 1 |
| Total | 28 |

Fuente: (Peñaranda & Piamba, 2014)

Elaboración: Propia

El tiempo de producción de un pantalón formal es de 28 minutos, es decir que, al finalizar la jornada de trabajo de 8 horas, laborando los 6 días de la semana se obtendrá 17 pantalones formales al día, 102 a la semana, 408 pantalones formales al mes y 4896 pantalones formales al año.

4.5.1.4. Balance de materias primas para blusas.

Para satisfacer la demanda insatisfecha del primer año, siendo esta de 4812 blusas, se elaboró el balance de materias primas.

Tabla 30

Balance de materia prima por mes para blusas

| Cantidad | Materia prima | Especificaciones | Proveedor | Costo unidad | Costo total por mes | Costo total anual |
|--------------|------------------------------------|--|------------------------------------|--------------|---------------------|-------------------|
| 601,5 metros | Tela | Algodón (varios colores y modelos) | Casa Comercial Brito Clavijo HNOS. | 5,50 | 3.308,25 | 39.699,00 |
| 802 | Cierres de mangas estilo americano | Cierre por cada manga | Intecs | 0,30 | 240,60 | 2.887,20 |
| 401 | Elástico grueso | 1 metro por blusa | Intecs | 1,00 | 401 | 4.812,00 |
| 802 | Botones pequeños | Botón blanco | Intecs | 0,10 | 80,2 | 962,40 |
| 401 | Broches | Metálicos | Intecs | 0,08 | 30,08 | 361,96 |
| 40100 metros | Hilos | (Cono de hilo de 5000 m) * 8 u | Neymatex | 2,10 | 16,80 | 201,60 |
| 401 | Etiquetas estampada (marca) | Etiquetas de 5 cm x 4 cm | VIPKard | 0,055 | 22,05 | 264,60 |
| 401 | Etiqueta estampada (conservación) | Etiquetas de 6 cm x 6 cm | VIPKard | 0,080 | 32,08 | 384,96 |
| 401 | Etiqueta colgantes de cartón | Etiquetas de 4,5 cm x 8,5 cm | Reactivos publicidad | 0,044 | 17,64 | 211,68 |
| 401 | Fundas plásticas transparentes | Fundas de 20,3 cm x 30,4 cm paquete de 100 u | Displast | 1,78 | 7,12 | 85,44 |
| 401 | Fundas plásticas personalizadas | Fundas tipo cartera de 20 cm x 29 cm impresos. | V&V | 0,13 | 52,13 | 625,56 |
| Total | | | | | 4.207,95 | 50.495,40 |

Nota: Se debe tener consideración que el consumo del hilo puede variar sea por el diseño, talla, grosor de la tela y ajustes de la máquina, por lo que tenemos aproximadamente para una blusa un consumo de 100 metros de hilo según (Yo elijo coser , 2021) menciona que para una blusa se necesita 1,50 metros de tela.

Fuente: Investigación propia ver (Anexo 10 – Proformas de los proveedores)

Elaboración: Propia

4.5.1.5. Balance de materias primas para pantalones formales.

Para satisfacer la demanda del primer año, siendo esta de 4932 pantalones formales, se elaboró el balance de materias primas.

Tabla 31

Balance de materia prima por mes para pantalones formales

| Cantidad | Materia prima | Especificaciones | Proveedor | Costo unidad | Costo total por mes | Costo total anual |
|--------------|-----------------------------------|---|----------------------|--------------|---------------------|-------------------|
| 616,5 metros | Tela | Gabardina múltiples colores | Neymatex | 3,55 | 2.188,58 | 26.262,96 |
| 65760 metros | Hilos | Hilos estándar (Cono de 5000 metros) * 13 unidades | Neymatex | 2,10 | 27,30 | 327,6 |
| 411 | Cierres de bronce | Por cada pantalón se requerirá 10 cm | Casa Brito | 0,25 | 102,75 | 1.233,00 |
| 411 | Botones | Botón color negro | Casa Brito | 0,10 | 41,10 | 493,20 |
| 411 | Etiquetas estampada (marca) | Etiquetas de 5 cm x 4 cm | VIPKard | 0,055 | 22,61 | 271,32 |
| 411 | Etiqueta estampada (conservación) | Etiquetas de 6 cm x 6 cm | VIPKard | 0,080 | 32,88 | 394,56 |
| 411 | Etiqueta colgantes de cartón | Etiquetas de 4,5 cm x 8,5 cm | Reactivos publicidad | 0,044 | 18,08 | 216,96 |
| 411 | Fundas plásticas transparentes | Fundas de 20,3 cm x 30,4 cm paquete de 100 u | Displast | 1,78 | 8,90 | 106,80 |
| 411 | Fundas plásticas personalizadas | Fundas de 20 cm x 30 cm impresas con el logo de la empresa. | V&V | 0,13 | 53,43 | 641,16 |
| Total | | | | | 2.495,63 | 29.947,56 |

Nota: Se debe tener consideración que el consumo del hilo puede variar sea por el diseño, talla, grosor de la tela y ajustes de la máquina por lo que tenemos aproximadamente para un pantalón formal de dama un consumo de 160 metros de hilo, según (Yo elijo coser , 2021) menciona que para un pantalón formal necesita 1,50 metros de tela.

Fuente: Investigación propia ver (Anexo 10 – Proformas de los proveedores)

Elaboración: Propia

4.5.1.6. Balance de personal.

Tabla 32

Balance de personal

| N° | Cargo | Sueldo | XIII | XIV | Fondo Reserva 8.33% | Total Ingresos | Aporte personal 9.45% | Líquido a pagar | Vacaciones | IEES Patronal 11.15% | Total Provisión | Costo total | Costo total año |
|---------------|----------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|---------------|----------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 1 | GERENTE | 700,00 | 58,33 | 32,17 | 58,31 | 848,81 | 66,15 | 782,66 | 29,17 | 78,05 | 107,22 | 889,88 | 10.678,52 |
| 1 | SECRETARIA | 700,00 | 58,33 | 32,17 | 58,31 | 848,81 | 66,15 | 782,66 | 29,17 | 78,05 | 107,22 | 889,88 | 10.678,52 |
| 1 | CONTADOR (Medio tiempo) | 250,00 | 20,83 | 32,17 | 20,83 | 323,83 | 23,63 | 300,20 | 10,42 | 27,88 | 38,29 | 338,49 | 4.061,90 |
| 1 | VENDEDOR | 450,00 | 37,50 | 32,17 | 37,49 | 557,15 | 42,53 | 514,63 | 18,75 | 50,18 | 68,93 | 583,55 | 7.002,62 |
| 1 | SUPERVISOR DE CALIDAD | 550,00 | 45,83 | 32,17 | 45,82 | 673,82 | 51,98 | 621,84 | 22,92 | 61,33 | 84,24 | 706,08 | 8.472,98 |
| 1 | DISEÑADOR | 500,00 | 41,67 | 32,17 | 41,65 | 615,48 | 47,25 | 568,23 | 20,83 | 55,75 | 76,58 | 644,82 | 7.737,80 |
| 1 | COSTURERA 1 | 400,00 | 33,33 | 32,17 | 33,32 | 498,82 | 37,80 | 461,02 | 16,67 | 44,60 | 61,27 | 522,29 | 6.267,44 |
| 1 | COSTURERA 2 | 400,00 | 33,33 | 32,17 | 33,32 | 498,82 | 37,80 | 461,02 | 16,67 | 44,60 | 61,27 | 522,29 | 6.267,44 |
| 1 | COSTURERA 3 | 400,00 | 33,33 | 32,17 | 33,32 | 498,82 | 37,80 | 461,02 | 16,67 | 44,60 | 61,27 | 522,29 | 6.267,44 |
| 1 | COSTURERA 4 | 400,00 | 33,33 | 32,17 | 33,32 | 498,82 | 37,80 | 461,02 | 16,67 | 44,60 | 61,27 | 522,29 | 6.267,44 |
| 1 | OPERARIO B | 400,00 | 33,33 | 32,17 | 33,32 | 498,82 | 37,80 | 461,02 | 16,67 | 44,60 | 61,27 | 522,29 | 6.267,44 |
| 1 | CHOFER | 200,00 | 16,67 | 32,17 | 16,66 | 265,49 | 18,90 | 246,59 | 8,33 | 22,30 | 30,63 | 277,23 | 3.326,72 |
| TOTAL: | | 5.350,00 | 445,83 | 386,00 | 445,66 | 6.627,49 | 505,58 | 7.964,72 | 222,92 | 596,53 | 819,44 | 6.941,36 | 83.296,26 |

Elaboración: Propia

4.5.1.7. Activos fijos.

4.5.1.7.1. Maquinaria y equipos.

A continuación, se mostrarán las máquinas, equipos y herramientas necesarias para la fabricación de blusas y pantalones formales para dama, para lo que se ha considerado diferentes proveedores entre ellos Maquitech, Zuritex, Electromaquitech y Almacenes Brother de la Ciudad de Riobamba ya que estos locales manejan precios accesibles de marcas reconocidas, facilitando la compra de las máquinas ver (Anexo 11 Proveedores de máquinas de coser).

Tabla 33

Proveedor de máquinas

| Cant | Equipos | Especificaciones | Función | Proveedor | Precio unitario | Precio total |
|-------------|----------------|---|---|-------------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Botonera | Marca JACK Modelo JKP 1377 Lubricación automática Cose botones de 10 a 18 mm Incluye estante tablero motor de 1/2HP | Permite ubicar los botones en las prendas | Zuritex | 920,00 | 920,00 |
| 1 | Ojaladora | Marca JONTEX Cuenta con un motor estable y tablero | Permite realizar el ojal en las prendas en varias medidas | Almacenes Brother | 1.450,00 | 1.450,00 |
| 2 | Recubridora | Marca JACK | Reforzar las costuras | Electromaquitech | 820,00 | 1.640,00 |

| | | | | | | |
|--------------|------------------|---|---|-----------------|--------|-----------------|
| | | Modelo W4, tipo plana y collaretera, incluye maquina estante y motor | | | | |
| 2 | Overlock 6 Hilos | lubricación automática, puntada surfilado, Overlock 4 en 1 | Realizar puntadas más limpias y fuertes, sobrehíla y corta el tejido, además puede coser con 3,4,5 y 6 hilos. | Electromaquitex | 700,00 | 1.400,00 |
| 2 | Máquina recta | Marca JONTEX Modelo JT-S2 Voltaje 110, posee cortador de hilo e iluminación, motor silencioso incluye tablero y estante | Unir las piezas de la prenda | Electromaquitex | 420,00 | 840,00 |
| 2 | Cortadoras | Marca JONTEX Largo de la cuchilla 8", voltaje de 110V Incluye una cuchilla de repuesto y cable de poder y ligas. | Permite realizar el corte de la tela de manera rápida y precisa. | Electromaquitex | 400,00 | 800,00 |
| 2 | Plancha de vapor | Marca HAMILTON BEACH | Quitar arrugas de las prendas de vestir y estampar etiquetas | Mercado libre | 35,00 | 70,00 |
| Total | | | | | | 7.120,00 |

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Propia

4.5.1.7.2. Muebles y enseres.

Tabla 34

Muebles y enseres para la planta

| N° | Materiales | Especificaciones | Función | Precio unitario (\$) | Precio total (\$) |
|-----------------|---------------------------|---|--|----------------------|-------------------|
| Gerencia | | | | | |
| 1 | Escritorio | Mueble moderno en L, dimensiones largo 150cm, largo inferior 130cm, altura 75cm, ancho inferior 35cm, ancho lateral 50cm | Apoyo en las actividades de oficina | 160,00 | 160,00 |
| 1 | Silla giratoria ejecutiva | Base metal cromada, asiento en esponja de alta densidad, espaldar estructura metal + mesh, hidráulico cromado, ruedas de nylon. | 1. Ajustable en altura. 2. Apoya brazos 3. Apoyo lumbar fijo 4. Giro 180° | 94,99 | 94,99 |
| 2 | Sillas de espera | Silla apilable ergonómica con respaldo y asiento en poliuretano semirigidol | Facilitan la espera de los clientes | 26,00 | 52,00 |
| 1 | Archivador | Metálico 4 cajones | Permite almacenar documento | 89,00 | 89,00 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Realizar actividades en Word, Excel y demás programas de la planta | 439,49 | 439,49 |
| 1 | Impresora | Marca Epson XP- 2100 + WIFI | Realizar impresiones de los documentos | 184,99 | 184,99 |
| 1 | Teléfono de oficina | Panasonic KX-T7716 | Medio de comunicación | 61,00 | 61,00 |
| 1 | Basurero plástico | Tacho platico pedal 24Litros dimensiones 25*45*30 | Almacenar materiales de papelería | 14,99 | 14,99 |

| Recepción/Secretaría | | | | | |
|------------------------------|-----------------------|---|--|--------|--------|
| 1 | Escritorio secretaria | Dimensiones Altura: 0,72 Ancho: 1,2 Profundidad: 0,6 Dimensiones | Soporte para las actividades | 125,00 | 125,00 |
| 1 | Silla oficina ZACK | Altura:124 Ancho: 58 Largo:55 | Brindar comodidad al usuario | 89,99 | 89,99 |
| 2 | Sillas de espera | Silla apilable ergonómica con respaldo y asiento en poliuretano semirigidol | Brindar comodidad al cliente mientras espera | 26,00 | 52,00 |
| 1 | Archivador | Metálico 4 cajones | Almacenar carpetas y documentos | 89,00 | 89,00 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Brindar un medio digital para sus operaciones | 439,49 | 439,49 |
| 1 | Impresora | Marca Epson XP- 2100 + WIFI | Realizar impresiones | 184,99 | 184,99 |
| 1 | Teléfono de oficina | Panasonic KX-T7716 | Medio de comunicación | 61,00 | 61,00 |
| 1 | Basurero plástico | Tacho plastico pedal 24Litros dimensiones 25*45*30 | Almacenamiento de residuos | 14,99 | 14,99 |
| Contabilidad y ventas | | | | | |
| 1 | Escritorio | Dimensiones Altura: 0,72 Ancho: 1,2 Profundidad: 0,6 Dimensiones | Soporte para las diferentes actividades | 125,00 | 125,00 |
| 1 | Silla oficina ZACK | Altura:124 Ancho: 58 Largo:55 | Brindar comodidad al usuario | 89,99 | 89,99 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Llevar los registros de la planta y las finanzas | 439,49 | 439,49 |
| Sala de reuniones | | | | | |
| 1 | Mesa de reunión | Dimensiones 1,30*1,30 Madera: Roble Color: gris | Soporte para el desarrollo de las actividades | 180,00 | 180,00 |

| | | | | | |
|------------------------------|--------------------------------|---|--|--------|---------|
| 5 | Sillas de reunión | Silla apilable ergonómica con respaldo y asiento en poliuretano semirigidol | Dar comodidad a los usuarios | 20,00 | 100,00 |
| 1 | Proyector | WIFI unic UC46, 1200 lúmenes, 120 pulgadas, 800*480 pixeles, inalámbrico. | Visualizar presentaciones en Power point u otros software requeridos | 89,99 | 89,99 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Medio facilitador para proyectar | 439,49 | 439,49 |
| Supervisor de calidad | | | | | |
| 1 | Escritorio | Dimensiones Altura: 0,72 Ancho: 1,2 Profundidad: 0,6 | Soporte para las actividades | 125,00 | 125,00 |
| 1 | Silla oficina ZACK | Dimensiones Altura:124 Ancho: 58 Largo:55 | Brindar comodidad al usuario | 89,99 | 89,99 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Completar los registros del estado de los materiales y producto terminado | 439,49 | 439,49 |
| Producción | | | | | |
| 2 | Mesa de trazo | Medidas: 2m de ancho x 4 m de largo Características: Superficie de corte semi deslizante, Estructura metálica reforzada Tableros de madera súper resistentes y fijos | Facilitar el extendido y corte de telas, almacenar telas en los sujetadores, y disponible para colocar telas e insumos | 750,00 | 1500,00 |
| 2 | Juego de reglas | Set de 6 reglas plásticas, flexibles y transparentes para patronaje, corte y confección, diseñadores. | Permite realizar los trazos en las telas en base a los patrones | 22,60 | 45,20 |
| 2 | Juego de accesorios de costura | Cintas métricas, tizas, alfileres | Realizar los trazos, tomar medidas, marcar las prenda | 15,00 | 30,00 |

| | | | | | |
|---|--------------------|---|---|--------|--------|
| 2 | Basurero plástico | Tacho plástico pedal 24Litros dimensiones 25*45*30 | Almacenamiento de retazos de tela | 14,99 | 29,98 |
| 10 | Sillas de reunión | Silla apilable ergonómica con respaldo y asiento en poliuretano semirigidol | Dar comodidad a los usuarios | 20,00 | 200,00 |
| 1 | Kit de limpieza | Escobas, recogedor, trapeador, baldes plásticos | Limpiar las áreas de la planta. | 7,00 | 7,00 |
| 2 | Perchas metálicas | Dimensiones Largo: 80cm Profundidad: 28cm Altura:200cm | Contener los instrumentos y maquinas | 45,00 | 90,00 |
| Diseñador | | | | | |
| 1 | Escritorio | Dimensiones Altura: 0,72 Ancho: 1,2 Profundidad: 0,6 | Soporte para las diferentes actividades | 125,00 | 125,00 |
| 1 | Silla oficina ZACK | Dimensiones Altura:124 Ancho: 58 Largo:55 | Brindar comodidad al usuario | 89,99 | 89,99 |
| 1 | Computadora | De escritorio INTEL I5 DVD 1317, 1T, 4GB RAM | Llevar los registros de la planta y las finanzas | 439,49 | 439,49 |
| Bodega materia prima/ producto terminado | | | | | |
| 4 | Estante de telas | Dimensiones 1550*450*1800mm Capacidad de 40 a 120 Kg Metálico | Permite la correcta ubicación de las telas ahorrando el espacio y la fácil manipulación | 79,00 | 316,00 |
| 3 | Perchas metálicas | Dimensiones Largo: 80cm Profundidad: 28cm Altura:200cm | Colocación del producto terminado | 45,00 | 135,00 |
| Seguridad industrial | | | | | |
| 5 | Extintores | Tipo PQS, 10Lb | Equipo de seguridad contra incendios | 18,00 | 90,00 |
| 6 | Mascarillas | Quirúrgicas en cajas por 50 unidades | Protección de las vías respiratorias de material particulado | 2,75 | 16,50 |

| | | | | | |
|--------------------|-------------------|--|--|----------|-----------|
| 8 | Guante de trabajo | Recubierto de nitrilo sosega N2205 | Protección de manos y dedos | 3,10 | 24,80 |
| 8 | Delantal | Multiuso, reutilizable y de uso continuo | Protección de la vestimenta | 4,75 | 38,00 |
| Transporte | | | | | |
| 1 | Furgoneta | Marca CHERY VANPASS, Año 2012 | Transporte de mercadería a la ciudad de destino. | 7.200,00 | 7.200,00 |
| Terreno | | | | | |
| 1 | Guano | 300m2 | Brindar espacio total de la planta | 63,33 | 19.000,00 |
| Edificación | | | | | |
| 1 | Construcción | 274m2 | Lugar requerido para las instalaciones | 100,00 | 27.400,00 |
| Total | | | | | 60.948,32 |

Fuente: Ver (Anexo 12 Precios muebles y enseres)

Elaboración: Propia

$$\text{Costo total de activos fijos} = \text{maquinas} + \text{muebles y enseres} \quad (6)$$

$$\text{Costo total de activos fijos} = 7.120,00 + 60.948,32$$

$$\text{Costo total de activos fijos} = 68.068,32$$

4.5.1.8. Activos diferidos.

Son aquellos gastos que se cancelan de forma adelantada como se detalla en la tabla 34

Tabla 34

Activos diferidos

| Activos | Valor (\$) |
|--------------------------------------|---------------|
| Estudio de Ingeniería | 600,00 |
| Útiles y Papelería | 90,00 |
| Permiso de aprobación y construcción | 68,53 |
| Total | 758,53 |

Elaboración: Propia

4.5.1.9. Activos intangibles.

Tabla 35

Activos intangibles

| Tramites | Valor (\$) |
|--|-------------------|
| Búsqueda fonética | 16,00 |
| Trámite de solicitudes de registro de inscripción o concesión de derecho de marcas | 208,00 |
| Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de nombre comercial. | 208,00 |
| Aprobación de escritura de constitución (autenticación de firmas) | 24,00 |
| Patente municipal | 30,00 |
| Asesoría legal | 600,00 |
| Total | 1.086,00 |

Nota: los valores de trámites, de solicitudes de registro o concesión de derecho de marca y el derecho de nombre comercial y la constancia de la asesoría legal se encontrarán en el (Anexo 13 Tarifas que manejan los activos intangibles).

Elaboración: Propia

4.5.1.10. Depreciación.

Según (REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 2015) menciona en el Art. 28 Gastos generales deducibles, numeral 6 los siguientes valores de depreciación.

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

Equipos de cómputo y software 33% anual

4.5.1.10.1. Depreciación de maquinaria y equipos.

Tabla 36

Depreciación maquinarias y equipos

| Cant. | Equipos | Precio unitario (\$) | Precio total (\$) | Vida útil | Costo de depreciación (\$) |
|--------------|------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 1 | Botonera | 920,00 | 920,00 | 10 | 92,00 |
| 1 | Ojaladora | 1.450,00 | 1.450,00 | 10 | 145,00 |
| 2 | Recubridora | 820,00 | 1.640,00 | 10 | 164,00 |
| 2 | Overlock 6 Hilos | 700,00 | 1.400,00 | 10 | 149,00 |
| 2 | Maquina recta | 420,00 | 840,00 | 10 | 84,00 |
| 2 | Cortadoras | 400,00 | 800,00 | 10 | 80,00 |
| 2 | Plancha de vapor | 35,00 | 70,00 | 10 | 7,00 |
| Total | | | | | 721,00 |

Elaboración: Propia

4.5.1.10.2. Depreciación de muebles y encerres.

Tabla 37

Depreciación de muebles y encerres

| Cant. | Equipos | Precio unitario (\$) | Precio total (\$) | Vida útil | Costo de depreciación (\$) |
|--------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 1 | Escritorios en L | 160,00 | 160,00 | 10 | 16,00 |
| 4 | Escritorio de secretaria | 125,00 | 500,00 | 10 | 50,00 |
| 1 | Silla giratoria ejecutiva | 94,99 | 94,99 | 10 | 9,499 |
| 4 | Sillas de espera | 26,00 | 104,00 | 10 | 10,40 |
| 4 | Silla oficina ZACK | 89,99 | 359,96 | 10 | 35,996 |
| 2 | Archivadores | 89,00 | 178,00 | 10 | 17,80 |
| 2 | Teléfono de oficina | 61,00 | 122,00 | 10 | 12,20 |
| 4 | Basureros plásticos | 14,99 | 59,96 | 10 | 5,996 |
| 1 | Mesa de reunión | 180,00 | 180,00 | 10 | 18,00 |
| 15 | Sillas de reunión | 20,00 | 300,00 | 10 | 30,00 |
| 2 | Mesas de trazo | 750,00 | 1.500,00 | 10 | 150,00 |
| 2 | Juegos de reglas | 22,60 | 45,20 | 10 | 4,52 |
| 2 | Juegos de costura | 15,00 | 30,00 | 10 | 3,00 |
| 4 | Estantes de tela | 79,00 | 316,00 | 10 | 31,60 |
| 3 | Perchas metálicas | 45,00 | 135,00 | 10 | 13,50 |
| 5 | Extintores | 18,00 | 90,00 | 10 | 9,00 |
| Total | | | | | 417,51 |

Elaboración: Propia

4.5.1.10.3. Depreciación de equipos informáticos.

Tabla 38

Depreciación de equipos informáticos

| Cant. | Equipos | Precio unitario (\$) | Precio total (\$) | Vida útil | Costo de depreciación (\$) |
|--------------|----------------|-----------------------------|--------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 6 | Computadora | 439,49 | 2636,94 | 3 | 878,98 |
| 2 | Impresoras | 184,99 | 369,98 | 3 | 123,32 |
| 1 | Proyector | 89,99 | 89,99 | 3 | 29,99 |
| Total | | | | | 1.032,29 |

Elaboración: Propia

4.5.1.10.4. Depreciación de vehículos.

Tabla 39

Depreciación de vehículos

| Cant. | Equipos | Precio unitario (\$) | Precio total (\$) | Vida útil | Costo de depreciación (\$) |
|--------------|----------------|-----------------------------|--------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 1 | Furgoneta | 7.200,00 | 7.200,00 | 20 | 360,00 |
| Total | | | | | 360,00 |

Elaboración: Propia

4.5.1.10.5. Depreciación de edificación.

Tabla 40

Depreciación de edificación

| Cant. | Equipos | Tamaño | Valor m2 | Precio total (\$) | Vida útil | Costo de depreciación (\$) |
|--------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 1 | Construcción | 274m2 | 100,00 | 27.400,00 | 20 | 1.370,00 |
| Total | | | | | | 1.370,00 |

Elaboración: Propia

4.5.1.10.6. Depreciación total.

Tabla 41

Depreciación total

| Activos fijos | Depreciación anual (\$) |
|----------------------|--------------------------------|
| Maquinaria y equipos | 721,00 |
| Muebles y enseres | 417,51 |
| Equipos informáticos | 1.032,29 |
| Vehículos | 360,00 |
| Edificación | 1.370,00 |
| Total | 3.900,80 |

Elaboración: Propia

4.5.1.11. Servicios Básicos.

4.5.1.11.1. Consumo eléctrico.

Tabla 42

Consumo eléctrico

| Cantidad | Componentes | Potencia en watts | Horas uso diario | Consumo en Wh | Consumo de KWh al mes |
|-----------------|--------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|------------------------------|
| 6 | Computadoras | 200 | 8 | 9600 | 288 |
| 2 | Impresoras | 150 | 2 | 600 | 18 |
| 1 | Proyector | 498 | 1 | 498 | 14,94 |
| 1 | Botonera | 118 | 0,28 | 33,04 | 0,99 |
| 1 | Ojaladora | 373 | 0,28 | 104,44 | 3,13 |
| 2 | Recubridora | 400 | 2 | 1600 | 48 |
| 2 | Overlock 6 Hilos | 400 | 3 | 2400 | 72 |
| 2 | Maquina recta | 550 | 3 | 3300 | 99 |
| 2 | Cortadoras | 1200 | 0,63 | 1512 | 45,36 |

| | | | | | |
|--------------|-------------------|------|-----|------|---------------|
| 2 | Plancha de vapor | 1000 | 0,6 | 1200 | 36 |
| 13 | Focos ahorradores | 20 | 4 | 1040 | 31,2 |
| Total | | | | | 656,62 |

Elaboración: Propia

$$\text{Valor de la planilla} = \text{consumo KWh mes} * \text{costo del KWh} \quad (7)$$

$$\text{Valor de la planilla} = 656,62 \text{ KWh} * 0,093 \text{ \$KWh}$$

$$\text{Valor de la planilla} = \$ 61,00$$

El costo acerca del consumo eléctrico es de 61,00 dólares al mes, total a pagar al año 732,00 dólares.

4.5.1.11.2. Consumo agua.

En el proceso de fabricación de las blusas y pantalones formales no será requerido el uso del agua, sin embargo, se ha tomado en cuenta el uso para los servicios higiénicos.

Tabla 43

Consumo de agua en el cantón guano

| Concepto | Valor |
|-------------------------|--------------|
| Consumo de agua potable | 1,92 |
| Recolección de basura | 0,30 |
| Alcantarillado | 0,30 |
| Emisión de planilla | 0,10 |
| Mantenimiento sistema | 0,10 |
| Gastos operativos | 0,15 |
| Total | 2,87 |

Fuente: (Cáceres & Rubio, 2015)

$$\text{Valor del consumo de agua mes} = \$2,87$$

$$\text{Valor del consumo de agua anual} = \$34,44$$

4.5.1.11.3. Servicio de internet

Tabla 44

Servicio de internet CNT

| Servicio | Valor |
|--------------------------------|--------------|
| Internet y servicio telefónico | 27,32 |
| Total | 27,32 |

Elaboración: Propia

Valor del servicio de internet al mes = \$27,32

Valor del servicio de internet anual = \$327,84

4.5.1.11.5. Lubricantes y Repuestos

Tabla 45

Lubricantes y Repuestos semestral

| Artículo | Valor |
|---|---------------|
| Aceite Singer multiusos 100 cm ³ | 6,00 |
| Repuestos | 100,00 |
| Total | 106,00 |

Elaboración: Propia

Valor de los lubricantes y repuestos semestral = \$106,00

Valor de los lubricantes y repuestos al año = \$212,00

4.5.2. Tamaño del proyecto

Tomando en cuenta las demandas insatisfechas de las tablas 25 y 26 se tendrá como dato de producción para el primer año de blusas de 4812 y de pantalones formales 4932.

Al fabricar 2 tipos de prendas se necesitará una línea de producción para cada una, con lo que se cumplirá con el 100% de la demanda insatisfecha.

4.5.2.1. Macrolocalización.

Esta planta estará ubicada en el Cantón Guano, provincia de Chimborazo ya que en dicho lugar encontramos lo necesario para la fabricación de las prendas tales como:

- Disponibilidad de medios de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Disponibilidad de servicios a la comunidad
- Condiciones climáticas
- Accesibilidad
- Electricidad
- Agua potable
- Líneas telefónicas
- Disponibilidad de materia prima

Figura 37

Mapa del Cantón Guano



Fuente: Google maps

Localización: -1.6086638110756615, -78.6288660087902

4.5.2.2. Microlocalización.

Para la microlocalización se tomó en cuenta los siguientes aspectos

Tabla 46

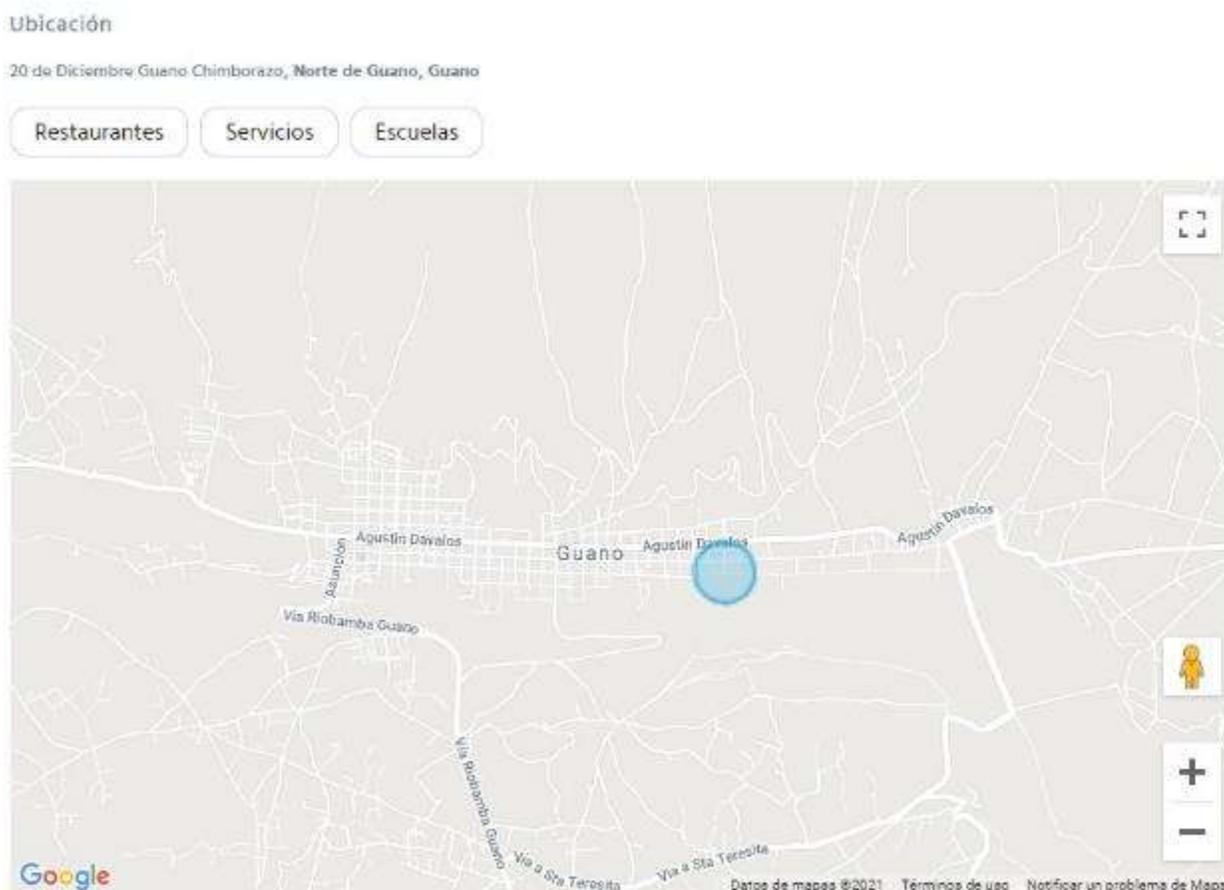
Aspectos de la microlocalización

| Descripción de aspecto | Cumple |
|--|---------------|
| Servicios | |
| Energía eléctrica | X |
| Agua | X |
| Internet | X |
| Combustible | X |
| Transporte | |
| Terrestre | X |
| Clima | |
| Humedad | |
| Lluvias | X |
| Inundaciones | |
| Nublado | X |
| Consecuencias del proceso | |
| Inseguridad | |
| Desperdicios sólidos | X |
| Características de la población | |
| Mano de obra | X |
| Existencia de fabricas | X |
| Servicio Sociales | |
| Subcentros de salud | X |
| Clínicas | X |
| Escuelas | X |
| Hospitales | |
| Colegios | |
| Universidades | |
| Bomberos | X |
| Policía | X |
| Cruz roja | |
| Bancos | X |
| Mercados | X |
| Actividades económicas de la zona | |
| Agricultura | X |
| Manufacturera | X |
| Silvicultura | X |
| Artesanos | X |
| Indicadores económicos | |
| Bajo precio de terrenos | |

Zona B

Figura 39

Localización del terreno de la Zona B: Sector 20 de diciembre



Fuente: Google maps

4.5.2.2.1. Método cualitativo por puntos.

Para evaluar la localización más adecuada se analiza por el método cualitativo por puntos en donde se enuncia lo siguiente:

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización para asignarles valores ponderados de peso relativo de acuerdo con la importancia que se les atribuye el peso relativo sobre la base de una suma igual a uno depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador al comparar dos o más

localizaciones opcionales se procede asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con la escala predeterminada Como por ejemplo de 0-10 la suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje. (Marcial, 2013, p. 120)

Tabla 47

Calificación para la selección y ubicación de la empresa

| Factor | Peso | Zona A (Santa Teresita) | | Zona B (20 de Diciembre) | |
|--|----------|--------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
| | | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación |
| Servicios Básicos | 0,1 | 8 | 0,8 | 8 | 0,8 |
| Disponibilidad de Transporte | 0,05 | 8 | 0,4 | 8 | 0,4 |
| Seguridad | 0,05 | 9 | 0,45 | 9 | 0,45 |
| Disponibilidad de mano de obra | 0,2 | 10 | 2 | 10 | 2 |
| Cercanía de materia prima | 0,3 | 8 | 2,4 | 9 | 2,7 |
| Disponibilidad para espacios y estacionamiento | 0,05 | 9 | 0,45 | 7 | 0,35 |
| Conveniencia del terreno y del clima | 0,025 | 8 | 0,2 | 8 | 0,2 |
| Reglamentos locales de construcción | 0,025 | 8 | 0,2 | 8 | 0,2 |
| Espacio para ampliaciones | 0,1 | 8 | 0,8 | 9 | 0,9 |
| Eliminación de desecho | 0,1 | 8 | 0,8 | 7 | 0,7 |
| Total | 1 | | 8,5 | | 8,7 |

Elaboración: Propia

Con los datos obtenidos se pudo determinar que el mejor lugar es en el Sector 20 de Diciembre ya que presenta condiciones favorables para la fácil ejecución del proyecto contando con un espacio total de 300m². El terreno se encuentra ubicado en la Av. 20 de Diciembre y Antonio Clavijo cerca de la Capilla Católica la Dolorosa Centro como puede verse en la figura 40.

Figura 40

Localización de la planta



Fuente: Plusvalia.com

4.5.3. Diseño de planta

Considerando la producción que se va a realizar en el primer año el cual es de 4812 blusas y 4932 pantalones formales, se determinó un diseño de planta adecuado con los espacios requeridos, que sean de libre tránsito para los trabajadores, materiales y procesos.

Para ellos nos basaremos en el Decreto ejecutivo 2393 del “**REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO**” y del Libro “**ARTE DE PROYECTAR EN ARQUITECTURA**” de Neufert.

4.5.3.1. Cálculo de la superficie de la planta.

Según (Cuatrecasas, 2021) afirma que para el cálculo de la superficie necesaria se usará el Método de Guerchet, que nos permite obtener el valor de la superficie total que vendrá dada por la suma de las tres superficies parciales las cuales son:

1. Superficie estática S_{es} = Esta es la superficie productiva, es decir la que ocupa físicamente la maquinaria, el mobiliario y las demás instalaciones.

$$\text{Superficie estatica} = S_{es} \quad (8)$$

2. Superficie de gravitación S_g = Se trata de la superficie utilizada por los operarios que están trabajando y por la materia que está procesándose en un puesto de trabajo, en donde se considera N que es el número de lados por lo que se puede manipular la maquina o equipo.

$$S_g = S_{es} * N \quad (9)$$

3. Superficie de evolución S_{ev} = contempla la superficie necesaria a reservar entre diferentes puestos de trabajo para el movimiento del personal y del material y sus medios de transporte, y para obtener el valor del coeficiente K, se usará los valores de la figura 41.

$$S_{ev} = S_{es} + S_g * K \quad (10)$$

Figura 41

Coefficientes para la superficie de evolución

| TIPOS DE ACTIVIDAD PRODUCTIVA | K |
|--|-------------|
| Gran industria, alimentación y evacuación mediante grúa puente | 0,05 a 0,15 |
| Trabajo en cadena, con transportador aéreo | 0,1 a 0,25 |
| Textil, hilados | 0,05 a 0,25 |
| Textil, tejidos | 0,5 a 1 |
| Relojería y joyería | 0,75 a 1 |
| Pequeña mecánica | 1,5 a 2 |
| Industria mecánica | 2 a 3 |

Fuente: (Cuatrecasas, 2021)

4. Superficie total

$$S_T = S_{es} + S_g + S_{ev} \quad (11)$$

4.5.3.1.1. Cálculo del área de producción.

Tabla 48

Cálculo del área de producción

| Cantidad | Componente | N | Largo (L) | Ancho (A) | Altura (L) | Ses | Sg | Sev | ST |
|-----------------|------------------------|--------|--------------|--------------|---------------|------|------|------|---------------|
| 1 | Botonera | 2 | 1,19 | 0,55 | 0,75 | 0,65 | 1,3 | 0,98 | 2,93 |
| 1 | Ojaladora | 2 | 1,2 | 0,56 | 0,83 | 0,67 | 1,34 | 1 | 3,01 |
| 2 | Recubridoras | 2 | 1,2 | 0,56 | 0,83 | 1,34 | 2,68 | 2,01 | 6,03 |
| 2 | Overlock hilos | 6 2 | 1,19 | 0,55 | 0,75 | 1,3 | 2,6 | 1,95 | 5,85 |
| 2 | Máquinas rectas | 2 | 1,2 | 0,53 | 0,81 | 1,27 | 2,54 | 1,9 | 5,71 |
| 2 | Mesas de trabajo | 2 | 4 | 2 | 0,85 | 16 | 32 | 24 | 72 |
| 10 | Sillas | 1 | 0,52 | 0,47 | 0,84 | 2,44 | 2,44 | 3,05 | 7,93 |
| 2 | Percha metálica | 1 | 0,8 | 0,28 | 2 | 0,44 | 0,44 | 0,55 | 1,43 |
| Total m2 | | | | | | | | | 104,89 |

Nota: Para determinar las dimensiones de los componentes se tomó en cuenta sus medidas como puede verse en el (Anexo 14 Dimensiones de los componentes), y para el cálculo de la superficie de evolución se ha seleccionado de la figura 39 el valor del coeficiente K que para el caso de industrias textiles es de 0,25.

Elaboración: Propia

4.5.3.1.2. Cálculo del área de bodegas.

Tabla 49

Cálculo del área de bodega de materia prima y producto terminado

| Cantidad | Componente | N | Largo (L) | Ancho (A) | Altura (L) | Ses | Sg | Sev | ST |
|-----------------|-------------------|---|--------------|--------------|---------------|------|------|------|--------------|
| 4 | Estantes de telas | 2 | 1,55 | 0,45 | 1,8 | 2,79 | 5,58 | 4,18 | 12,55 |
| 3 | Perchas metálicas | 1 | 0,8 | 0,28 | 2 | 0,67 | 0,67 | 0,83 | 2,17 |
| Total m2 | | | | | | | | | 14,72 |

Elaboración: Propia

4.5.3.1.3. Cálculo del área de sala de reuniones.

Tabla 50

Cálculo del área de la sala de reuniones

| Cantidad | Componente | N | Largo (L) | Ancho (A) | Altura (L) | Ses | Sg | Sev | ST |
|-----------------|-------------------|---|--------------|--------------|---------------|------|------|------|--------------|
| 1 | Mesa de reuniones | 4 | 1,30 | 1,30 | 0,85 | 1,69 | 6,76 | 3,38 | 11,38 |
| 5 | Sillas de reunión | 1 | 0,52 | 0,47 | 0,84 | 1,22 | 1,22 | 1,53 | 3,97 |
| Total m2 | | | | | | | | | 15,37 |

Elaboración: Propia

4.5.3.1.4. Cálculo del área de gerencia y secretaria.

Según (Neufert, 2017) da como ejemplos medidas de las superficies para el área de gerencia y secretaria, presentando las siguientes las dimensiones 4,6m * 3,6m ver (Anexo 15 Medidas de puestos de trabajo), dando un total de 16,56m².

Para conocer el área que se necesitara para gerencia y secretaria se duplicara el valor mencionado anteriormente dando así un área de 33,2m² en las dos dependencias.

4.5.3.1.5. Cálculo del área de contabilidad y ventas.

Según (Neufert, 2017) da como ejemplos medidas de despacho que se utilizara para definir la superficies para el área de contabilidad y ventas, presentando las siguientes las dimensiones 3,4m * 2,9m ver (Anexo 15 Medidas de puestos de trabajo), dando un total de 9,86m² que se necesitara para dicho puesto.

4.5.3.1.6. Cálculo del área de control de calidad y diseñador.

Según (Neufert, 2017) da como ejemplos medidas de oficinas dobles con puestos de trabajo orientados contra la pared que se utilizara para definir la superficies para el área de control de calidad y diseñador, presentando las siguientes las dimensiones 3,4m * 3,6m ver (Anexo 15 Medidas de puestos de trabajo), dando un total de 12,24 m² que se necesitara para dichos puestos.

4.5.3.1.7. Cálculo del área de servicios higiénicos.

Según el (Instituto Ecuatoriano Seguridad Social , 1986) en el Decreto ejecutivo 2393 menciona en el Art. 41 Servicios higiénicos se necesitara un escusado por cada 15 mujeres y un lavabo por cada 10 trabajadores, y en el Art. 42 Escusados y urinarios menciona que las dimensiones mínimas de la cabina será de 1 metro de ancho * 1,20 de largo y 1,30 metros de altura, dándonos un total del área de servicios higiénicos de 2,4 m².

4.5.3.1.8. Zona de carga y descarga.

Según (Neufert, 2017) menciona que en comercios de hasta 1 a 200 m² se puede partir de más bien pequeños vehículos de transporte de mercancías que pueden estacionarse en plazas de aparcamientos convencionales.

4.5.3.1.9. Consideraciones generales.

Según el (Instituto Ecuatoriano Seguridad Social , 1986) en el Decreto ejecutivo 2393 menciona en el Capítulo II EDIFICIOS Y LOCALES lo siguiente a considerar:

- Art.22 Superficies y ubicación de los locales y puestos de trabajo numeral 1 que los locales de trabajo tendrán 3m de altura del piso al techo como mínimo.
- Art 24 Pasillos numeral 2 menciona que la separacion entre maquinas u otros aparatos no será menor a 800 milímetros.
- Art 33. Puertas y salidas numeral 4 menciona que el ancho mínimo de las puertas exteriores será de 1,20 metros cuando el número de trabajadores que las utilicen normalmente no exceda de 200.

4.5.3.1.10. Cuadro resumen de las áreas de la planta.

Tabla 51

Resumen de las áreas de la planta

| Área | Superficie m2 calculada | Superficie real |
|--|-------------------------|-----------------|
| Producción | 104,89 | 105 |
| Bodegas materia prima y producto terminado | 14,72 | 15 |
| Sala de reuniones | 15,37 | 16 |
| Gerencia | 16,56 | 17 |
| Secretaria | 16,56 | 17 |
| Contabilidad y ventas | 9,86 | 10 |
| Control de calidad y diseñador | 12,24 | 13 |
| Servicios higiénicos | 2,4 | 3 |
| Estacionamiento | 78,37 | 79 |
| Total | | 275 m2 |

Elaboración: Propia

4.5.3.2. Método Systematic Layout Planning (SLP).

El método Systematic Layout Planning (SLP) es una forma organizada de enfocar los problemas de implantación, según (Platas & Cervantes, 2014) afirman que el procedimiento consiste, básicamente, en fijar un cuadro operacional de fases y una serie de procedimientos que permitan identificar, valorar y visualizar todos los elementos involucrados en la implantación y las relaciones existentes entre ellos (p. 31).

Para el análisis de la relación entre las actividades según (Platas & Cervantes, 2014) menciona que en este método se consideran ratios de proximidad que establecen un orden de preferencia por la proximidad entre los departamentos (p. 33).

Tabla 52

Ratios de proximidad

| Código | Relación de proximidad |
|--------|--------------------------|
| A | Absolutamente necesaria |
| E | Especialmente importante |
| I | Importante |
| O | Importancia ordinaria OK |
| U | Insignificante |
| X | No deseable |

Fuente: (Platas & Cervantes, 2014).

Tabla 53

Razones para la proximidad de las actividades

| Número | Razones |
|--------|----------------------------|
| 1 | Flujo de materiales |
| 2 | Fácil de supervisar |
| 3 | Personal corriente |
| 4 | Intercambio de información |
| 5 | Economía transporte |
| 6 | Molestias |
| 7 | Higiene, Confort |

Fuente: (Platas & Cervantes, 2014)

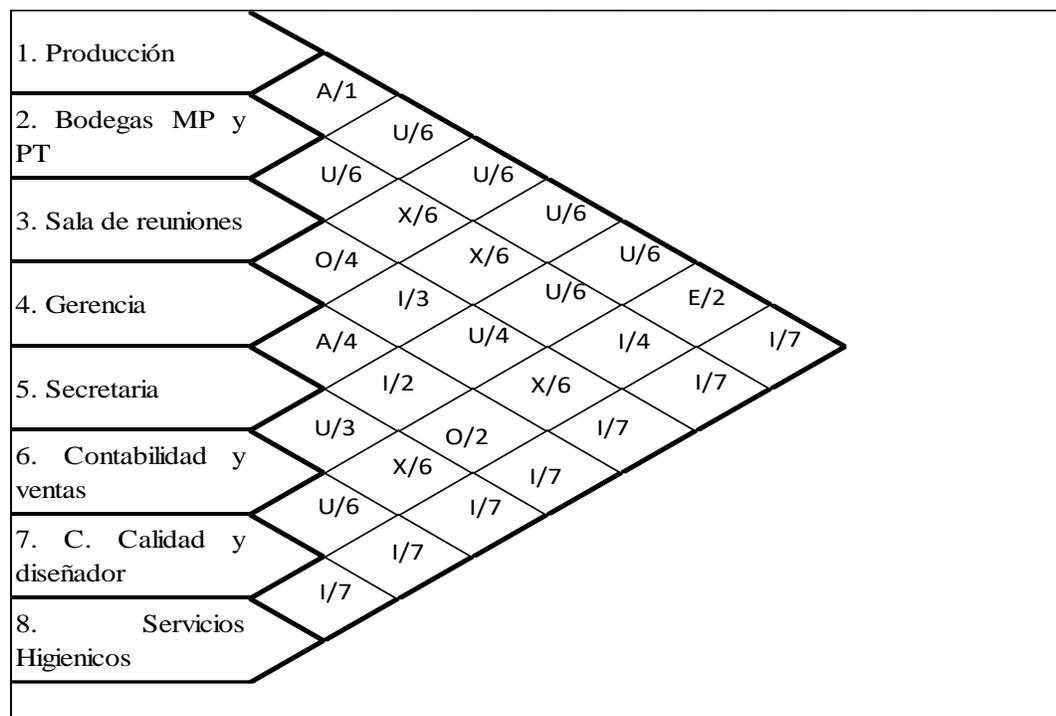
Para realizar la distribución en planta se utilizó el software CORELAP 01, que tiene como objetivo el desarrollo y optimización de las distribuciones en planta, como puede verse en el (Anexo 16 Distribución de planta).

4.5.3.2.1 Diagrama de interrelaciones.

Para determinar el diagrama de interrelaciones óptimo se realizó 3 propuestas de las cuales se escogió la que más se ajusta en cuanto a los requerimientos que tenga la empresa para ellos puede dirigirse al (Anexo 16 Distribución de planta), teniendo así la presentada en la Figura 42.

Figura 42

Diagrama de interrelaciones de los departamentos



Elaboración: Propia

4.5.3.2.2. Diagrama de relaciones de las actividades.

Este tipo de diagrama nos permitió conocer la secuencia de las actividades, y la relación de proximidad entre áreas, con lo cual se ha elaborado 3 propuestas para identificar la mejor opción teniendo como resultado la figura 43.

Tabla 54

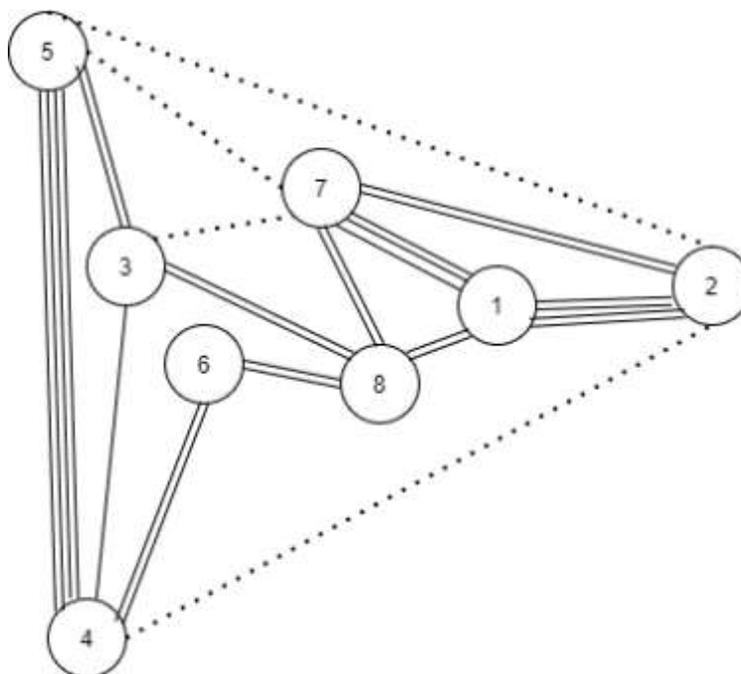
Código de líneas

| | |
|---|-------|
| A | ===== |
| E | ===== |
| I | ===== |
| O | ===== |
| U | ----- |
| X | ----- |

Elaboración: Propia

Figura 43

Diagrama de relación de actividades



Elaboración: Propia

Realizado el diagrama de relación se determinó la conectividad de las áreas considerando el código de línea el cual nos indica que área va a continuación de la otra y nos facilita en la distribución de planta adecuada para el proceso como se puede ver en el Anexo 17 Plano de la planta en AUTOCAD y Anexo 18 Diseño 3D de la planta SKETCHUP.

4.6. Estudio organizacional

Para realizar la estructura organizacional de la empresa se dividió en departamentos Administrativos, Producción y Contabilidad y ventas, al considerar que nuestra empresa es pequeña se les asignara funciones similares a las de su cargo con el fin de cumplir con los objetivos establecidos.

4.6.1. Estructura de la empresa

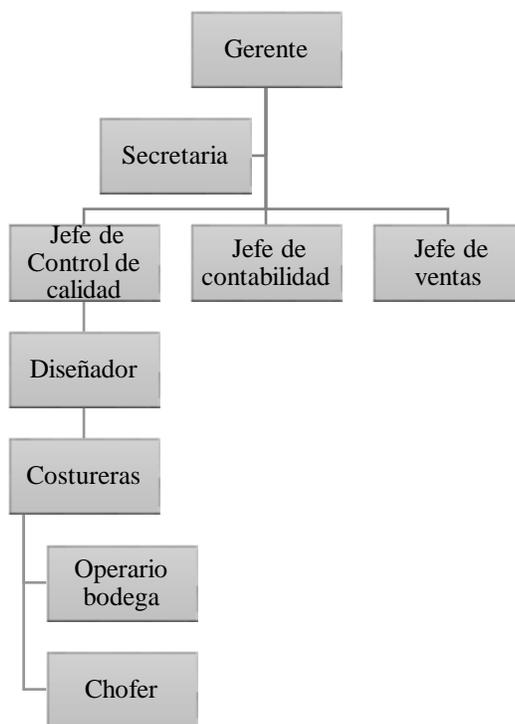
La empresa estará conformada por 12 personas los cuales están distribuidos en las diferentes áreas de la planta.

4.6.2. Organigrama de la empresa

Se realizó un organigrama de forma jerárquica, para establecer los rangos que manejará la planta y para tener un control de las funciones a desempeñarse como se muestra en la figura 44.

Figura 44

Organigrama de la empresa



Elaboración: Propia

4.6.3. Funciones

4.6.3.1. Descripción de las funciones del gerente.

Tabla 55

Descripción de las funciones del gerente

GERENTE

1. identificación

Nombre del Puesto Gerente

2. Requisitos Mínimos

Área y Perfil Profesional Ingeniero Industrial

Edad 25 – 36 años

Estudios complementarios Administración, finanzas, comercio, ventas

3. Objetivo del cargo

Encaminar la empresa, tomar las mejores decisiones y ser líder

4. Responsabilidades

Programar los objetivos de la empresa a corto y largo plazo

Preparar el presupuesto de la empresa

Cumplir con contratos y las obligaciones de la organización

Delegar funciones de sus facultades

5. Funciones

Planificar, estructurar y controlar las actividades de toda la empresa

Administrar los recursos de la compañía

Guiar estratégicamente a la organización

Elegir la decisión más certera y correcta

Motivar a todo el equipo de trabajo

Evaluar el presupuesto de la empresa

Elaboración: Propia

4.6.3.2. Descripción de las funciones de la secretaria.

Tabla 56

Descripción de las funciones de la secretaria

SECRETARIA

1. identificación

Nombre del Puesto Secretaria

2. Requisitos Mínimos

Área y Perfil Profesional Ingeniería Industrial

Edad 25 – 32 años

Estudios complementarios Computación, recursos humanos, atención al cliente

3. Objetivo del cargo

Gestionar y coordinar trabajos administrativos en las diferentes áreas afines, además se encargará de seleccionar al personal indicado con el objetivo de formar grupos de trabajo con fortalezas que ayuden a la empresa.

4. Responsabilidades

Atención al cliente

Manejar agenda por parte de gerencia

Registrar todo relacionado a lo personal

Mantener confiabilidad otorgada por el personal y por los clientes

Ejecutar pruebas a los candidatos y calificar sus capacidades

Llevar un cronograma de capacitaciones de todo el personal

5. Funciones

Facturación, recepción y entrega de pedidos

Recolectar información de clientes

Mantener disponible todo recurso material de oficina

Redacción de oficios, solicitudes, certificados

Realizar manuales de descripción de puestos

Relacionarse con todo respecto al IESS (notificaciones, pagos)

Recibir la documentación de culminación de contrato

Pedir información de ingreso de nuevo personal

Llevar un control y registro acerca de multas e inasistencias

Elaboración: Propia

4.6.3.3. Descripción de las funciones del contador.

Tabla 57

Descripción de las funciones del contador

| CONTADOR | |
|--|--|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Jefe de contabilidad |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Licenciatura en contaduría |
| Edad | 25 – 32 años |
| Estudios complementarios | Computación |
| Experiencia | 2 años de experiencia en puestos similares |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Gestionar los recursos financieros y llevar todos los registros contables de manera pulcra | |
| 4. Responsabilidades | |
| Ejecutar auditorias cada cierto periodo de tiempo | |
| Presentar libros contables de forma detallada y ordenada | |
| Gestionar los pagos del personal | |
| 5. Funciones | |
| Llevar registros de precios y saldos | |
| Atender requerimientos del SRI | |
| Elaborar informes contables | |
| Revisión de cuentas por pagar | |
| Registrar los recursos financieros utilizados | |

Elaboración: Propia

4.6.3.4. Descripción de las funciones del vendedor.

Tabla 58

Descripción de las funciones del vendedor

| VENDEDOR | |
|---|---|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Jefe de ventas |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Licenciatura/carrera técnica - marketing |
| Edad | 25 – 32 años |
| Estudios complementarios | Computación, marketing, atención al cliente |
| Experiencia | 2 años de experiencia en puestos similares, poseer vehículo propio. |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Encontrar clientes interesados en el producto para promocionarlos y convertirlos en parte de la empresa | |
| 4. Responsabilidades | |
| Presentar el producto al cliente y detallar las características de este | |
| Ofrecer una atención al cliente especializada | |
| Incrementar la cartera de clientes | |
| 5. Funciones | |
| Investigar al mercado sobre nuevas tendencias que surgen | |
| Ejecutar un pronóstico de ventas | |
| Llevar registros de ventas | |
| Elaborar un plan de ventas | |
| Llevar registro de proveedores | |
| Presentar informes de ventas a contabilidad, producción y gerencia | |
| Elaborar planes de publicidad y de marketing | |

Elaboración: Propia

4.6.3.5. Descripción de las funciones del Supervisor de Calidad.

Tabla 59

Descripción de las funciones del Supervisor de Calidad

| Supervisor de Calidad | |
|--|--|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Supervisor de Calidad |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Ingeniería Textil, Ingeniería en Procesos y Calidad, Ingeniería Industria y afines |
| Edad | 27 – 35 años |
| Estudios complementarios | |
| Experiencia | 3 años de experiencia en puestos similares |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Inspeccionar que la materia prima, procesos y producto terminado se ejecuten de la manera más optima | |
| 4. Responsabilidades | |
| Capacitar al personal sobre Buenas Prácticas de Manufactura | |
| Efectuar inspecciones en cada puesto de trabajo, y bodegas | |
| Auditar los métodos sobre la recepción de materia prima, su manejo y posterior almacenamiento | |
| Auditar los procesos de producción | |
| Aprobar que el producto terminado se encuentre en óptimas condiciones | |
| 5. Funciones | |
| Llevar registros de conformidad y no conformidad del producto | |
| Elaborar manuales o instructivos de los procesos | |
| Realizar informes de la entrega de materia prima y del producto terminado | |
| Presentar los resultados de las inspecciones a gerencia | |
| Elaborar registros de no conformidad de los procesos | |
| Elaboración: Propia | |

4.6.3.6. Descripción de las funciones del Diseñador.

Tabla 60

Descripción de las funciones del Diseñador

| Diseñador | |
|---|--------------------------|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Diseñador |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Licenciado en Diseño |
| Edad | 25 – 45 años |
| Estudios complementarios | |
| Experiencia | 2- 3 años de experiencia |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Diseñar y crear prendas de vestir para dama cumpliendo con las nuevas actualizaciones en cuanto a moda. | |
| 4. Responsabilidades | |
| Diseñar los prototipos de las prendas | |
| Dar las indicaciones necesarias a las costureras para la creación de la prenda y la ubicación de los accesorios. | |
| Participar en el control de calidad de la prenda para asegurar que cumpla con los requerimientos con los que se diseñó. | |
| 5. Funciones | |
| Ser capaz de plasmar en bocetos las ideas de nuevas prendas | |
| Seleccionar las materias primas y accesorios adecuados | |
| Actualizarse a las nuevas tendencias del mercado en cuanto a moda | |
| Elaboración: Propia | |

4.6.3.7. Descripción de las funciones de las costureras.

Tabla 61

Descripción de las funciones de las costureras

| Costureras | |
|--|--|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Costureras |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Maestras de corte y confección |
| Edad | 25 – 45 años |
| Estudios complementarios | Certificados de estudios de corte y confección |
| Experiencia | 2 - 3 años de experiencia |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Entregar las prendas de vestir con las especificaciones dadas y en el tiempo establecido para su posterior comercialización. | |
| 4. Responsabilidades | |
| Recibir órdenes e informar de su trabajo al supervisor. | |
| Cuidar las máquinas de su lugar de trabajo. | |
| Hacer uso correcto y económico de los materiales. | |
| Llevar un registro diario del número de blusas generadas al día. | |
| 5. Funciones | |
| Costurera 1 y 2 de blusas | |
| Optimizar las telas que se usen para el diseño de las blusas | |
| Trazar y cortar la tela en base al diseño proporcionado por el diseñador | |
| Unir las prendas en base al diseño y con los accesorios necesarios | |
| De ser necesario realiza y termina prendas a mano | |

Lubricar y preparar la maquina en caso de ser necesario antes de realizar cualquier proceso

Implantar de manera adecuada las etiquetas

Costurera 3 y 4 de pantalones

Optimizar las telas que se usen para el diseño de los pantalones

Trazar y cortar la tela en base al diseño proporcionado por el diseñador

Unir las prendas en base al diseño y con los accesorios necesarios

De ser necesario realiza y termina prendas a mano

Lubricar y preparar la maquina en caso de ser necesario antes de realizar cualquier proceso

Implantar de manera adecuada las etiquetas

Elaboración: Propia

4.6.3.8. Descripción de las funciones del Operario de Bodega.

Tabla 62

Descripción de las funciones del Operario de bodega

| Operario de Bodega | |
|--|---------------------------------------|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Operario de bodega |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Técnico/ bachiller |
| Edad | 20 – 35 años |
| Estudios complementarios | Conocimiento en manejo de inventarios |
| Experiencia | 1 año de experiencia |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Desembarcar las materias primas y mantener orden en la bodega | |
| 4. Responsabilidades | |
| Controlar el stock de los materiales | |
| Verificar que los materiales estén en óptimas condiciones para su uso | |
| Proporcionar a las costureras de la materia prima cuando lo requieran. | |
| Llevar los registros de la salida de los materiales y accesorios | |
| 5. Funciones | |
| Desembarcar la materia prima y accesorios | |
| Ubicar en la bodega los materiales conforme a la ubicación que se le haya dado | |
| Realizar la limpieza de las instalaciones | |
| Controlar la salida de la materia prima | |
| Informar al supervisor de calidad cualquier irregularidad que se presente | |

Elaboración: Propia

4.6.3.9. Descripción de las funciones del chofer.

Tabla 63

Descripción de las funciones del Chofer

| Operario de Bodega | |
|---|-----------------------------------|
| 1. identificación | |
| Nombre del Puesto | Chofer |
| 2. Requisitos Mínimos | |
| Área y Perfil Profesional | Técnico/ bachiller |
| Edad | 20 – 50 años |
| Estudios complementarios | Tener la licencia tipo C |
| Experiencia | 2 años de experiencia como chofer |
| 3. Objetivo del cargo | |
| Operar y mantener el vehículo de la empresa en óptimas condiciones. | |
| 4. Responsabilidades | |
| Cumplir con las funciones designadas | |
| Cuidar de los bienes de la empresa | |
| Llevar registro de los viajes realizados | |
| Trazar su recorrido a los lugares de destino para evitar percances en el trayecto | |
| Tener sus papeles personales en regla | |
| 5. Funciones | |
| Estar en contacto con el jefe inmediato para recibir las indicaciones a cumplir | |
| Realizar mantenimiento preventivo y correctivo del automotor | |
| Trasladarse a cumplir con las actividades encomendadas en el menor tiempo posible | |
| Llevar los registros del kilometraje y el combustible consumido. | |

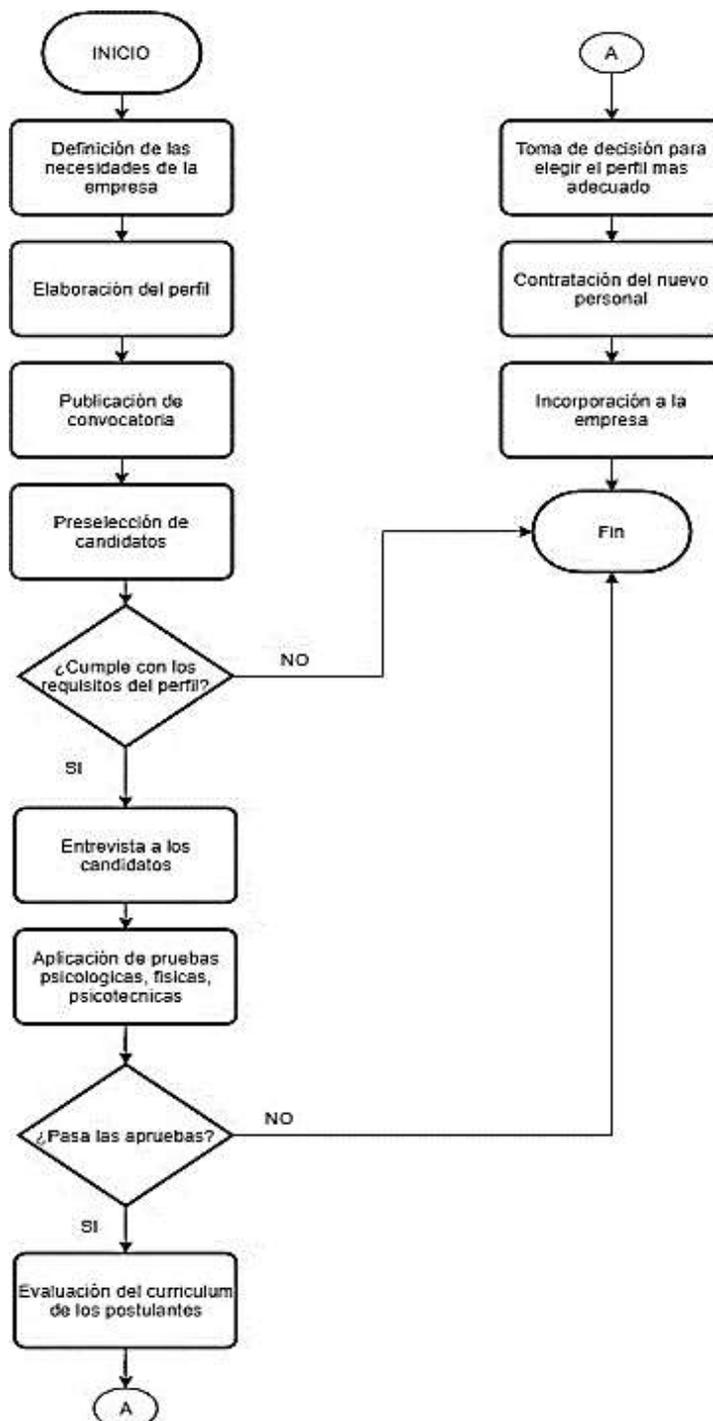
Elaboración: Propia

4.6.4. Procedimientos

4.6.4.1. Proceso para contratar al personal.

Figura 45

Proceso para contratar al personal



Elaboración: Propia

4.6.4.2. Descripción del proceso de contratación del personal.

1. Definición de las necesidades de la empresa: cuando la empresa tiene nuevas necesidades buscara la contratación del personal que vaya acorde con lo que requiere la empresa.

2. Elaboración del perfil: Se diseñará el perfil detallando los requisitos, conocimientos, competencias a cumplir.

3. Publicación de convocatoria: Una vez definido el perfil del cargo se realizará la publicación en diferentes medios de comunicación incluyendo las redes sociales.

4. Preselección de los candidatos: Receptado los Curriculums se seleccionará todos aquellos que cumplan con la experiencia y habilidades necesarios para el puesto de trabajo.

5. Entrevista de los candidatos: Todos los postulantes que cumplan con los requisitos del perfil se les notificara de asistir a la entrevista personal.

6. Aplicación de pruebas: se realizará las pruebas físicas, psicológicas y psicotécnicas a los posibles candidatos con la finalidad de evaluar sus conocimientos y habilidades.

7. Evaluación del Curriculum: los postulantes que hayan aprobado las pruebas se someterán a una evaluación rigurosa de lo expuesto en sus curriculums.

8. Toma de decisiones: De los postulantes que llegaron a este punto se elegirá el perfil que más se adapte a las necesidades que tiene la empresa teniendo en cuenta sus competencias profesionales.

9. Continuando con la contratación y la futura incorporación del nuevo personal.

4.7. Estudio financiero

En el estudio financiero tomamos en cuenta la inversión que se necesitara para adquirir los activos fijos, variables e intangibles, además considerar las posibles fuentes de financiamiento para poder llevar acabo la ejecución del proyecto.

4.7.1. Inversión

Antes de llevar a cabo este proyecto se realizó un estudio del capital a invertir para los activos antes mencionados

4.7.1.1. Inversión en activos fijos.

La inversión de los activos fijos de la empresa tendrá la función de desembolsar el monto necesario para adquirir bienes como máquinas, el terreno, muebles y enseres que darán soporte a las partes administrativas y productivas de la empresa como se muestra en la tabla 64.

Tabla 64

Inversión en los activos fijos

| Detalle | Cantidad |
|---|------------------|
| Maquinaria y equipos | 7.120,00 |
| Muebles y enseres, terreno y construcción | 60.948,32 |
| Total de activos fijos | 68.068,32 |

Fuente: Tabla 33 y 34 obtenidos del estudio técnico

4.7.1.2. Inversión de los activos intangibles.

Tabla 65

Inversión en activos intangibles

| Detalle | Cantidad |
|-------------------------------------|-----------------|
| Trámites pertinentes | 1.086,00 |
| Total de activos intangibles | 1.086,00 |

Fuente: Tabla 35 obtenidos del estudio técnico.

4.7.1.3. Inversión del capital de trabajo.

El capital de trabajo es el monto destinado a cubrir mensualmente las necesidades de insumos, materia prima y mano de obra de la empresa como se muestra en la Tabla 66, a esta inversión se la denomina como activo circulante.

Tabla 66

Inversión del capital de trabajo

| Detalle | Cantidad |
|------------------------------------|-------------------|
| Costo de producción | |
| Materia Prima Directa | 80.444,96 |
| Mano de Obra Directa | 32.807,56 |
| Gastos de fabricación | |
| Servicios Básicos | 1.094,28 |
| Lubricantes y repuestos | 212,00 |
| Depreciación | 3.900,80 |
| Mano de obra indirecta | 18.067,14 |
| Gastos comerciales | |
| Gastos administrativos | 21.357,04 |
| Gasto de ventas | 7.002,62 |
| Gasto financiero | 4.061,90 |
| Total de capital de trabajo | 168.948,27 |

Nota: Mensualmente se necesitará un monto equivalente a 14.079,03 para cubrir las necesidades de la empresa

Fuente: Obtenido del estudio técnico.

4.7.1.4. Inversión total.

Tabla 67

Inversión total

| Detalle | Cantidad |
|----------------------|-------------------|
| Activos fijos | 68.068,32 |
| Activos intangibles | 1.086,00 |
| Capital de trabajo | 168.948,27 |
| 5% para imprevistos | 11.905,13 |
| Total activos | 250.007,72 |

Fuente: Estudio técnico

4.7.2. *Financiamiento*

El financiamiento se realizará de dos maneras una por parte de los socios y el otro se considera tomar un crédito bancario.

El monto de la inversión de cada uno de los socios será de \$50.020,00 al estar conformado por dos socios se tendrá un total de \$100.040,00 que representa el 40% de la inversión y el crédito bancario será de \$150.000,00 que será el 60% restante.

Se ha considerado a la entidad bancaria BanEcuador ya que nos presta una tasa de interés de 9,76% anualmente para un plazo de 5 años como se muestra en la Tabla 68.

Tabla 68

Tabla de amortización

| Año | Saldo | Capital | Interés | Cuota |
|------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| 0 | 150.000,00 | | | |
| 1 | 125.312,69 | 24.687,31 | 14.640,00 | 39.327,31 |
| 2 | 98.215,91 | 27.096,79 | 12.230,52 | 39.327,31 |
| 3 | 68.474,47 | 29.741,43 | 9.585,87 | 39.327,31 |
| 4 | 35.830,27 | 32.644,20 | 6.683,11 | 39.327,31 |
| 5 | 0,00 | 35.830,27 | 3.497,03 | 39.327,31 |

Fuente: Anexo 19 Detalle de simulación de crédito

Elaboración: Propia

4.7.3. *Presupuesto de costos e ingresos*

Para el presupuesto se tomó en cuenta los ingresos y costos de operación sabiendo que el estudio está proyectado para 5 años.

4.7.3.1. **Ingreso por las ventas.**

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta el incremento poblacional del sexo femenino para los 5 años es de 1,54% ver (Anexo 1 Población y censos 2010 (REDATAM)), como se muestra en la Tabla 69 y Tabla 70.

Tabla 69*Ingreso por las ventas de blusas*

| Años | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| Demanda | 4812 | 6761 | 8739 | 10748 | 12788 |
| Precio \$ | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Ingreso por ventas | 86.616,00 | 121.698,00 | 157.302,00 | 193.464,00 | 230.184,00 |

Fuente: Tabla 25 Estudio de mercado**Tabla 70***Ingreso por las ventas de pantalones formales*

| Años | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| Demanda | 4932 | 6393 | 7877 | 9384 | 10914 |
| Precio \$ | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Ingreso por ventas | 98.640,00 | 127860 | 157540 | 187680 | 218280 |

Fuente: Tabla 26 Estudio de mercado**4.7.4. Costos de producción y gastos de operación**

Los costos y los gastos de operación para blusas y pantalones formales se presentarán en la Tabla 71.

Tabla 71

Costos de producción y gastos de operación anual para blusas con cuello en V y pantalones formales

| Detalle | Cantidad |
|------------------------------|-----------------|
| Costo de producción | |
| Materia Prima Directa | 80.444,96 |
| Mano de Obra Directa | 32.807,56 |
| Gastos de fabricación | |
| Servicios Básicos | 1.094,28 |

| | |
|------------------------------------|-------------------|
| Lubricantes y repuestos | 212,00 |
| Depreciación | 3.900,80 |
| Mano de obra indirecta | 18.067,14 |
| Gastos comerciales | |
| Gastos administrativos | 21.357,04 |
| Gasto de ventas | 7.002,62 |
| Gasto financiero | 4.061,90 |
| Total de capital de trabajo | 168.948,27 |

Nota: Para obtener el costo de fabricación de las prendas se dividió el capital del trabajo para el número de prendas que se va a fabricar al año el cual se obtuvo un valor de \$17,33.

Fuente: Estudio técnico

4.7.5. Valor de rescate

El valor de rescate es un monto de salvamento obtenido de la diferencia de los activos fijos y las depreciaciones como se detalla en la ecuación 12.

$$VR = \text{Activo fijo} - \text{Depreciación} \quad (12)$$

$$VR = 68.068,32 - 3.900,80$$

$$VR = 64.168,24$$

4.7.6. Reinversión

Se consideró una reinversión para la compra de equipos de cómputo ya que la vida útil de los componentes es de 3 años como se muestra en la Tabla 72.

Tabla 72

Reinversión en los activos informáticos

| Cantidad | Detalle | Valor |
|--------------|-------------|-----------------|
| 6 | Computadora | 2636,94 |
| 2 | Impresoras | 369,98 |
| 1 | Proyector | 89,99 |
| Total | | 3.091,91 |

Elaboración: Propia

4.7.7. Flujo de caja

El flujo de caja no es más que un informe financiero en donde reflejaron los datos obtenidos anteriormente teniendo en cuenta los ingresos y egresos que manejara la empresa, es así que conoceremos la liquidez del negocio como se muestra en la Tabla 73.

Tabla 73

Flujo de caja

| Años | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Variables | | | | | | |
| Ingresos | | 185.256,00 | 249.558,00 | 314.842,00 | 381.144,00 | 448.464,00 |
| Venta de activos | | | | | | |
| Mano de obra | | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 |
| Insumos | | 80.444,96 | 92.833,48 | 107.129,84 | 123.627,84 | 142.666,52 |
| Interés del préstamo | | 14.640,00 | 12.230,52 | 9.585,87 | 6.683,11 | 3.497,03 |
| Gastos de fabricación | | 19.373,42 | 19.373,42 | 19.373,42 | 19.373,42 | 19.373,42 |
| Gasto administrativo | | 21357,04 | 21357,04 | 21357,04 | 21357,04 | 21357,04 |
| Gasto ventas | | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 |
| Gasto financiero | | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 |
| Gasto Intangible amortizado | 1.086,00 | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 |
| Valor en libros | | | | | | |
| Total de egresos | | 179.904,67 | 189.883,71 | 201.535,42 | 215.130,66 | 230.983,26 |
| U.A.I. | | 5.351,33 | 59.674,29 | 113.306,58 | 166.013,34 | 217.480,74 |
| 15% Trabajadores | | 802,70 | 8.951,14 | 16.995,99 | 24.902,00 | 32.622,11 |
| 35% Impuesto renta | | 1.592,02 | 17.753,10 | 33.708,71 | 49.388,97 | 64.700,52 |
| Depreciaciones | | 3.900,80 | 3.900,80 | 3.900,80 | 3.900,80 | 3.900,80 |
| Valor en libros | | | | | | |
| Activos intangibles | | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 |
| Valor de rescate | | | | | | 64.168,24 |
| Capital de trabajo | 168.948,27 | | | | | |
| Activos fijos | 68.068,32 | | | | | |
| Reinversión | | | | | 3.091,91 | |
| Imprevistos | 11.905,13 | | | | | |
| Amortización | | | | | | |
| Banco | 150.000,00 | | | | | |
| Utilidad neta | -100.007,72 | 7.074,61 | 37.088,04 | 66.719,89 | 92.748,46 | 188.444,35 |

Nota: El valor del impuesto a la renta se tomó de la tabla dada por el Servicio de Rentas Internas (SRI) ver Anexo 20 Tabla de impuesto a la renta 2021.

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: Propia

4.8. Evaluación del proyecto

Realizado los estudios posteriores se recolecto todos los datos necesarios para efectuar la evaluación del proyecto ya que es un proceso mediante el cual se decide si el proyecto está generando valor o no.

4.8.1. Información para la evaluación del proyecto

4.8.1.1. Valor actual neto (VAN).

El valor actual neto de un proyecto es la diferencia entre los ingresos y los egresos periódicos, es decir que se puede interpretar el VAN de la siguiente forma:

Si el VAN > 0, la empresa está generando beneficios.

Si el VAN = 0, no existe perdidas ni ganancias.

Si el VAN < 0, la empresa tiene perdidas.

Tabla 74

VAN con una tasa de 10%

| Nº | Fórmula | Resultado | Flujo de caja | VAN |
|--------------|-------------------------------|-----------|---------------|-------------------|
| 1 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,10)^1}$ | 0,9 | 7.074,61 | 6.367,15 |
| 2 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,10)^2}$ | 0,83 | 37.088,04 | 30.783,07 |
| 3 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,10)^3}$ | 0,75 | 66.719,89 | 50.039,92 |
| 4 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,10)^4}$ | 0,68 | 92.748,46 | 63.068,95 |
| 5 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,10)^5}$ | 0,62 | 188.444,35 | 116.835,49 |
| TOTAL | | | | 267.094,59 |

Elaboración: Propia

$$VAN\ 10\% = -Inversión + VAN\ calculado \quad (12)$$

$$VAN\ 10\% = -250.007,72 + 267094,59$$

$$VAN\ 10\% = 17.086,87$$

Al resultar el VAN mayor que 0, con una tasa menor del 10% se pudo determinar que el proyecto es rentable y genera beneficios.

Para el análisis de la TASA MAYOR se utilizará un VAN al 70% como se muestra en la Tabla 75.

Tabla 75

VAN con una tasa de 70%

| Nº | Fórmula | Resultado | Flujo de caja | VAN |
|--------------|-------------------------------|-----------|---------------|------------------|
| 1 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,70)^1}$ | 0,59 | 7.074,61 | 4.174,02 |
| 2 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,70)^2}$ | 0,35 | 37.088,04 | 12.980,81 |
| 3 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,70)^3}$ | 0,2 | 66.719,89 | 13.343,98 |
| 4 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,70)^4}$ | 0,12 | 92.748,46 | 11.129,82 |
| 5 | $TD = \frac{1}{(1 + 0,70)^5}$ | 0,07 | 188.444,35 | 13.191,10 |
| TOTAL | | | | 54.819,73 |

Elaboración: Propia

$$VAN\ 70\% = -Inversión + VAN\ calculado \quad (12)$$

$$VAN\ 70\% = -250.007,72 + 54.819,73$$

$$VAN\ 70\% = -195.188,00$$

Al resultar el VAN menor que 0, considerando un porcentaje mayor del 70% se pudo determinar que el proyecto no es rentable y genera pérdidas.

4.8.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de Retorno (TIR) maneja las siguientes condiciones donde K representa la tasa de descuento seleccionado para el cálculo del VAN.

Si el TIR > K, el proyecto es aceptable.

Si el TIR = K, el proyecto no genera ganancias ni ocasiona pérdidas.

Si el TIR < K, debe rechazarse el proyecto.

$$TIR = tm + (TM - tm) * \left(\frac{VANtm}{VANtm - VANTM} \right) \quad (13)$$

Donde:

TM= Tasa mayor 70%

tm= Tasa menor 10%

VANtm = VAN tasa menor

VANTM= VAN tasa mayor

$$TIR = 10 + (70 - 10) * \left(\frac{17.086,87}{17.086,87 - (-195.188,00)} \right)$$

$$TIR = 14,83\%$$

El valor de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 14,83% lo cual significa que el proyecto será aceptable ya que es mayor a la tasa de descuento usada en el cálculo del VAN.

4.8.1.3. Periodo de recuperación.

El periodo de recuperación nos indica el tiempo en el que se recuperara la inversión del proyecto como se muestra en la ecuación 16.

Tabla 76

Total, de utilidades

| Años | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | TOTAL |
|---------------|------------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------------------|
| Utilidad neta | 250.007,72 | 7.074,61 | 37.088,04 | 66.719,89 | 92.748,46 | 188.444,35 | |
| VAN 10% | | 6.367,15 | 30.783,07 | 50.039,92 | 63.068,95 | 116.835,49 | 267.094,59 |

Elaboración: Propia

$$\textit{Utilidad promedio} = \frac{\textit{VAN Total}}{\# \textit{ de años}} \quad (14)$$

$$\textit{Utilidad promedio} = \frac{267.094,59}{5}$$

$$\textit{Utilidad promedio} = 53.418,92$$

$$\textit{Rentabilidad} = \frac{\textit{Utilidad promedio}}{\textit{Inversión}} \quad (15)$$

$$\textit{Rentabilidad} = \frac{53.418,92}{250.007,72}$$

$$\textit{Rentabilidad} = 0,21 * 100 \cong 21\%$$

$$\textit{Periodo de recuperaci3n} = \frac{\textit{Inversi3n}}{\textit{Utilidad promedio}} \quad (16)$$

$$\textit{Periodo de recuperacion} = \frac{250.007,72}{53.418,92}$$

$$\textit{Periodo de recuperacion} = 4.68$$

En base a la ecuaci3n 16 se tiene que la empresa recuperara su inversi3n en un periodo de 4 a1os con 8 meses aproximadamente. Ya que seg1n (Lawrence, 2014) afirma “que si el periodo de recuperaci3n es menor que el periodo de recuperaci3n m1ximo aceptable, se acepta el proyecto” (p.343).

4.8.1.4. Relaci3n beneficio costo

La relaci3n beneficio - costo es un indicador de an1lisis que permitir1 conocer la relaci3n entre el costo por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta.

Si el B/C > 1, significa que los beneficios son mayores a los costos el proyecto es viable.

Si el B/C =1, significa que los beneficios igualan a los costos no hay ganancias.

Si el B/C <1, significa que los costos superan a los beneficios el proyecto no es viable.

Tabla 77*Detalle de los costos y gastos de la empresa*

| Años | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| VARIABLES | | | | | |
| Mano de obra | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 | 32.807,56 |
| Insumos | 80.444,96 | 92.833,48 | 107.129,84 | 123.627,84 | 142.666,52 |
| Interés del préstamo | 14.640,00 | 12.230,52 | 9.585,87 | 6.683,11 | 3.497,03 |
| Gastos de fabricación | 20.108,59 | 20.108,59 | 20.108,59 | 20.108,59 | 20.108,59 |
| Gasto administrativo | 20.621,86 | 20.621,86 | 20.621,86 | 20.621,86 | 20.621,86 |
| Gasto ventas | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 | 7.002,62 |
| Gasto financiero | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 | 4.061,88 |
| Gasto Intangible amortizado | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 | 217,20 |
| 15% Trabajadores | 802,70 | 8.951,14 | 16.995,99 | 24.902,00 | 32.622,11 |
| 35% Impuesto renta | 1.592,02 | 17.753,10 | 33.708,71 | 49.388,97 | 64.700,52 |
| Reinversión | | | | 3.091,91 | |
| Total | 182.299,39 | 216.587,95 | 252.240,12 | 292.513,54 | 328.305,89 |

Elaboración: Propia

Tomamos en cuenta el valor de la Tasa Interna de Retorno (TIR) igual al 14,83% y aplicamos la ecuación 17 para calcular la tasa de descuento.

$$TD = \frac{1}{(1+i)^n} \quad (17)$$

Donde:

TD = Tasa de descuento

i= interés

n= número de años

Tabla 78*Detalles beneficio / costo*

| N° | Ingresos | Egresos | Tasa de descuento | VAN | |
|--------------|------------|------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| | | | | Ingresos | Egresos |
| 1 | 185.256,00 | 182.299,39 | 0,87 | 161.172,72 | 158.600,4693 |
| 2 | 249.558,00 | 216.587,95 | 0,76 | 189.664,08 | 164.606,842 |
| 3 | 314.842,00 | 252.240,12 | 0,66 | 207.795,72 | 166.478,48 |
| 4 | 381.144,00 | 292.513,54 | 0,58 | 221.063,52 | 169.657,85 |
| 5 | 448.464,00 | 328.305,89 | 0,50 | 224.232,00 | 164.152,95 |
| Total | | | | 1'003.928,04 | 823.496,59 |

Elaboración: Propia

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Egresos}} \quad (18)$$

$$\frac{B}{C} = \frac{1' 003.928,04}{823.469,59}$$

$$\frac{B}{C} = 1,21$$

En base al resultado obtenido se determinó que por cada dólar invertido por la empresa se gana 0,21 centavos de dólar.

Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Identificamos la situación del mercado mediante un análisis PESTEL el cual nos arrojó datos de las normativas que deben cumplir las prendas para su fabricación y para su posterior venta, además de contar con una política industrial que ayudan a la industria ecuatoriana, en base al empleo al crear una nueva empresa asegura requerir mano de obra y brindar una oportunidad a nuevos profesionales, en el ámbito social consideramos el costo de la vida en Ecuador es un 53% más barato que del resto de países de América Latina, en base a la tecnología encontramos varias oportunidades ya que a medida que pasa el tiempo el acceso a internet se vuelve indispensable en donde se encontraran nuevas herramientas para el desarrollo de los procesos, hoy en día la gran mayoría de las empresas deben cuidar del medio ambiente en nuestro caso el acuerdo de AITE con la planta INCINEROX nos ayudara a procesar nuestros desechos y en el ámbito legal existen artículos que nos respaldan y además de una serie de disposiciones a cumplirse y que serán controladas por la Superintendencia de Compañías.

Elaboramos el estudio de mercado tomando en cuenta a la población femenina de la Ciudad de Riobamba comprendida en edades de 15 a 54 años, contado con un total de 19.550 personas en donde se identificó a nuestros clientes potenciales con las edades de 15 a 25 años, estableciendo un 80,90% de aceptación por adquirir las prendas principalmente blusas y pantalones formales. En base a las encuestas realizadas se determinó que para cumplir con la demanda insatisfecha se debe fabricar 4812 blusas y 4932 pantalones formales anualmente, considerando las materias primas a usarse, la mano de obra y gastos se fijó un precio de \$18 para las blusas y \$20 para los pantalones formales.

Realizamos el estudio técnico de la empresa para determinar el manejo eficiente de los recursos que requerimos para poner en marcha la empresa, considerando los dos procesos a realizar tanto para las blusas como los pantalones formales, además de considerar los tiempos de fabricación para cada uno de ellos, en este punto tomamos en cuenta las máquinas para el proceso, los insumos necesarios, los muebles y enseres que serán ubicados en cada departamento. Consideramos la mejor localización teniendo en cuenta factores como la cercanía de la materia prima, transporte, seguridad y la presencia de mano de obra calificada, para el diseño de planta calculamos la superficie necesaria dando como resultado 275 metros cuadrados y diseñamos los planos.

Diseñamos el organigrama de la empresa mediante jerarquías para que las funciones de cada uno queden especificadas, considerando lo que debe cumplir, a quienes van a supervisar y las responsabilidades que tendrán al estar en ese cargo, para ello la empresa contara con 12 personas, un gerente, una secretaria, un supervisor de calidad, un diseñador, cuatro costureras, un vendedor, un contador, un operario y un chofer.

Realizamos el estudio financiero tomando en cuenta los activos fijos, variables e intangibles necesarios y además de considerar una fuente de financiamiento, en este proyecto se requiriere una inversión de \$250.007,72 por lo que se realizará de dos maneras los \$100.040,00 será la inversión por parte de los socios y mientras que los \$150.000,00 realizaremos un crédito bancario en la entidad BanEcuador con una tasa de interés de 9,76%. Ya con estos datos definidos se realizó el flujo de caja para conocer la liquidez que va a tener la empresa.

Evaluamos el proyecto en base a indicadores obteniendo así un 21% de rentabilidad, contando con un periodo de recuperación de 4 años con 8 meses de la inversión inicial y

analizando que por cada dólar que se invertido obtendremos 0,21 centavos de dólar dándonos así un proyecto rentable.

5.2. Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos se recomienda llevar a cabo el proyecto pues ofrece una buena rentabilidad y será una fuente de empleos para las personas del Cantón Guano ya que cuentan con mano de obra calificada y experiencias en fabricación de prendas, y llegarían a dar un aporte primordial para el diseño de nuevas prendas no solo en blusas o pantalones formales.

Al ser una nueva empresa se debería contar con el personal necesario y de requerirlo varios de ellos se desempeñarán en funciones similares con tal de ayudar a levantar a la empresa.

Para solicitar cualquier crédito bancario se debe tener en cuenta la tasa de interés que manejan y los requisitos que cada entidad solicita.

Se sugiere que los inversionistas lleven a cabo cada una de las etapas del proyecto de manera estricta ya que en base a los datos obtenidos se necesitara de cada paso que se dé cumpla con lo establecido en el estudio.

Se recomienda que una vez que se ha recuperado la inversión inicial se considere la factibilidad de expandir el negocio en base a los requerimientos del mercado y las nuevas tendencias de la moda.

Capítulo VI: Bibliografía y anexos

6.2. Bibliografía

- Asociacion de industriales Textiles del Ecuador. (23 de Enero de 2014). *Asociacion de industriales Textiles del Ecuador*. Obtenido de http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=12
- Ayala, A., & Torres, L. (2018). *Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confeccion de ropa juvenil femenino*. Bogota: Universidad Catolica de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22648/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20JIER%C3%9C.pdf>
- Cáceres, E., & Rubio, V. (2015). *Efecto de los factores socio-economicos*. Riobamba : UNACH.
- Cuatrecasas, L. (2021). *Diseño avanzado de procesos y plantas de producción flexible*. Barcelona: Profit Editorial.
- Diaz, J. (2018). *www.aite.com.ec*. Obtenido de <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- Espinoza, N., Salgado, M., & Hernandez, O. (2019). *Gestión y finanzas para gerentes de proyectos*. Colombia.
- GAD- Riobamba. (09 de Mayo de 2020). *gadmriobamba.gob.ec*. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/descarga/category/1096-plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-2020-2030>
- Heredia, V. (2016). En el sector textil, el 85% de los actores son pymes. *Lideres*, 1. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/sector-textil-pymes-empresas-actores.html>
- INEC. (2010). *ecuadorencifras.gob*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Ecuatoriano Seguridad Social . (1986). *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo*. Quito.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos . (2014). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>. Obtenido de

- http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0607_GUANO_CHIMBORAZO.pdf
- Lawrence, G. (2014). *Principios de administración financiera*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- López, A. (2010). *Proyecto para la creación e instalación de una microempresa manufacturera textil*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4623/1/UPS-ST000626.pdf>
- López, M. (27 de Octubre de 2020). *BMeditores*. Obtenido de <https://bmeditores.mx/secciones-especiales/la-comercializacion-en-el-2020/#:~:text=PhD%20Miguel%20Angel%20L%C3%B3pez%20Lomel%C3%AD.&text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20proceso,productos%2Fservicios%20de%20la%20empresa>
- Marcial, C. (2013). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Marriot, T. (2014). *PROYECTO DE COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA DAMAS*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2185/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-37.pdf>
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, E. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. España : Esic.
- Meza, J. d. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Muñoz, A. (2019). *Semrush*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/analisis-del-sector/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20an%C3%A1lisis%20del,condiciones%20lo%20va%20a%20hacer>
- Neufert, E. (2017). *Arte de proyectar en arquitectura*. DESSAU.
- Peñaranda, F., & Piamba, O. (2007). *Determinación de estándares de producción por medio de tiempos con cronómetro y balanceo de línea en la empresa CONFEJEANS*. Pereira : Universidad Tecnológica de Pereira. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/957/658542P359.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Platas, J., & Cervantes, M. (2014). *Planeación Diseño y Layout de instalaciones*. Mexico: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Prieto, J. (2015). *Proyectos: Enfoque gerencial*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Real Academia Española. (2019). *RAE.es*. Obtenido de <https://dle.rae.es/sector>

- REDATAM- INEC. (2010). *Base de datos de censo, población y vivienda*. Quito. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>
- REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (28 de Febrero de 2015). <https://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/2f052de7-67ff-43b0-bfe2-65f42db24c93/REGLAMENTO+APLICACION+DE+LA+LEY+DE+REGIMEN+TRIBUTARIO+INTERNO.pdf>.
- Rosero, A. (2018). “ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA PRODUCTORA DE PANTALONES JEANS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”. Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5179/1/UNACH-EC-ING-IND-2018-0015.pdf>
- Sagnay, L. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ*. Sangolquí. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5277/4/T-ESPE-033197.pdf>
- Sainz, J. M. (2016). *Crear una empresa en la práctica*. Madrid: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=zptMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=crear+una+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi9-8eIvfpAhXGUt8KHXRdBoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=crear%20una%20empresa&f=false>
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid : Cedro.
- Satán, W. (2018). *Análisis de competitividad de las microempresas comerciales de prendas de vestir del centro urbano del cantón Riobamba*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Serrano, J. (2018). *Matemáticas financieras y evaluación de proyectos*. Colombia: Alfaomega.
- Solares, C. (2017). *Neuromarketing.la*. Obtenido de <https://neuromarketing.la/2017/10/por-que-a-las-mujeres-les-gusta-comprar/>
- Soret, I. (2020). *Gestión de la calidad*. Madrid: Esic Editorial.
- Soto, S. (29 de Agosto de 2018). *Tesisciencia*. Obtenido de <https://tesisciencia.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>

Warshaw, L. J. (16 de Mayo de 2018). *INDUSTRIA DE PRODUCTOS TEXTILES*. Obtenido de <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+89.+Industria+de+productos+textiles>

Yo elijo coser . (2021). *yoelijocoser.com* . Obtenido de <https://yoelijocoser.com/como-calculer-la-tela-que-necesitamos-para-una-prenda/#:~:text=Chaqueta%3A%20largo%20cuerpo%20%2B%201,1%20largo%20manga%2C%201.50%20metros>

6.2. Anexos

Anexo 1: Población y censos 2010 (REDATAM)

| | |
|---|--------------|
| CEPAL/CELADE Redatam+SP 2/15/2021 | |
| Base de datos | |
| Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010 | |
| Filtro | |
| VIVIENDA.UR=1 | |
| Área Geográfica | |
| Seleccion\PROVIN 06.sel | |
| Crosstab | |
| de Edad | |
| por Sexo | |
| AREA # 060150 | |
| Edad | |
| | Mujer |
| 15 | 1404 |
| 16 | 1469 |
| 17 | 1438 |
| 18 | 1496 |
| 19 | 1610 |
| 20 | 1525 |
| 21 | 1522 |
| 22 | 1556 |
| 23 | 1521 |
| 24 | 1452 |
| 25 | 1512 |
| Total | 16505 |
| Procesado con Redatam+ SP | |
| CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010 | |
| INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC, ECUADOR | |



CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC



ANÁLISIS DE DATOS CONSULTADOS

- ESTRUCTURA DE LA POBLACION
- ADULTO MAYOR (60+)
- PREJUDICIA - RIGIDIDAD INFANTIL
- EDUCACION
- INDICADORES PREDEFINIDOS

| |
|----|
| 34 |
| 35 |
| 36 |
| 37 |
| 38 |
| 39 |
| 40 |
| 41 |
| 42 |
| 43 |
| 44 |
| 45 |

| |
|-------|
| 1,450 |
| 1,400 |
| 1,350 |
| 1,300 |
| 1,250 |
| 1,200 |
| 1,150 |
| 1,100 |
| 1,050 |
| 1,000 |
| 950 |
| 900 |
| 850 |
| 800 |
| 750 |
| 700 |
| 650 |
| 600 |
| 550 |
| 500 |
| 450 |
| 400 |
| 350 |
| 300 |
| 250 |
| 200 |
| 150 |
| 100 |
| 50 |
| 0 |

Anexo 2: Diseño de la encuesta piloto



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ingeniería
Ingeniería Industrial
ENCUESTA



Objetivo: La presente encuesta permite obtener información para el diseño y confección de prendas para dama a ser comercializadas en la ciudad de Riobamba, la información recibida será exclusivamente para el uso propio de la investigación.

1. EDAD

- De 15 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- De 46 a 54 años

2. Qué tipo de prenda usted adquiere

Puede seleccionar más de una opción

- Blusas
- Camisetas
- Pijamas
- Vestidos
- Faldas
- Licras
- Pantalones formales
- Chaquetas
- Buzos

3. Estaría dispuesto a adquirir prendas fabricadas en el Cantón guano

Si su respuesta es NO de clic en SIGUIENTE y envíe el formulario, caso contrario continúe la encuesta

- Si
- No

4.Cuál es su estilo más común de vestir

- Casual
- Elegante
- Deportivo
- Otros

Mencione cual:

5. Como le gustaría adquirir sus prendas

- Tiendas de ropa
- catálogos físicos
- Catálogos online

6. Cuál es el problema que se ha presentado cuando ha adquirido sus prendas

- Tallas no estandarizadas
- Mala calidad de la materia prima
- No son prendas únicas

Anexo 3: Diseño de la encuesta online

Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
 ENCUESTA



Objetivo: La presente encuesta permite obtener información para el diseño y confección de prendas para dama a ser comercializadas en la ciudad de Riobamba, la información recibida será exclusivamente para el uso propio de la investigación.

**1. Como usted selecciona sus prendas de vestir al momento de comprar
 (Puede seleccionar más de una opción)**

- Por Diseño
- Por Marca
- Por Comodidad
- Por Precio
- Por Calidad

2. En donde usted adquiere sus prendas hoy en día

- Redes sociales (catálogo)
- Boutiques
- Centros comerciales
- Plazas en general

3. En base al diseño que presenta una blusa que tipos de tela usted preferiría

- Camisera
- Gabardina
- Chiffon
- Seda
- Algodón
- Licra
- Jersey
- Popelina

4. Cuáles son los estilos de blusas que usted prefiere

- Cuello Recto
- Cuello en V
- Con Mangas
- Sin Mangas
- Con mangas y hombros descubiertos
- Tipo Crop Top (puperas)
- Tipo Camisa
- Tipo corset
- Tipo Body
- Otras.....

5. Que accesorios le gustaría ver en una blusa

- Con encajes
- Con botones
- Con cierres
- Con cordones
- Con lazos
- Con lentejuelas
- Otros.....

6. En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (blusa)

- Estampado
- Llano
- Bicolor
- De rayas
- De cuadros
- De puntos
- Animal Print
- Otros.....

7. Cuanto estaría dispuesta a pagar por una blusa

- \$15-18
- \$19-22
- \$23-25

8. En base al diseño que presenta un pantalón formal que tipo de tela usted preferiría

- Gabardina
- leggings
- Algodón
- Lino
- Poliéster

9. En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (pantalones formales)

- Llano
- Bicolor
- De rayas
- De cuadros
- De puntos
- Otros.....

10. Que accesorios le gustaría ver en un pantalón formal

- Con cierre
- Con botones
- Con cordones
- Con lazos
- Con bolsillos
- Con correa

- Otros.....

**11. Que toma en cuenta al momento de adquirir un pantalón formal
(Puede seleccionar más de una opción)**

- Diseño único
 Tipo de bastas
 Color
 Cintura
 Cadera
 Otros.....

12. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un pantalón formal

- \$15-18
 \$19- 21
 \$22-25

13. Que le motiva a comprar sus prendas en este tipo de lugares

- La atención percibida
 Diversificación de prendas
 Promoción y precio
 Facilidad de pago
 Garantía de la calidad de la prenda

14. Estaría dispuesta adquirir blusas y/o pantalones formales fabricadas en el Cantón Guano

- Si
 No

Si su respuesta es no envíe el formulario

15. Cuantas blusas estaría dispuesta adquirir anualmente

- 4 blusas
 8 blusas
 12 blusas
 Más de 12 blusas

16. Cuantos pantalones formales estaría dispuesta adquirir anualmente

- 3 pantalones
 6 pantalones
 9 pantalones
 Más de 9 pantalones

Anexo 4: Tabulación encuesta piloto y online

1. edad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 15 a 25 años | 112 | 68,3 | 68,3 | 68,3 |
| | De 26 a 35 años | 37 | 22,6 | 22,6 | 90,9 |
| | De 36 a 45 años | 7 | 4,3 | 4,3 | 95,1 |
| | De 46 a 54 años | 8 | 4,9 | 4,9 | 100,0 |
| | Total | 164 | 100,0 | 100,0 | |

2. ¿Qué tipo de prenda usted adquiere?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Blusas | 5 | 3,2 | 3,2 | 3,2 |
| | Blusas, Camisetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 4,5 |
| | Blusas, Camisetas, Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 5,8 |
| | Blusas, Camisetas, Faldas, Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 6,5 |
| | Blusas, Camisetas, Licras | 3 | 1,9 | 1,9 | 8,4 |
| | Blusas, Camisetas, Licras, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 9,0 |
| | Blusas, Camisetas, Pantalones (Formales) | 2 | 1,3 | 1,3 | 10,3 |
| | Blusas, Camisetas, Pantalones (Formales), buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 11,6 |
| | Blusas, Camisetas, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 12,3 |
| | Blusas, Camisetas, Pijamas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 12,9 |

| | | | | |
|---|----|-----|-----|------|
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Licras, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 14,2 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 14,8 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 15,5 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 16,1 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 17,4 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 18,1 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 18,7 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras, Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 19,4 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 20,0 |
| Blusas, Camisetas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 14 | 9,0 | 9,0 | 29,0 |

| | | | | | |
|---|--|---|-----|-----|------|
| Blusas, Pijamas, Licras, buzos | Camisetas, Vestidos, Chaquetas, | 1 | ,6 | ,6 | 29,7 |
| Blusas, Pijamas, Licras, (Formales) | Camisetas, Vestidos, Pantalones | 1 | ,6 | ,6 | 30,3 |
| Blusas, Pijamas, Licras, (Formales), buzos | Camisetas, Vestidos, Pantalones, Chaquetas, | 3 | 1,9 | 1,9 | 32,3 |
| Blusas, Pijamas, Pantalones, buzos | Camisetas, Vestidos, (Formales), | 1 | ,6 | ,6 | 32,9 |
| Blusas, Pijamas, Pantalones, Chaquetas, buzos | Camisetas, Vestidos, (Formales), | 1 | ,6 | ,6 | 33,5 |
| Blusas, Vestidos, Chaquetas | Camisetas, Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 34,2 |
| Blusas, Vestidos, Chaquetas | Camisetas, Faldas, | 1 | ,6 | ,6 | 34,8 |
| Blusas, Vestidos, Chaquetas, buzos | Camisetas, Faldas, | 1 | ,6 | ,6 | 35,5 |
| Blusas, Vestidos, (Formales), Chaquetas | Camisetas, Pantalones, Chaquetas | 2 | 1,3 | 1,3 | 36,8 |
| Blusas, Vestidos, (Formales), buzos | Camisetas, Pantalones, Chaquetas, | 2 | 1,3 | 1,3 | 38,1 |
| Blusas, Chaquetas | | 2 | 1,3 | 1,3 | 39,4 |
| Blusas, Faldas | | 1 | ,6 | ,6 | 40,0 |

| | | | | |
|---|---|-----|-----|------|
| Blusas, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 40,6 |
| Blusas, Licras, Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 41,3 |
| Blusas, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 41,9 |
| Blusas, Licras, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 42,6 |
| Blusas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas | 1 | ,6 | ,6 | 43,2 |
| Blusas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 44,5 |
| Blusas, Pantalones (Formales) | 4 | 2,6 | 2,6 | 47,1 |
| Blusas, Pantalones (Formales), Chaquetas | 2 | 1,3 | 1,3 | 48,4 |
| Blusas, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 49,0 |
| Blusas, Pijamas | 2 | 1,3 | 1,3 | 50,3 |
| Blusas, Pijamas, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 51,0 |
| Blusas, Pijamas, Faldas, Licras, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 51,6 |
| Blusas, Pijamas, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 52,3 |
| Blusas, Pijamas, Licras, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 52,9 |
| Blusas, Pijamas, Licras, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 53,5 |
| Blusas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 54,2 |
| Blusas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 54,8 |

| | | | | |
|--|---|-----|-----|------|
| Blusas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 56,1 |
| Blusas, Pijamas, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 56,8 |
| Blusas, Pijamas, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 58,1 |
| Blusas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 58,7 |
| Blusas, Pijamas, Vestidos, Faldas, Licras, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 59,4 |
| Blusas, Pijamas, Vestidos, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 60,0 |
| Blusas, Pijamas, Vestidos, Licras, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 60,6 |
| Blusas, Pijamas, Vestidos, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 61,3 |
| Blusas, Vestidos, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 61,9 |
| Blusas, Vestidos, Faldas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 62,6 |
| Blusas, Vestidos, Faldas, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 63,2 |
| Blusas, Vestidos, Licras | 2 | 1,3 | 1,3 | 64,5 |
| Blusas, Vestidos, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 65,2 |
| Blusas, Vestidos, Licras, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 65,8 |

| | | | | |
|--|---|-----|-----|------|
| Blusas, Vestidos, Licras, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 66,5 |
| Blusas, Vestidos, Pantalones (Formales, Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 67,1 |
| Blusas, Vestidos, Pantalones (Formales) | 2 | 1,3 | 1,3 | 68,4 |
| Blusas, Vestidos, Pantalones (Formales), Chaquetas | 2 | 1,3 | 1,3 | 69,7 |
| Blusas, Vestidos, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 3 | 1,9 | 1,9 | 71,6 |
| Camisetas | 4 | 2,6 | 2,6 | 74,2 |
| Camisetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 74,8 |
| Camisetas, Licras | 2 | 1,3 | 1,3 | 76,1 |
| Camisetas, Licras, Chaquetas | 2 | 1,3 | 1,3 | 77,4 |
| Camisetas, Licras, Pantalones (Formales) | 2 | 1,3 | 1,3 | 78,7 |
| Camisetas, Pantalones (Formales), buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 80,0 |
| Camisetas, Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 81,3 |
| Camisetas, Pijamas, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 81,9 |
| Camisetas, Pijamas, Licras, buzos | 2 | 1,3 | 1,3 | 83,2 |
| Camisetas, Pijamas, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 83,9 |
| Camisetas, Pijamas, Pantalones (Formales), buzos | 1 | ,6 | ,6 | 84,5 |
| Camisetas, Vestidos | 1 | ,6 | ,6 | 85,2 |

| | | | | |
|--|-----|-------|-------|-------|
| Chaquetas | 3 | 1,9 | 1,9 | 87,1 |
| Faldas | 1 | ,6 | ,6 | 87,7 |
| Licras | 1 | ,6 | ,6 | 88,4 |
| Pantalones (Formales) | 5 | 3,2 | 3,2 | 91,6 |
| Pantalones (Formales), Chaquetas, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 92,3 |
| Pijamas | 1 | ,6 | ,6 | 92,9 |
| Pijamas, Licras, buzos | 1 | ,6 | ,6 | 93,5 |
| Pijamas, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 94,2 |
| Pijamas, Pantalones (Formales), buzos | 5 | 3,2 | 3,2 | 97,4 |
| Vestidos | 2 | 1,3 | 1,3 | 98,7 |
| Vestidos, Licras | 1 | ,6 | ,6 | 99,4 |
| Vestidos, Licras, Pantalones (Formales) | 1 | ,6 | ,6 | 100,0 |
| Total | 155 | 100,0 | 100,0 | |

3. Estaría dispuesta a adquirir prendas fabricadas en el Cantón Guano

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido No | 9 | 5,5 | 5,5 | 5,5 |
| Sí | 155 | 94,5 | 94,5 | 100,0 |
| Total | 164 | 100,0 | 100,0 | |

3. Cuál es su estilo más común de vestir

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido Casual | 114 | 73,5 | 73,5 | 73,5 |
| Deportivo | 26 | 16,8 | 16,8 | 90,3 |
| Elegante | 5 | 3,2 | 3,2 | 93,5 |
| Otros | 10 | 6,5 | 6,5 | 100,0 |

| | | | |
|-------|-----|-------|-------|
| Total | 155 | 100,0 | 100,0 |
|-------|-----|-------|-------|

4. Como le gustaría adquirir sus prendas

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Catálogo Físico | 12 | 7,7 | 7,7 | 7,7 |
| Catálogos Online | 33 | 21,3 | 21,3 | 29,0 |
| Tiendas de ropa | 110 | 71,0 | 71,0 | 100,0 |
| Total | 155 | 100,0 | 100,0 | |

5.Cuál es el problema que se ha presentado cuando ha adquirido sus prendas

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Diseños pasados de moda | 14 | 9,0 | 9,0 | 9,0 |
| Mala calidad de la materia prima | 37 | 23,9 | 23,9 | 32,9 |
| Mala confección de las prendas | 18 | 11,6 | 11,6 | 44,5 |
| Ninguno | 5 | 3,2 | 3,2 | 47,7 |
| No son prendas únicas | 43 | 27,7 | 27,7 | 75,5 |
| Tallas no estandarizadas | 38 | 24,5 | 24,5 | 100,0 |
| Total | 155 | 100,0 | 100,0 | |

Tabulación encuesta online

Pregunta1

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Por Calidad | 37 | 9,8 | 9,8 | 9,8 |
| Por Comodidad | 42 | 11,1 | 11,1 | 21,0 |
| Por Comodidad, Por Calidad | 17 | 4,5 | 4,5 | 25,5 |
| Por Comodidad, Por Precio | 11 | 2,9 | 2,9 | 28,4 |
| Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 39 | 10,3 | 10,3 | 38,7 |
| Por Diseño | 19 | 5,0 | 5,0 | 43,8 |
| Por Diseño, Por Calidad | 7 | 1,9 | 1,9 | 45,6 |
| Por Diseño, Por Comodidad | 11 | 2,9 | 2,9 | 48,5 |
| Por Diseño, Por Comodidad, Por Calidad | 33 | 8,8 | 8,8 | 57,3 |
| Por Diseño, Por Comodidad, Por Precio | 6 | 1,6 | 1,6 | 58,9 |
| Por Diseño, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 31 | 8,2 | 8,2 | 67,1 |
| Por Diseño, Por Marca | 9 | 2,4 | 2,4 | 69,5 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Calidad | 4 | 1,1 | 1,1 | 70,6 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Comodidad, Por Calidad | 2 | ,5 | ,5 | 71,1 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 8 | 2,1 | 2,1 | 73,2 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Precio | 3 | ,8 | ,8 | 74,0 |
| Por Diseño, Por Precio | 18 | 4,8 | 4,8 | 78,8 |
| Por Diseño, Por Precio, Por Calidad | 24 | 6,4 | 6,4 | 85,1 |

| | | | | |
|---|-----|-------|-------|-------|
| Por Marca | 6 | 1,6 | 1,6 | 86,7 |
| Por Marca, Por Comodidad | 2 | ,5 | ,5 | 87,3 |
| Por Marca, Por Comodidad, Por Calidad | 2 | ,5 | ,5 | 87,8 |
| Por Marca, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 1 | ,3 | ,3 | 88,1 |
| Por Marca, Por Precio | 6 | 1,6 | 1,6 | 89,7 |
| Por Marca, Por Precio, Por Calidad | 2 | ,5 | ,5 | 90,2 |
| Por Precio | 29 | 7,7 | 7,7 | 97,9 |
| Por Precio, Por Calidad | 8 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta2

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Boutiques | 45 | 11,9 | 11,9 | 11,9 |
| Centros comerciales | 153 | 40,6 | 40,6 | 52,5 |
| Plazas en general | 118 | 31,3 | 31,3 | 83,8 |
| Redes sociales (catálogo) | 61 | 16,2 | 16,2 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta3

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Algodón | 202 | 53,6 | 53,6 | 53,6 |
| Camisera | 22 | 5,8 | 5,8 | 59,4 |
| Chiffon | 17 | 4,5 | 4,5 | 63,9 |
| Gabardina | 8 | 2,1 | 2,1 | 66,0 |
| Jersey | 16 | 4,2 | 4,2 | 70,3 |
| Licra | 48 | 12,7 | 12,7 | 83,0 |
| Popelina | 21 | 5,6 | 5,6 | 88,6 |
| Seda | 43 | 11,4 | 11,4 | 100,0 |

| | | | |
|-------|-----|-------|-------|
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 |
|-------|-----|-------|-------|

Pregunta4

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Con Mangas | 3 | ,8 | ,8 | ,8 |
| Con mangas y hombros descubiertos | 11 | 2,9 | 2,9 | 3,7 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 4,2 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 4,5 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 5 | 1,3 | 1,3 | 5,8 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 6,1 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 8 | 2,1 | 2,1 | 8,2 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 8,5 |
| Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset | 3 | ,8 | ,8 | 9,3 |
| Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 1 | ,3 | ,3 | 9,5 |
| Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 9,8 |
| Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 10,1 |
| Con Mangas, Sin Mangas, Tipo Camisa, Tipo Body | 3 | ,8 | ,8 | 10,9 |

| | | | | |
|--|----|-----|-----|------|
| Con Mangas, Sin Mangas, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 11,1 |
| Con Mangas, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 11,7 |
| Con Mangas, Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 12,2 |
| Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 12,5 |
| Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 12,7 |
| Cuello en V | 32 | 8,5 | 8,5 | 21,2 |
| Cuello en V, Con Mangas | 10 | 2,7 | 2,7 | 23,9 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos | 8 | 2,1 | 2,1 | 26,0 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Body | 6 | 1,6 | 1,6 | 27,6 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 27,9 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 28,1 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 2 | ,5 | ,5 | 28,6 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 28,9 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 3 | ,8 | ,8 | 29,7 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 30,2 |
| Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 30,5 |

| | | | | |
|---|---|-----|-----|------|
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 6 | 1,6 | 1,6 | 32,1 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 32,6 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 3 | ,8 | ,8 | 33,4 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 33,7 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 34,0 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 34,2 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset | 2 | ,5 | ,5 | 34,7 |
| Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 35,0 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas | 1 | ,3 | ,3 | 35,3 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 4 | 1,1 | 1,1 | 36,3 |

| | | | | |
|---|----|-----|-----|------|
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 36,6 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 36,9 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 37,1 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 37,7 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 37,9 |
| Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 38,2 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 38,7 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo Camisa | 13 | 3,4 | 3,4 | 42,2 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 42,4 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 42,7 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 43,2 |
| Cuello en V, Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 43,5 |
| Cuello en V, Sin Mangas | 14 | 3,7 | 3,7 | 47,2 |

| | | | | |
|---|---|-----|-----|------|
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 8 | 2,1 | 2,1 | 49,3 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 3 | ,8 | ,8 | 50,1 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 50,4 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 3 | ,8 | ,8 | 51,2 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 51,7 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 52,0 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 52,3 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 7 | 1,9 | 1,9 | 54,1 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 3 | ,8 | ,8 | 54,9 |
| Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 55,2 |
| Cuello en V, Tipo Body | 5 | 1,3 | 1,3 | 56,5 |
| Cuello en V, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 56,8 |
| Cuello en V, Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 57,0 |
| Cuello en V, Tipo corset | 3 | ,8 | ,8 | 57,8 |

| | | | | |
|---|----|-----|-----|------|
| Cuello en V, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 58,1 |
| Cuello en V, Tipo Crop Top (puperas) | 4 | 1,1 | 1,1 | 59,2 |
| Cuello en V, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 3 | ,8 | ,8 | 59,9 |
| Cuello en V, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 60,2 |
| Cuello Recto | 13 | 3,4 | 3,4 | 63,7 |
| Cuello Recto, Con Mangas | 7 | 1,9 | 1,9 | 65,5 |
| Cuello Recto, Con mangas y hombros descubiertos | 2 | ,5 | ,5 | 66,0 |
| Cuello Recto, Con Mangas, Sin Mangas, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 66,3 |
| Cuello Recto, Con Mangas, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 66,6 |
| Cuello Recto, Con Mangas, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 66,8 |
| Cuello Recto, Con Mangas, Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 67,1 |
| Cuello Recto, Cuello en V | 4 | 1,1 | 1,1 | 68,2 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas | 4 | 1,1 | 1,1 | 69,2 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 69,8 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 2 | ,5 | ,5 | 70,3 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 5 | 1,3 | 1,3 | 71,6 |

| | | | | |
|---|---|----|----|------|
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 72,1 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 72,4 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas | 1 | ,3 | ,3 | 72,7 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 1 | ,3 | ,3 | 72,9 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 73,2 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 73,5 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 73,7 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 74,0 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 74,3 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 74,8 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 75,1 |

| | | | | |
|--|----|-----|-----|------|
| Cuello Recto, Cuello en V, Con Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa | 1 | ,3 | ,3 | 75,3 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 3 | ,8 | ,8 | 76,1 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 76,4 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 76,7 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 76,9 |
| Cuello Recto, Cuello en V, Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 77,2 |
| Cuello Recto, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 1 | ,3 | ,3 | 77,5 |
| Cuello Recto, Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Camisa, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 77,7 |
| Cuello Recto, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 78,0 |
| Cuello Recto, Tipo Camisa | 4 | 1,1 | 1,1 | 79,0 |
| Cuello Recto, Tipo Crop Top (puperas) | 1 | ,3 | ,3 | 79,3 |
| Sin Mangas | 11 | 2,9 | 2,9 | 82,2 |
| Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos | 7 | 1,9 | 1,9 | 84,1 |

| | | | | |
|---|----|-----|-----|-------|
| Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo corset | 2 | ,5 | ,5 | 84,6 |
| Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas) | 3 | ,8 | ,8 | 85,4 |
| Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 85,7 |
| Sin Mangas, Con mangas y hombros descubiertos, Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset | 2 | ,5 | ,5 | 86,2 |
| Sin Mangas, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 86,5 |
| Sin Mangas, Tipo corset | 1 | ,3 | ,3 | 86,7 |
| Sin Mangas, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 87,0 |
| Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas) | 2 | ,5 | ,5 | 87,5 |
| Sin Mangas, Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 87,8 |
| Tipo Body | 5 | 1,3 | 1,3 | 89,1 |
| Tipo Camisa | 2 | ,5 | ,5 | 89,7 |
| Tipo Camisa, Tipo Body | 3 | ,8 | ,8 | 90,5 |
| Tipo corset | 4 | 1,1 | 1,1 | 91,5 |
| Tipo corset, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 92,0 |
| Tipo Crop Top (puperas) | 19 | 5,0 | 5,0 | 97,1 |
| Tipo Crop Top (puperas), Tipo Body | 5 | 1,3 | 1,3 | 98,4 |
| Tipo Crop Top (puperas), Tipo Camisa, Tipo corset, Tipo Body | 1 | ,3 | ,3 | 98,7 |
| Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset | 3 | ,8 | ,8 | 99,5 |
| Tipo Crop Top (puperas), Tipo corset, Tipo Body | 2 | ,5 | ,5 | 100,0 |

| | | | |
|-------|-----|-------|-------|
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 |
|-------|-----|-------|-------|

Pregunta5

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Con botones | 54 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| Con encajes | 32 | 8,5 | 8,5 | 22,8 |
| Con cordones | 57 | 15,1 | 15,1 | 37,9 |
| Con cierres | 121 | 32,1 | 32,1 | 70,0 |
| Con lazos | 45 | 11,9 | 11,9 | 82,0 |
| Con lentejuelas | 64 | 17,0 | 17,0 | 98,9 |
| ninguna | 2 | ,5 | ,5 | 99,5 |
| Ninguno | 2 | ,5 | ,5 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta6

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Animal Print | 18 | 4,8 | 4,8 | 4,8 |
| Bicolor | 14 | 3,7 | 3,7 | 8,5 |
| De cuadros | 27 | 7,2 | 7,2 | 15,6 |
| De puntos | 30 | 8,0 | 8,0 | 23,6 |
| De rayas | 15 | 4,0 | 4,0 | 27,6 |
| Estampado | 116 | 30,8 | 30,8 | 58,4 |
| Llano | 157 | 41,6 | 41,6 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta7

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido \$15-18 | 283 | 75,1 | 75,1 | 75,1 |
| \$19-22 | 71 | 18,8 | 18,8 | 93,9 |
| \$23-25 | 23 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta8

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Algodón | 65 | 17,2 | 17,2 | 17,2 |
| | Gabardina | 139 | 36,9 | 36,9 | 54,1 |
| | leggings | 112 | 29,7 | 29,7 | 83,8 |
| | Lino | 30 | 8,0 | 8,0 | 91,8 |
| | Poliéster | 31 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| | Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta9

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Bicolor | 14 | 3,7 | 3,7 | 3,7 |
| | De cuadros | 31 | 8,2 | 8,2 | 11,9 |
| | De puntos | 26 | 6,9 | 6,9 | 18,8 |
| | De rayas | 42 | 11,1 | 11,1 | 30,0 |
| | Llano | 264 | 70,0 | 70,0 | 100,0 |
| | Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta10

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | Con bolsillos | 164 | 43,5 | 43,5 | 43,5 |
| | Con botones | 29 | 7,7 | 7,7 | 51,2 |
| | Con cierre | 53 | 14,1 | 14,1 | 65,3 |
| | Con correa | 98 | 26,0 | 26,0 | 91,2 |
| | Con lazos | 32 | 8,5 | 8,5 | 99,7 |
| | Ninguno | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta11

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Cadera | 23 | 6,1 | 6,1 | 6,1 |
| Cintura | 49 | 13,0 | 13,0 | 19,1 |
| Cintura, Cadera | 2 | ,5 | ,5 | 19,6 |
| Color | 20 | 5,3 | 5,3 | 24,9 |
| Color, Cadera | 5 | 1,3 | 1,3 | 26,3 |
| Color, Cintura | 22 | 5,8 | 5,8 | 32,1 |
| Color, Cintura, Cadera | 8 | 2,1 | 2,1 | 34,2 |
| Diseño único | 36 | 9,5 | 9,5 | 43,8 |
| Diseño único, Cadera | 2 | ,5 | ,5 | 44,3 |
| Diseño único, Cintura | 11 | 2,9 | 2,9 | 47,2 |
| Diseño único, Cintura, Cadera | 3 | ,8 | ,8 | 48,0 |
| Diseño único, Color | 10 | 2,7 | 2,7 | 50,7 |
| Diseño único, Color, Cadera | 4 | 1,1 | 1,1 | 51,7 |
| Diseño único, Color, Cintura | 16 | 4,2 | 4,2 | 56,0 |
| Diseño único, Color, Cintura, Cadera | 5 | 1,3 | 1,3 | 57,3 |
| Diseño único, Tipo de bastas | 1 | ,3 | ,3 | 57,6 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Cadera | 1 | ,3 | ,3 | 57,8 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Cintura | 16 | 4,2 | 4,2 | 62,1 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Color | 3 | ,8 | ,8 | 62,9 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Color, Cintura | 13 | 3,4 | 3,4 | 66,3 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Color, Cintura, Cadera | 12 | 3,2 | 3,2 | 69,5 |
| Tipo de bastas | 17 | 4,5 | 4,5 | 74,0 |

| | | | | |
|--|-----|-------|-------|-------|
| Tipo de bastas, Cadera | 3 | ,8 | ,8 | 74,8 |
| Tipo de bastas, Cintura | 42 | 11,1 | 11,1 | 85,9 |
| Tipo de bastas, Color | 12 | 3,2 | 3,2 | 89,1 |
| Tipo de bastas, Color, Cadera | 3 | ,8 | ,8 | 89,9 |
| Tipo de bastas, Color, Cintura | 30 | 8,0 | 8,0 | 97,9 |
| Tipo de bastas, Color, Cintura, Cadera | 8 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta12

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido \$15-18 | 101 | 26,8 | 26,8 | 26,8 |
| \$19- 21 | 142 | 37,7 | 37,7 | 64,5 |
| \$22-25 | 134 | 35,5 | 35,5 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta13

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Diversificación de prendas | 97 | 25,7 | 25,7 | 25,7 |
| Facilidad de pago | 60 | 15,9 | 15,9 | 41,6 |
| Garantía de la calidad de la prenda | 65 | 17,2 | 17,2 | 58,9 |
| La atención percibida | 43 | 11,4 | 11,4 | 70,3 |
| Promoción y precio | 112 | 29,7 | 29,7 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta14

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido No | 72 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| Sí | 305 | 80,9 | 80,9 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta15

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | 72 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| 12 blusas | 49 | 13,0 | 13,0 | 32,1 |
| 4 blusas | 134 | 35,5 | 35,5 | 67,6 |
| 8 blusas | 118 | 31,3 | 31,3 | 98,9 |
| Más de 12 blusas | 4 | 1,1 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Pregunta16

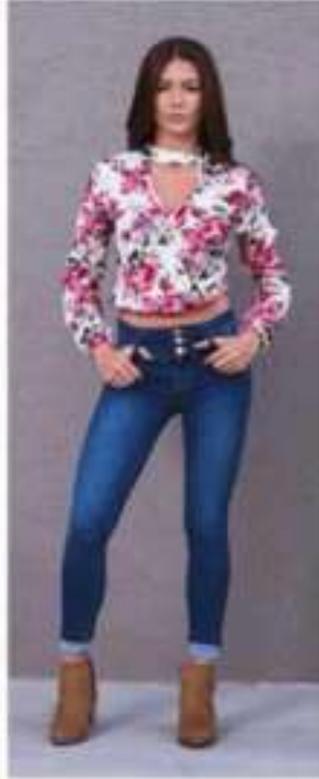
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | 72 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| 3 pantalones | 151 | 40,1 | 40,1 | 59,2 |
| 6 pantalones | 80 | 21,2 | 21,2 | 80,4 |
| 9 pantalones | 66 | 17,5 | 17,5 | 97,9 |
| Más de 9 pantalones | 8 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| Total | 377 | 100,0 | 100,0 | |

Anexo 5: Precios de la competencia

| Competencia | Precio |
|--|---------------|
| RM | Blusas |
|  | \$34,90 |
|  <small>Top \$22,90 - Falda \$22,90 - Zapatos \$41,90</small> | \$22,90 |

| | |
|---|----------------|
|  <p>Blusa \$29,90 - Falda \$19,90 - Botas \$69,90</p> | <p>\$29,90</p> |
|  <p>Blusa \$35,99 - Top \$12,90 - Leggings \$22,90 - Sneakers \$39,95</p> | <p>\$35,99</p> |
|  <p>Blusa \$29,90 - Jeans \$29,95 - Sandalias \$49,90</p> | <p>\$29,90</p> |

| | |
|---|----------------|
|  <p>Top \$29,90 - Short \$14,90 - Sandal \$14,90</p> <p>Top \$29,90 - Short \$29,90 - Sandal \$29,90</p> | <p>\$29,90</p> |
|  <p>Blusa \$29,90 - Pantalón \$37,90 - Sandalia \$45,90</p> | <p>\$29,90</p> |
|  <p>Blusa \$29,90 - Jeans \$37,90 - Sandalia \$46,90</p> | <p>\$29,90</p> |



Blusa 82790 - Jeans 82791 - Bota 80890

\$27,90



Blusa 82791 - Short 82792 - Bota 80890

\$29,90

| | |
|--|----------------|
|  <p>Blusa \$29,90 - Short \$29,90 - Camisa \$29,90 - Short \$29,90 - Camisa \$29,90 - Short \$29,90</p> | <p>\$29,90</p> |
|--|----------------|

| | |
|--|----------------|
|  <p>Blusa \$19,90 - Short \$20,00 - Sneakers \$30,00</p> | <p>\$19,90</p> |
|--|----------------|

| | |
|--|---------------|
|  <p>Top \$19,90 - Jeans \$30,00 - Sandalias \$45,00</p> | <p>%19,90</p> |
|--|---------------|

ETAFASHION.COM

 PAGA AQUÍ
 CD PLANETA

MUJER ▾

HOMBRE ▾

Los productos de tu compra podrán ser despachados de mane

| | Nombre de Producto | Precio por unidad |
|---|--|-------------------|
| x |  Blusa Naby Color Blanco Talla M | 35,95 \$ |
| x |  Blusa Mody Color Negro Talla M | 29,95 \$ |
| x |  Blusa mostaza Color Mostaza Talla M | 29,95 \$ |
| x |  Blusa juvenil Color Crudo Talla XS | 18,17 \$ |
| x |  Blusa Moda Manga Larga para Mujer Color Blanco Talla L | 19,94 \$ |

MC Moda y Catalogo está con Pao Naranjo
14 de marzo de 2020 · 🌐

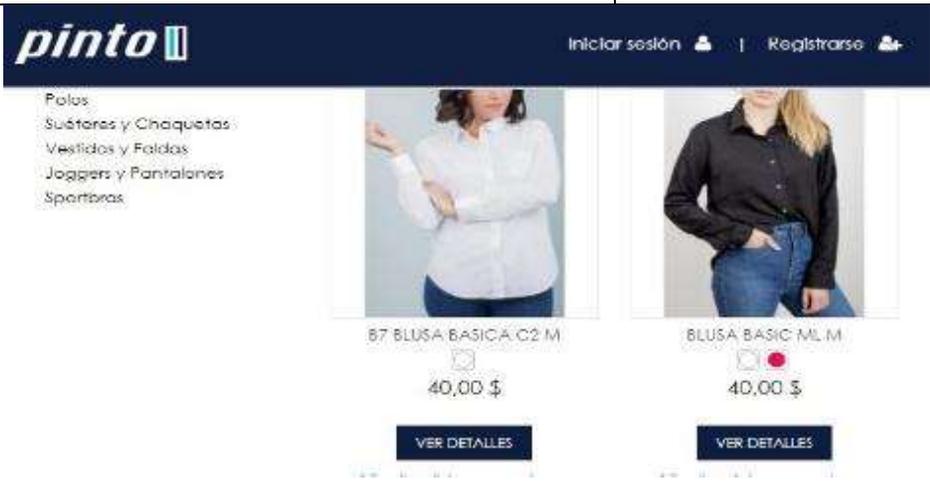
Precios de locura 🤪👀👀👀

**HH/C3
BLUSA
1012703**
Sujetela como
estilizada / Chifón
Color: **NEGRO**
Tallas: S - M - L
\$16.30

**HH/C3
BLUSA
1012696**
Sujetela como
estilizada / Chifón
Color: **ESM.**
Tallas: S - M - L
\$17.46

**HH/C3
BLUSA
1011605**
Sujetela como
estilizada / Chifón
Color: **AZUL**
Tallas: S - M - L
\$20.20

**HH/C3
BLUSA
1012704**
Sujetela como
estilizada / Chifón
Color: **BLANCO**
Tallas: S - M - L
\$19.46

| | |
|---|-------------------|
| <p>Pinto</p> | <p>Blusas</p> |
|  | |
| <p>RM</p> | <p>Pantalones</p> |
|  | <p>\$37,95</p> |
|  | <p>\$22,90</p> |

| | |
|---|------------|
|  | \$37,95 |
| Etafashion | Pantalones |

ETAFASHION.COM
PAGA AQUÍ
CD PLANETA
MUJER ▾
HOMBRE ▾

Pantalón formal con detalle en basta se ha añadido a su cesta

Los productos de tu compra podrán ser despachados de manera

| | | Nombre de Producto | Precio por unidad |
|---|---|---|-------------------|
| × |  | Pantalón Creame Color Beige Talla 16 | 39,95 \$ |
| × |  | Pantalón formal con bolsillos Color Azul Talla 8 | 39,95 \$ |
| × |  | Pantalón formal con detalle en basta Color Crudo Talla 14 | 45,95 \$ |

Promedio blusas

$$\$659,71/24= \$27,48$$

Promedio pantalones

$$\$224,65/6= \$37,44$$

Anexo 6: Constancia de validación

Constancia validación Ingeniero Mario Cabrera

Constancia de validación.

Quien suscribe Dr. Mario Vicente Cabrera Vallejo Con CI. 0602127052 con el título de Doctor en Ingeniería Industrial con el grado de, Doctor ejerciendo actualmente como docente, en la Universidad Nacional de Chimborazo, por medio del presente hago constar que revisado con fines de validación el instrumento (Encuesta), a los efectos de su aplicación en el: **PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, aplicada a una muestra de ciudadanos de 15 a 25 años en la ciudad de Riobamba, extraída de información del último censo del 2010.

luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular la siguiente apreciación.

| Consideración del cuestionario | | | | |
|---------------------------------------|---------------|--------------------|---------------------|-----------------|
| Extremo válido | Válido | Indiferente | Poca validez | Inválido |
| | X | | | |

Riobamba, 07 de enero 2021



CI: 0602127052

**Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada los elementos de la muestra en
la ciudad de Riobamba**

Instrucciones

Coloca en cada casillero una X correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación.

Las categorías evaluar son: extremo válido, valida, indiferentes, poca invalidez, invalida, en el casillero de observaciones pueden sugerir el cambio o anulación de la pregunta.

| N° | Preguntas | Consideración de la afirmación | | | | | Observaciones |
|----|---|--------------------------------|--------|-------------|----------------|----------|---------------|
| | | Extremo Valida | Valida | Indiferente | Poca Invalidez | Invalida | |
| 1 | Como usted selecciona sus prendas de vestir al momento de comprar | | X | | | | |
| 2 | En donde usted adquiere sus prendas hoy en día | | X | | | | |
| 3 | En base al diseño que presenta una blusa que tipo de tela usted preferiría. | | X | | | | |
| 4 | Cuáles son los estilos de blusas que usted prefiere | | X | | | | |
| 5 | Que accesorios le gustaría ver en una blusa | | X | | | | |
| 6 | En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (blusa) | | X | | | | |

| | | | | | | | |
|----|---|--|---|--|--|--|--|
| 7 | Cuanto estaría dispuesta a pagar por una blusa | | X | | | | |
| 8 | En base al diseño que presenta un pantalón formal que tipo de tela usted preferiría | | X | | | | |
| 9 | En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (pantalones formales) | | X | | | | |
| 10 | Que accesorios le gustaría ver en un pantalón formal | | X | | | | |
| 11 | Que toma en cuenta al momento de adquirir un pantalón formal | | X | | | | |
| 12 | Cuanto estaría dispuesta a pagar por un pantalón formal | | X | | | | |
| 13 | Que le motiva a comprar sus prendas en este tipo de lugares | | X | | | | |
| 14 | Estaría dispuesta adquirir blusas y/o pantalones formales fabricadas en el Cantón Guano | | X | | | | |
| 15 | Cuántas blusas estaría dispuesta | | X | | | | |

| | | | | | | | |
|----|--|--|---|--|--|--|--|
| | adquirir anualmente | | | | | | |
| 16 | Cuantos pantalones formales estaría dispuesta adquirir anualmente | | X | | | | |

| | |
|--|--|
| Validado por: Dr. Mario Vicente Cabrera Vallejo | C.I. 0602127052 |
| Perfil profesional Dr. Ingeniería Industrial Mgs Proyectos Ing. Mecánico | |
| Lugar de trabajo: | Universidad Nacional de Chimborazo |
| Cargo que desempeña: | Docente titular de la carrera de Ingeniería Industrial |
| Lugar y fecha de validación: | Riobamba, 07 de enero 2021 |
| Firma: |  |

Constancia validación Ingeniero Wilfrido Salazar

Constancia de validación.

Quien suscribe Dr. Wilfrido Salazar Yépez Con CI.1500225766, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, por medio del presente hago constar qué revisado con fines de validación el instrumento (Encuesta), a los efectos de su aplicación en el: **PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A CONFECCIONAR PRENDAS DE DAMA PARA COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, aplicada a una muestra de ciudadanos de 15 a 25 años en la ciudad de Riobamba, extraída de información del último censo del 2010.

luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular la siguiente apreciación.

| Consideración del cuestionario | | | | |
|---------------------------------------|---------------|--------------------|---------------------|-----------------|
| Extremo válido | Válido | Indiferente | Poca validez | Inválido |
| | X | | | |

Riobamba, 07 de enero 2021



CI: 1500225766

**Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada los elementos de la muestra en
la ciudad de Riobamba**

Instrucciones

Coloca en cada casillero una X correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación.

Las categorías evaluar son: extremo válido, valida, indiferentes, poca invalidez, invalida, en el casillero de observaciones pueden sugerir el cambio o anulación de la pregunta.

| N° | Preguntas | Consideración de la afirmación | | | | | Observaciones |
|----|---|--------------------------------|--------|-------------|----------------|----------|---------------|
| | | Extremo Valida | Valida | Indiferente | Poca Invalidez | Invalida | |
| 1 | Como usted selecciona sus prendas de vestir al momento de comprar | | X | | | | |
| 2 | En donde usted adquiere sus prendas hoy en día | | X | | | | |
| 3 | En base al diseño que presenta una blusa que tipo de tela usted preferiría. | | X | | | | |
| 4 | Cuáles son los estilos de blusas que usted prefiere | | X | | | | |
| 5 | Que accesorios le gustaría ver en una blusa | | X | | | | |
| 6 | En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (blusa) | | X | | | | |

| | | | | | | | |
|----|---|--|---|--|--|--|--|
| 7 | Cuanto estaría dispuesta a pagar por una blusa | | X | | | | |
| 8 | En base al diseño que presenta un pantalón formal que tipo de tela usted preferiría | | X | | | | |
| 9 | En base al diseño de la tela indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda (pantalones formales) | | X | | | | |
| 10 | Que accesorios le gustaría ver en un pantalón formal | | X | | | | |
| 11 | Que toma en cuenta al momento de adquirir un pantalón formal | | X | | | | |
| 12 | Cuanto estaría dispuesta a pagar por un pantalón formal | | X | | | | |
| 13 | Que le motiva a comprar sus prendas en este tipo de lugares | | X | | | | |
| 14 | Estaría dispuesta adquirir blusas y/o pantalones formales fabricadas en el Cantón Guano | | X | | | | |
| 15 | Cuántas blusas estaría dispuesta | | X | | | | |

| | | | | | | | |
|----|--|--|---|--|--|--|--|
| | adquirir anualmente | | | | | | |
| 16 | Cuantos pantalones formales estaría dispuesta adquirir anualmente | | X | | | | |

| | |
|---|--|
| Validado por: Ing. Wilfrido Salazar | C.I. 1500225766 |
| Perfil profesional Mgs Proyectos Ing. Industrial | |
| Lugar de trabajo: | Universidad Nacional de Chimborazo |
| Cargo que desempeña: | Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo. |
| Lugar y fecha de validación: | Riobamba, 07 de enero 2021 |
| Firma: |  |

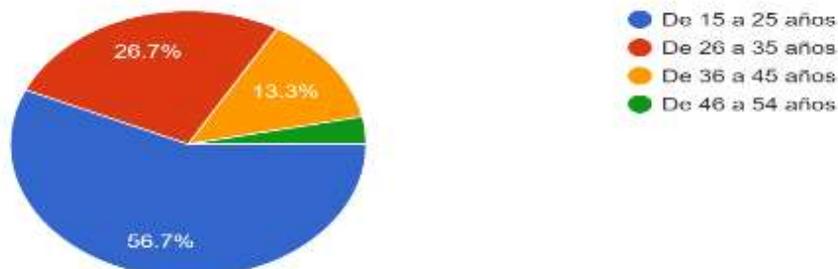
Anexo 7: Encuesta con observaciones

Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ingeniería
Ingeniería Industrial
ENCUESTA

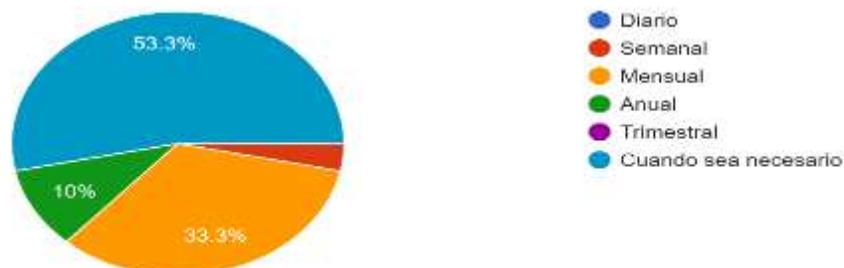
Objetivo: La presente encuesta permite obtener información para el diseño y confección de prendas para dama a ser comercializadas en la ciudad de Riobamba, la información recibida será exclusivamente para el uso propio de la investigación.

1. Edad DEBERIA DIRIGIR A UN SOLO SECTOR.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido De 15 a 25 años | 17 | 56,7 | 56,7 | 56,7 |
| De 26 a 35 años | 8 | 26,7 | 26,7 | 83,3 |
| De 36 a 45 años | 4 | 13,3 | 13,3 | 96,7 |
| De 46 a 54 años | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

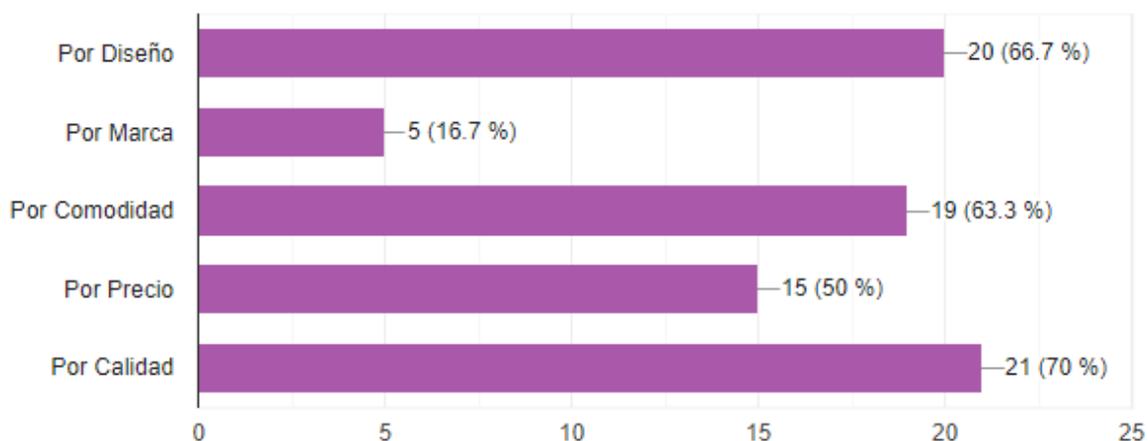
**2. Con que frecuencia adquiere prendas de vestir CUANDO SEA NECESARIO NO SE ENTIENDE ADEMÁS DEBERIA ESPECIFICAR LA PRENDA O PRENDAS**

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Anual | 3 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| Cuando sea necesario | 16 | 53,3 | 53,3 | 63,3 |
| Mensual | 10 | 33,3 | 33,3 | 96,7 |
| Semanal | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



3. Como usted selecciona sus prendas de vestir al momento de comprar (Puede seleccionar más de una opción)

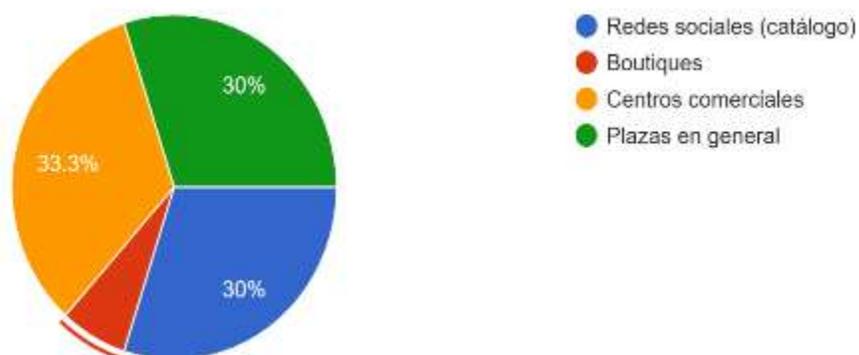
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| Por Comodidad | 3 | 10,0 | 10,0 | 13,3 |
| Por Comodidad, Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 16,7 |
| Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 2 | 6,7 | 6,7 | 23,3 |
| Por Diseño | 3 | 10,0 | 10,0 | 33,3 |
| Por Diseño, Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 36,7 |
| Por Diseño, Por Comodidad, Por Calidad | 5 | 16,7 | 16,7 | 53,3 |
| Por Diseño, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 4 | 13,3 | 13,3 | 66,7 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Comodidad, Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 70,0 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 73,3 |
| Por Diseño, Por Marca, Por Precio | 1 | 3,3 | 3,3 | 76,7 |
| Por Diseño, Por Precio | 2 | 6,7 | 6,7 | 83,3 |
| Por Diseño, Por Precio, Por Calidad | 2 | 6,7 | 6,7 | 90,0 |
| Por Marca, Por Comodidad, Por Precio, Por Calidad | 2 | 6,7 | 6,7 | 96,7 |
| Por Precio, Por Calidad | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



NOTA: El grafico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción tal como se muestra en el cuadro superior.

4. En donde usted adquiere sus prendas hoy en día

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Boutiques | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| Centros comerciales | 10 | 33,3 | 33,3 | 40,0 |
| Plazas en general | 9 | 30,0 | 30,0 | 70,0 |
| Redes sociales (catálogo) | 9 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

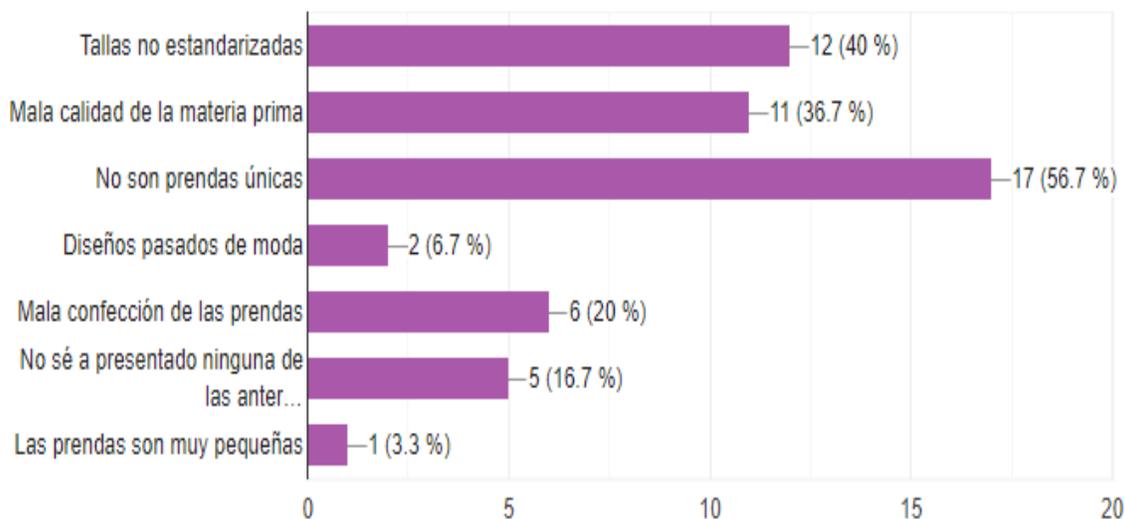


5. Cuál es el problema que se ha presentado cuando ha adquirido ropa de confección nacional

(Puede seleccionar más de una opción)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Las prendas son muy pequeñas | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| Mala calidad de la materia prima | 1 | 3,3 | 3,3 | 6,7 |
| Mala calidad de la materia prima, No son prendas únicas | 3 | 10,0 | 10,0 | 16,7 |
| Mala calidad de la materia prima, No son prendas únicas, Diseños pasados de moda | 1 | 3,3 | 3,3 | 20,0 |
| No sé a presentado ninguna de las anteriores | 5 | 16,7 | 16,7 | 36,7 |
| No son prendas únicas | 6 | 20,0 | 20,0 | 56,7 |
| No son prendas únicas, Mala confección de las prendas | 1 | 3,3 | 3,3 | 60,0 |
| Tallas no estandarizadas | 3 | 10,0 | 10,0 | 70,0 |
| Tallas no estandarizadas, Mala calidad de la materia prima | 1 | 3,3 | 3,3 | 73,3 |
| Tallas no estandarizadas, Mala calidad de la materia prima, Diseños pasados de moda, Mala confección | 1 | 3,3 | 3,3 | 76,7 |
| Tallas no estandarizadas, Mala calidad de la materia prima, Mala confección de las prendas | 1 | 3,3 | 3,3 | 80,0 |
| Tallas no estandarizadas, Mala calidad de la materia prima, No son prendas únicas | 1 | 3,3 | 3,3 | 83,3 |
| Tallas no estandarizadas, Mala calidad de la materia prima, No son prendas únicas, Mala confección | 2 | 6,7 | 6,7 | 90,0 |
| Tallas no estandarizadas, No son prendas únicas | 2 | 6,7 | 6,7 | 96,7 |

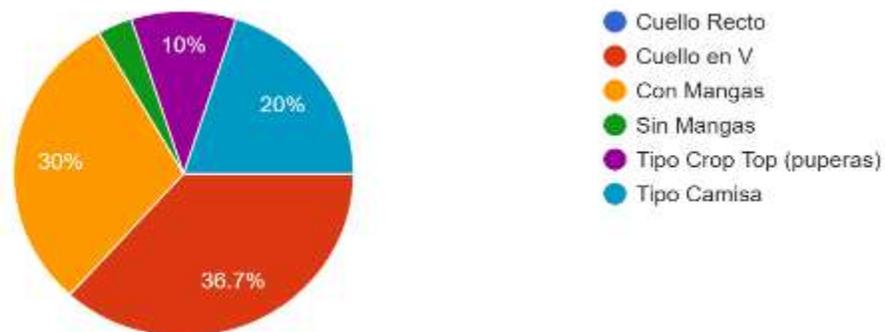
| | | | | |
|---|----|-------|-------|-------|
| Tallas no estandarizadas, No son prendas únicas, Mala confección de las prendas | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



NOTA: El grafico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción tal como se muestra en el cuadro superior.

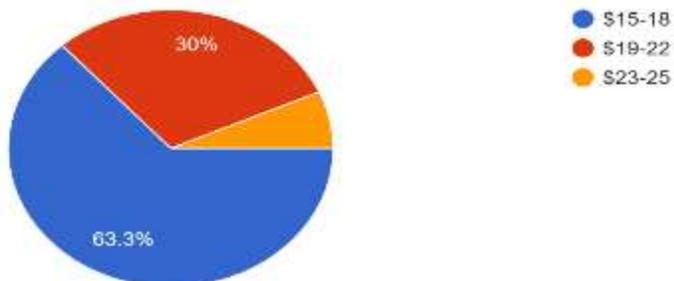
6. Cuáles son los estilos de blusas que usted prefiere

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Con Mangas | 9 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| Cuello en V | 11 | 36,7 | 36,7 | 66,7 |
| Sin Mangas | 1 | 3,3 | 3,3 | 70,0 |
| Tipo Camisa | 6 | 20,0 | 20,0 | 90,0 |
| Tipo Crop Top (puperas) | 3 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



7. Cuanto estaría dispuesta a pagar por una blusa

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido \$15-18 | 19 | 63,3 | 63,3 | 63,3 |
| \$19-22 | 9 | 30,0 | 30,0 | 93,3 |
| \$23-25 | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



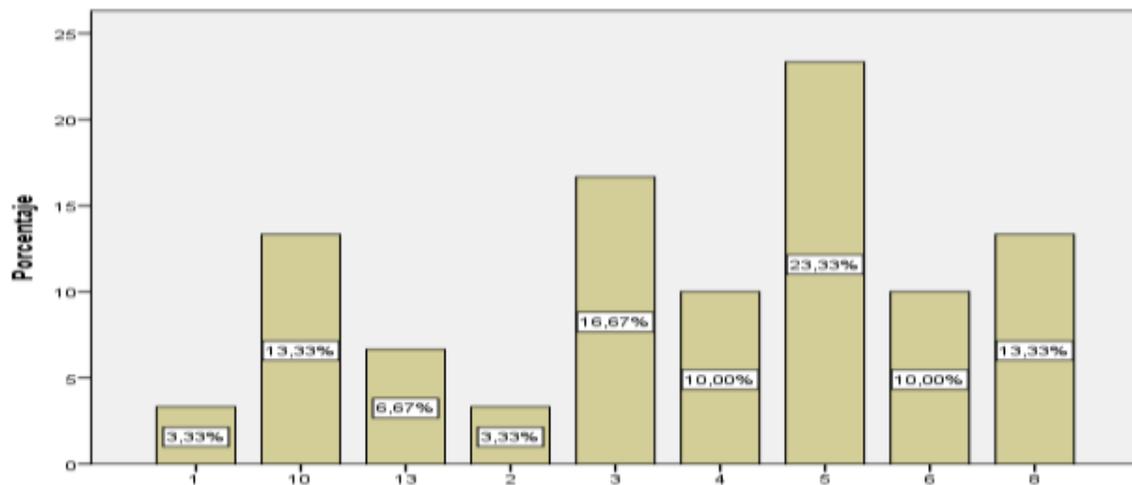
8. En base al diseño indique que criterios tomaría en cuenta al momento de elegir su prenda

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Bicolor | 5 | 16,7 | 16,7 | 16,7 |
| Estampado | 6 | 20,0 | 20,0 | 36,7 |
| Llano | 18 | 60,0 | 60,0 | 96,7 |
| Me gusta detalles sencillos | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



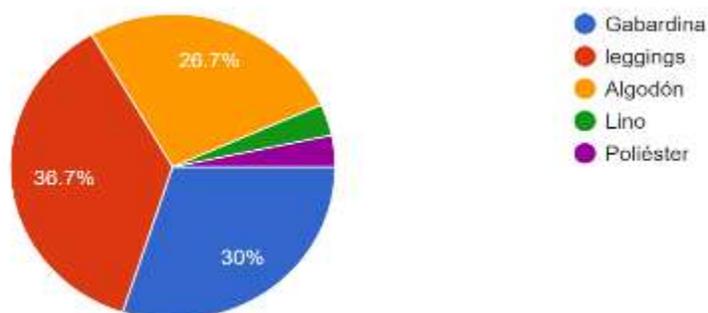
9. Cuantas blusas usted estaría dispuesta a adquirir anualmente **NO TIENE SENTIDO**

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido 1 | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| 10 | 4 | 13,3 | 13,3 | 16,7 |
| 13 | 2 | 6,7 | 6,7 | 23,3 |
| 2 | 1 | 3,3 | 3,3 | 26,7 |
| 3 | 5 | 16,7 | 16,7 | 43,3 |
| 4 | 3 | 10,0 | 10,0 | 53,3 |
| 5 | 7 | 23,3 | 23,3 | 76,7 |
| 6 | 3 | 10,0 | 10,0 | 86,7 |
| 8 | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



10. En base al diseño que presenta un pantalón formal que tipo de tela usted preferiría

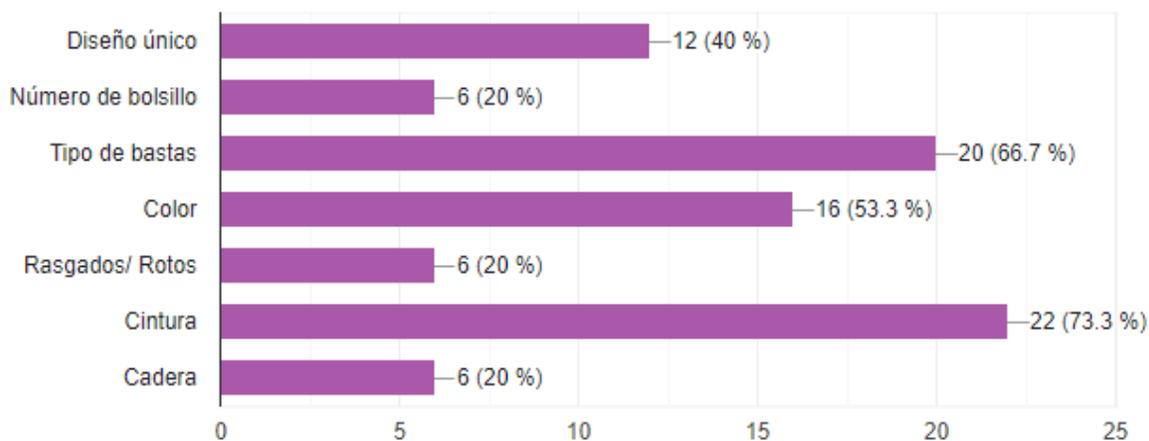
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Algodón | 8 | 26,7 | 26,7 | 26,7 |
| Gabardina | 9 | 30,0 | 30,0 | 56,7 |
| leggings | 11 | 36,7 | 36,7 | 93,3 |
| Lino | 1 | 3,3 | 3,3 | 96,7 |
| Poliéster | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



11. Que toma en cuenta al momento de adquirir un pantalón (Puede seleccionar más de una opción)

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Cintura, Cadera | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| Color, Cintura | 2 | 6,7 | 6,7 | 10,0 |
| Color, Cintura, Cadera | 1 | 3,3 | 3,3 | 13,3 |
| Color, Rasgados/ Rotos, Cintura, Cadera | 1 | 3,3 | 3,3 | 16,7 |
| Diseño único | 1 | 3,3 | 3,3 | 20,0 |
| Diseño único, Número de bolsillo, Cintura | 1 | 3,3 | 3,3 | 23,3 |
| Diseño único, Número de bolsillo, Tipo de bastas | 1 | 3,3 | 3,3 | 26,7 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Cintura | 3 | 10,0 | 10,0 | 36,7 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Color, Cintura | 2 | 6,7 | 6,7 | 43,3 |

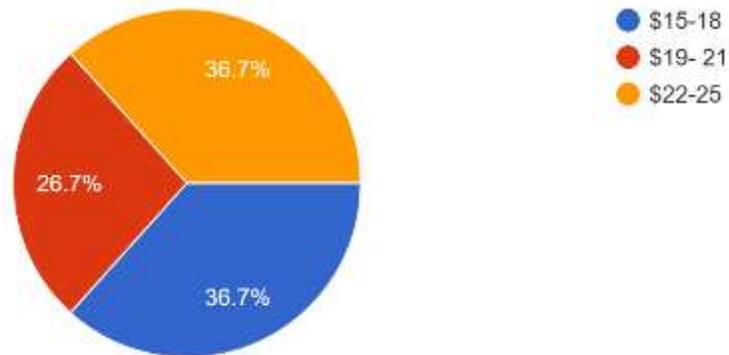
| | | | | |
|--|----|-------|-------|-------|
| Diseño único, Tipo de bastas, Color, Rasgados/ Rotos, Cintura | 3 | 10,0 | 10,0 | 53,3 |
| Diseño único, Tipo de bastas, Rasgados/ Rotos, Cintura | 1 | 3,3 | 3,3 | 56,7 |
| Número de bolsillo | 2 | 6,7 | 6,7 | 63,3 |
| Número de bolsillo, Cintura | 1 | 3,3 | 3,3 | 66,7 |
| Número de bolsillo, Tipo de bastas, Color, Rasgados/ Rotos, Cadera | 1 | 3,3 | 3,3 | 70,0 |
| Tipo de bastas | 1 | 3,3 | 3,3 | 73,3 |
| Tipo de bastas, Cintura | 2 | 6,7 | 6,7 | 80,0 |
| Tipo de bastas, Color, Cadera | 2 | 6,7 | 6,7 | 86,7 |
| Tipo de bastas, Color, Cintura | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



NOTA: El grafico de barras indica el porcentaje obtenido de forma individual de las opciones de la encuesta, cabe recalcar que en la pregunta se puede tomar más de una opción tal como se muestra en el cuadro superior.

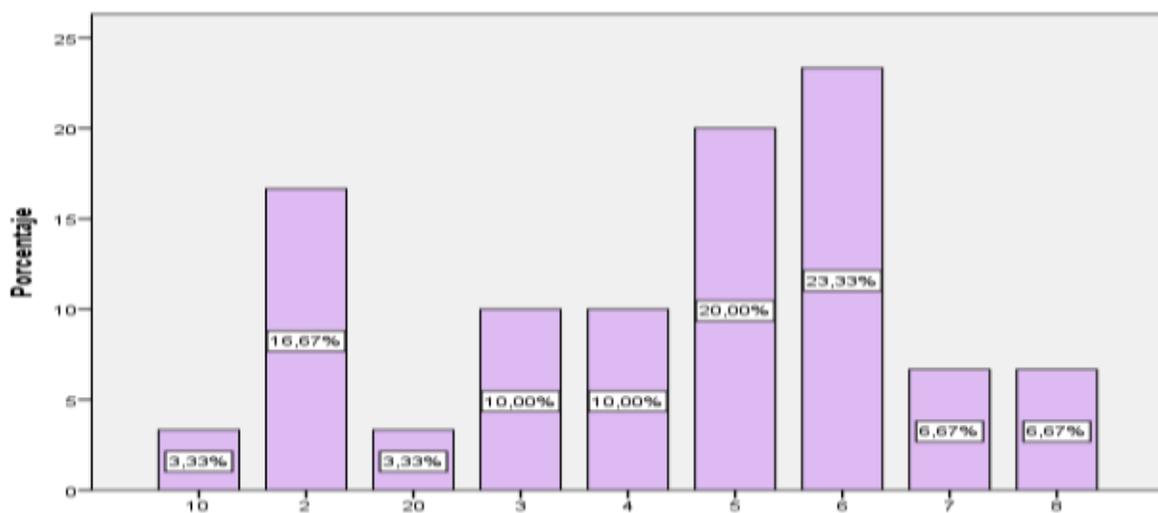
12. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un pantalón formal

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido \$15-18 | 11 | 36,7 | 36,7 | 36,7 |
| \$19- 21 | 8 | 26,7 | 26,7 | 63,3 |
| \$22-25 | 11 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



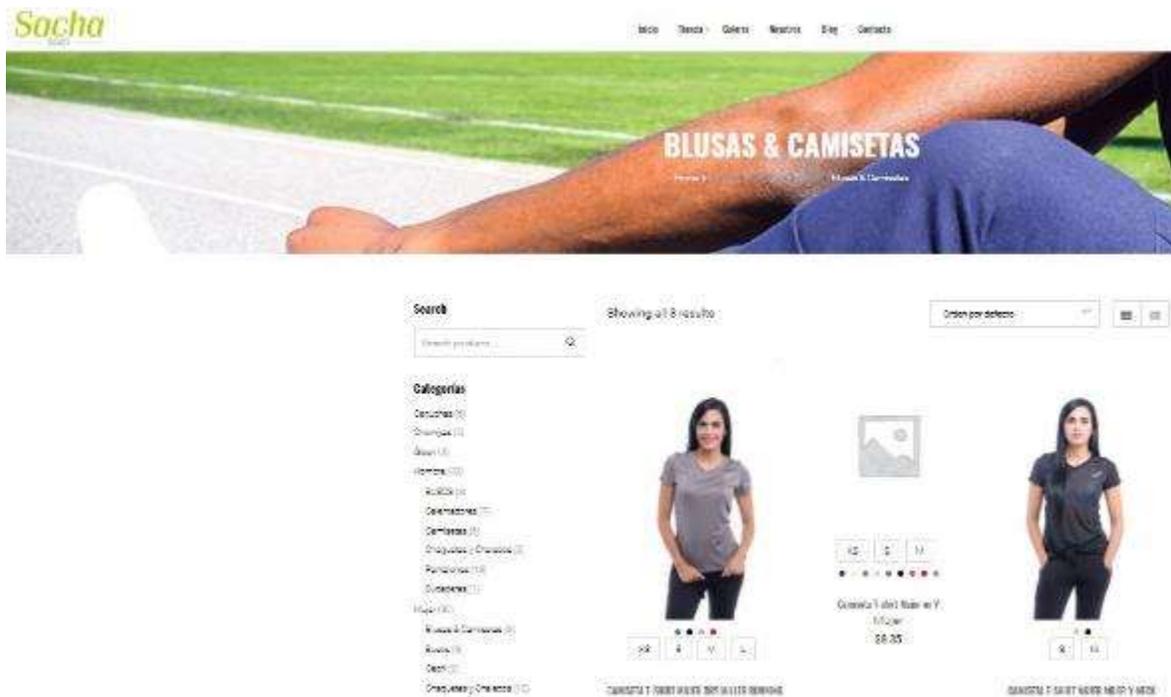
13. Cuantos pantalones estaría dispuesta a adquirir anualmente **NO TIENE SENTIDO, PUES ARRIBA YA LE DISE EL TIEMPO**

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido 10 | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| 2 | 5 | 16,7 | 16,7 | 20,0 |
| 20 | 1 | 3,3 | 3,3 | 23,3 |
| 3 | 3 | 10,0 | 10,0 | 33,3 |
| 4 | 3 | 10,0 | 10,0 | 43,3 |
| 5 | 6 | 20,0 | 20,0 | 63,3 |
| 6 | 7 | 23,3 | 23,3 | 86,7 |
| 7 | 2 | 6,7 | 6,7 | 93,3 |
| 8 | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |



Anexo 8: Competencia Indirecta

Sacha textil



Rio textil

Rio Textil Ropa Infantil Ocasional Textil Calidad De Exportación **Rio Textil** es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa de dormir, contamos con una constante innovación en diseños, maquinaria con tecnología moderna, la mejor materia prima del mercado y personal comprometido con la empresa para brindarles la mejor calidad en productos.

Funcionando como de costumbre

HOMBRE

Modelos DISEÑADOS PARA TI

#EmpresaTextil
Todo lo que puedas encontrar en modelos exclusivos para Caballeros. #

Modelos de prendas DISEÑADOS PARA TI *Mujer*

#EmpresaTextil
Una gran variedad de diseños hechos para damitas.

Tiendas De Ropa cercanos

- Zapatitogo
Leon Hidalgo & Avenida 20 de
- Karlina Shoes
Av. Agustín Dávalos 56-69
- CARIO Sport
- M&L Fashion Elsv

GS Textil-Pawana



Creaciones Maritex

Razón Social: **Vega Logro Maria Hortencia**

Nombre Comercial / Nombre de Fantasía: **Creaciones Maritex**

Registro Único de Contribuyentes (RUC): **0501739023001**

Estado del Contribuyente: **Activo**

Clase de Contribuyente: **Otros**

Fecha de inicio de actividades: **16/12/2016**

Fecha de Actualización:

Fecha de Suspensión Definitiva:

Fecha de Reinicio de Actividades:

Obligado a llevar contabilidad: **El contribuyente no está obligado**

Tipo de Contribuyente: **Persona Natural**

Sector: **Privado**

Cédula de identidad: **0501739023**

Estado actual: **Abierto**

Provincia: **Chimborazo**

Cantón: **Riobamba**

Parroquia: **Veloz**

Dirección principal:

Teléfono convencional:

Teléfono celular:

Correo electrónico (email):

Código CIU: **C141002**

La sigla CIU, significa: Clasificación Internacional Industrial Uniforme (en inglés, International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, abreviada como ISIC). El CIU es la clasificación de todas las actividades económicas cuya finalidad es la de establecer su codificación homologada y comparable a nivel mundial. Cada país tiene una clasificación industrial propia para responder adecuadamente a sus requerimientos individuales y al grado de desarrollo de su economía.

Actividad Económica Principal

Fabricación de prendas de vestir de telas tejidas, de punto y ganchillo, de telas no tejidas, entre otras, para hombres, mujeres, niños y bebés: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, calentadores, trajes de baño, ropa de esquí, uniformes, camisas, camisetas, etcétera.

Anexo 9: Evidencia de las encuestas realizadas a los locales comerciales

Anexo 9: Evidencia de las encuestas realizadas a los locales comerciales


 Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
 ENCUESTA

Datos generales

Nombre del local: Aeroposte 2

Dirección del local: _____

1. Vende ropa de dama
 Si No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes
50^{±2.1} Normalmente 15

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes
40 - 60


 Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
 ENCUESTA

Datos generales

Nombre del local: Flora

Dirección del local: _____

1. Vende ropa de dama
 Si No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes
30

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes
12


 Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
 ENCUESTA

Datos generales

Nombre del local: R.O.S.J.

Dirección del local:

1. Vende ropa de dama

Si No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes

30-40

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes

Sin pantalones Jeans


 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
 ENCUESTA

Datos generales

Nombre del local: JOSEPHINE

Dirección del local:

1. Vende ropa de dama

Si No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes

40

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes

20


 Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
ENCUESTA


Datos generales

Nombre del local: DI BONO

Dirección del local:

1. Vende ropa de dama

SI No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes

40

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes

No vende

Anexo 9: Evidencia de las encuestas realizadas a los locales comerciales

 Universidad Nacional de Chimborazo
 Facultad de Ingeniería
 Ingeniería Industrial
ENCUESTA


Datos generales

Nombre del local: Picudo

Dirección del local:

1. Vende ropa de dama

SI No

2. Cuantas blusas vende aproximadamente al mes

40

3. Cuantos pantalones formales vende aproximadamente al mes

30



Tabla 149. Principales establecimientos económicos registrados en el GADMR

| TIPO DE ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS | Nº DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| OTROS | 106 |
| PROPIETARIO DE UNIDAD DE TRANSPORTE | 105 |
| POLLOS PELADOS | 107 |
| LAVADORA Y LUBRICADORA DE AUTOS | 112 |
| ALMACEN DE ELECTRODOMESTICOS | 114 |
| FANTASIAS,CASSETS | 115 |

| | |
|--|-----|
| PANIFICADORA | 238 |
| FERRETERIA | 253 |
| SALON DE COMIDAS | 257 |
| VENTA DE FRUTAS | 259 |
| CALZADO | 265 |
| TALLER DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ, LUBRICACION | 269 |
| LOCUTORIO | 296 |
| VENTA DE COMIDA | 393 |
| ALMACEN DE ROPA Y AFINES | 441 |
| PELUQUERIA | 526 |
| SERVICIO DE INTERNET | 575 |

Anexo 10: Proformas de proveedores

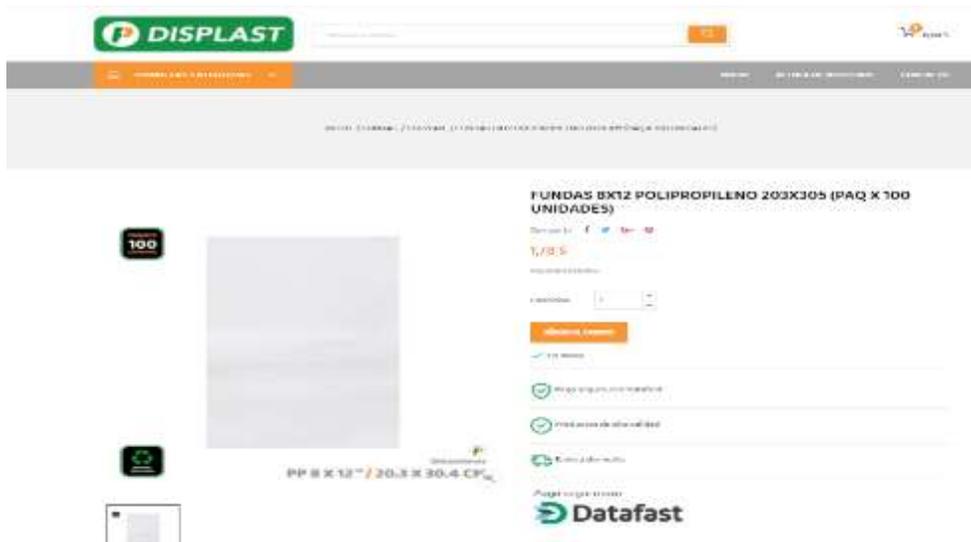
Fundas plásticas personalizadas (V&V STDUIORJOLI)

| LISTA DE PRECIOS DE FUNDAS PLASTICAS | |
|---|----------|
| • TIPO CARTERA # 1 un lado impreso 20X29CM | 130 USD. |
| • CARTERA #3 30X38 CM. | 170 USD. |
| • RADIO #3 TIPO RADIOGRAFIA 30X39 CM. | 170 USD. |
| • RADIO #2 25X32 CM. TRQ. | 145 USD. |
| • RADIO #1 20X28 CM TRQ #1 | 135 USD. |
| • TRQ #3 30X38 CM | 165 USD. |
| COLORES NARANJA, AMARILLO, TURQUEZA, MORADO, BLANCO, NEGRO | |
| • TIPO MAX 43X47 CM | 265 USD. |
| • CARTERA #5 39X51 CM | 265 USD. |
| LOS COLORES DISPONIBLES BLANCO, NEGRO, ROJO, CELESTE, PLATA, NARANJA, FUCIA | |

Etiquetas colgantes (REACTIVOS PUBLICIDAD)

The advertisement displays two sample hanging labels for 'MIA-kids'. The left label features a pink and yellow design with a price tag of \$13 for 300 labels. The right label is white with a yellow and pink design, featuring a 'DISEÑO GRATIS' (Free Design) badge. Below the labels, there is a price tag for 1000 labels at \$25. The bottom of the advertisement includes social media icons for WhatsApp, Instagram, and Facebook, and a yellow banner with the text 'ETIQUETAS COLGANTES DE EXLENTE CALIDAD PARA REALZAR TU MARCA'.

Fundas pasticas transparentes (DISPLAST)



Proforma Distribuidor de importaciones (VIZU)

VIZU
DISTRIBUCIÓN DE IMPORTACIONES

VILLACRÉS ZAPATA MIGUEL BOROSHILOV
Dirección: Barrio Centro * Calle Mariano Egótz 6-26
y Av. Cevallos * Telf.: 03-2429728 * Ambato - Ecuador

NOTAS AL POR MAYOR
0024333

| CIUDAD | DIA | MES | AÑO |
|---------|-----|-----|------|
| AMBAATO | 26 | 02 | 2021 |

Cliete: Ríos Yesenia

Dirección: PROFORMA

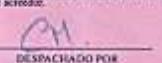
C.I./RUC: 1600640377 Telf: 0992979624 - Vendedor:

| Cant. | DETALLE | V. Unit. | V. Total |
|--------|-----------------|----------|----------------|
| 456 mt | Ornati Petate | 4,50 | 2052,00 |
| 408 mt | Grandini Tomate | 5,80 | 2366,40 |
| 456 mt | Rhino Lucerna | 2,30 | 1048,80 |
| 456 mt | Rhino Blanca | 3,50 | 1596,00 |
| 16 | Hilos | 2,15 | 38,40 |
| | | | 7101,99 |

Son: _____

Dólares americanos

NOTA: Recibo y pagaré a Villacrés Zapata Miguel Boroshilov el valor del presente Documento incondicionalmente en el lugar que se reconozca. Remente fuera y domicilio. En caso de no pagar el referido ítem el legal vigente, siendo suficiente prueba para sustituir el monto de tales pagos, la sola aseratación de acreedor.

 DESPACHADO POR
 RECIBI CONFORME
 C.I.

Proformas Neymatex

| CANT. | DESCRIPCION | UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------|-------------|----------|-------------|
| | Jersey | \$ 10,5 | |
| | | | 3,2 m |
| | Gabardina | | |
| | | | 3,55 metro |

Tabla de consumo de hilo incluyendo el 5% de merma.

| Artículo | Consumo (m) | Artículo | Consumo (m) |
|----------------------------|-------------|--------------|-------------|
| Anoraks | 210 | Fajas | 35 |
| Mandiles | 20 | Pantimedia | 30 |
| Blusas | 100 | Impermeables | 285 |
| Mono (puntada de cadeneta) | 420 | Camisas | - |
| Damas (par) | 30 | Caballeros | 120 |
| Caballeros (par) | 35 | Niños | 75 |
| Brassiere | 45 | Faldas | 100 |
| Trusas | - | Shorts | - |
| Niños | 35 | Niños | 35 |
| Damas / Caballeros | 70 | Deportes | 70 |
| Gorras | - | Pantalones | - |
| Niños | 75 | Damas | 160 |
| Caballeros | 90 | Niños | 130 |

Evidencia



Anexo 11: Proveedores de máquinas de coser

Proforma Maquitem



Nuevos Productos



MARCAS

Todas tus marcas favoritas al mejor precio

ZOYER®

Silver STAR GROZ-BECKERT sublimtex brother JINKE

SILVERSTAR GROZ-BECKERT SUBLIMTEX BROTHER JINKE

MAQUINAS DE COSER

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> |
| <p>Combo Overlock recubridora \$1,155.00</p> | <p>OVERLOCK INDUSTRIAL ZOYER ZY-766 \$550.00</p> | <p>RECTA ZIG ZAG INDUSTRIAL 20U53 \$480.00</p> | <p>MÁQUINA DE COSER Y ACOCHAR COMPUTARIZADA BROTHER XR3240 \$430.00</p> |
| <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> | <p>¡Oferta!</p> |

Proforma Zuritex

San Cristobal Valley  VIAL GROUP
El mundo más cerca

| | |
|----------------|------------|
| Ojaladora - | 1890 |
| Botones - | 920. |
| | 850. |
| Recibidos - | 650 |
| Overlock - 4H. | 820. |
| Overlock - 6H. | 490. |
| Recta - | <hr/> |
| | \$ 5620,00 |

www.vialgroup.com.ec
PBX: (593-2) 3930900

Proforma Almacenes Brother

| | |
|--------------|---|
| Botonera | 3300 Suki - 2100 = 1250 = Jontex shunggang. |
| Ojaladora | 1 USD = JONTEX |
| Recibidos | \$1580 KS - Suki JONTEX 950 - 880 |
| Overlock wh. | \$1300 Suki #675 Jontex |
| Overlock 6h. | |
| Recta. | #625 Suki #550 JONTEX #600 SUN STAR. |

Proforma Electromaquitex

| GRÁFICAS RIOBAMBA | |
|---|----------|
| Ojalatona Spck 806 | 2.200,00 |
| Postonera " | 1.250,00 |
| Reimbolsana Spck | 870,00 |
| DVENTOR 4 H. WS 30R | 570,00 |
| DVENTOR 6 H. WS " | 700,00 |
| PLACA " | 470,00 |
| RIOBAMBA | |
| IMPRESA OFFSET & DIGITAL | |
| Viver 45 08 entre Av. La Prensa y Baltazar Paredes Telfax: (031) 2 39 63 63 Cel: 0997665258 E-mail: graficariobamba@yahoo.com | |

Evidencia



Anexo 12: Precio muebles y enseres

También puede interesarte: videos por el precio - empresas con descuentos - tarjetas publicitarias - tarjetas de descuento - tarjetas de descuento.

Volver al listado: Industrias y Ofridas > Textil y Calzado > Confección de Ropa > Otros

Comprar ahora

Al navegar en esta sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Eliminar](#)

Escibe aquí para buscar

Reglas De Patronaje Corte Y Confección

U\$S 750

Pago a acordar con el vendedor

Envío a acordar con el vendedor

¡Última disponible!

Comprar ahora

Reglas De Patronaje Corte Y Confección

U\$S 22⁶⁰

Envío a acordar con el vendedor

Envío a acordar con el vendedor

Cantidad: 1 unidad

Comprar ahora

Al navegar en esta sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Eliminar](#)

Escibe aquí para buscar

Silla Giratoria Ejecutiva Gerencia, Elegante, Comodo, Oficina

U\$S 94⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor

Envío a acordar con el vendedor

Cantidad: 1 unidad

Comprar ahora

Información sobre el vendedor:

Al navegar en esta sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Eliminar](#)

Escibe aquí para buscar

Artículo Mercado Libre.com.co/MEC-428524931-silla-de-espera-oficina-secretaria-muha-thin.../MPosicion=388795e4tem&tracking_id=2x90673_c85_4376_Bod_c945...



Nuevo - 1 disponible

Silla De Espera Oficina, Secretaria Muha-thin

U\$S 26

- Pago a acordar con el vendedor
Zona de envío: Bogotá, Abasco, Tejeda de Santa
- Entrega a acordar con el vendedor
Zona de entrega: Bogotá

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (no disponible)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Al navegar en este sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#) [Cerrar](#)

Escribe aquí para buscar

10:04 a.m. 11/03/2021

Artículo Mercado Libre.com.co/MEC-425923821-escritorio-mueble-moderno-en-l-estacion-de-trabajo-modular.../MPosicion=150e9e11tem&tracking_id=671d23d-825...



Nuevo - 1 disponible

Escritorio Mueble Moderno En L Estación De Trabajo Modular

U\$S 160

- Pago a acordar con el vendedor
Zona de envío: Bogotá, Abasco, Tejeda de Santa
- Entrega a acordar con el vendedor
Zona de entrega: Bogotá

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (no disponible)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Al navegar en este sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#) [Cerrar](#)

Escribe aquí para buscar

10:04 a.m. 11/03/2021

Artículo Mercado Libre.com.co/MEC-425611754-archivador-metalico-4-cajonas-mueble-oficina-carpetas-usado.../MPosicion=1079e11tem&tracking_id=155743ab0e...



Usado - 1 disponible

Archivador Metalico 4 Cajonas Mueble Oficina Carpetas Usado

U\$S 89

- Pago a acordar con el vendedor
Zona de envío: Bogotá, Abasco, Tejeda de Santa
- Entrega a acordar con el vendedor
Zona de entrega: Bogotá

Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (no disponible)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Al navegar en este sitio aceptas los cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#) [Cerrar](#)

Escribe aquí para buscar

10:04 a.m. 11/03/2021



Computador Cpu Pc Escritorio Intel i5 1tb Dvd i3 i7

U\$S 439⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Accede o crea tu cuenta Mercado Libre
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Clase: Mercado (Gratis)
Ver todos los envíos

Cantidad: 1 unidad • 100% disponibles

[Comprar ahora](#)

Información adicional en Mercado

Información sobre el vendedor



Impresora Epson Xp2100+ Wifi Mejor Que L3110 - L3150

U\$S 184⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Accede o crea tu cuenta Mercado Libre
Más información

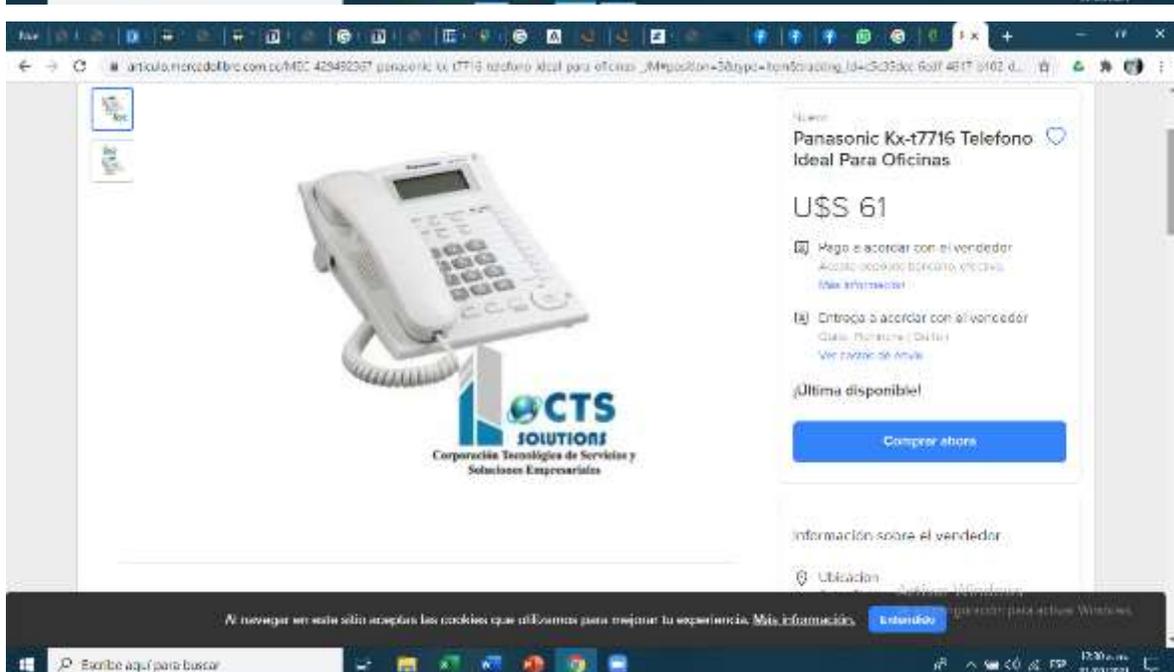
Entrega a acordar con el vendedor
Clase: Mercado (Gratis)
Ver todos los envíos

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad • 100% disponibles

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor



Panasonic Kx-t7716 Telefono Ideal Para Oficinas

U\$S 61

Pago a acordar con el vendedor
Accede o crea tu cuenta Mercado Libre
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Clase: Mercado (Gratis)
Ver todos los envíos

(Última disponible)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación

Basurero Tacho Plástico Pedal 24 Litros

U\$S 14⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
 Compra de acuerdo con el estado de cuenta de crédito.

Envío a acordar con el vendedor
 Envío a acordar con el vendedor.

Cantidad: 1 unidad = 10 unidades

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor:

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#)

SECRETARIA

Escritorios Secretarios, Estudiantes, Gerentes Y A Medida

U\$S 125

Pago a acordar con el vendedor
 Compra de acuerdo con el estado de cuenta de crédito.

Envío a acordar con el vendedor
 Envío a acordar con el vendedor.

Cantidad: 1 unidad = 10 unidades

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor:

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#)

Silla Oficina Zack Ejecutiva Secretaria Giratoria Ergonomica

U\$S 89⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
 Compra de acuerdo con el estado de cuenta de crédito.

Envío a acordar con el vendedor
 Envío a acordar con el vendedor.

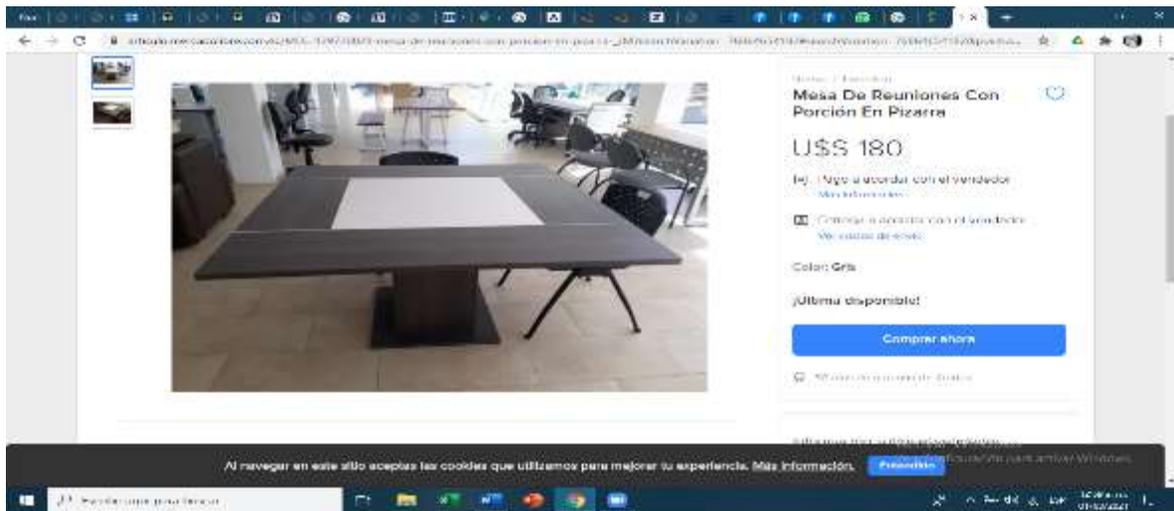
Cantidad: 1 unidad = 10 unidades

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor:

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información](#) [Preferencias](#)

SALA DE REUNION



Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Preferencias](#)

Busca aquí para buscar

Inicio > Escritorio
Mesa De Reuniones Con Porción En Pizarra

U\$S 180

Pago a acordar con el vendedor
 Más información

Entrega a acordar con el vendedor
 Ver costos de envío

Color: Gris

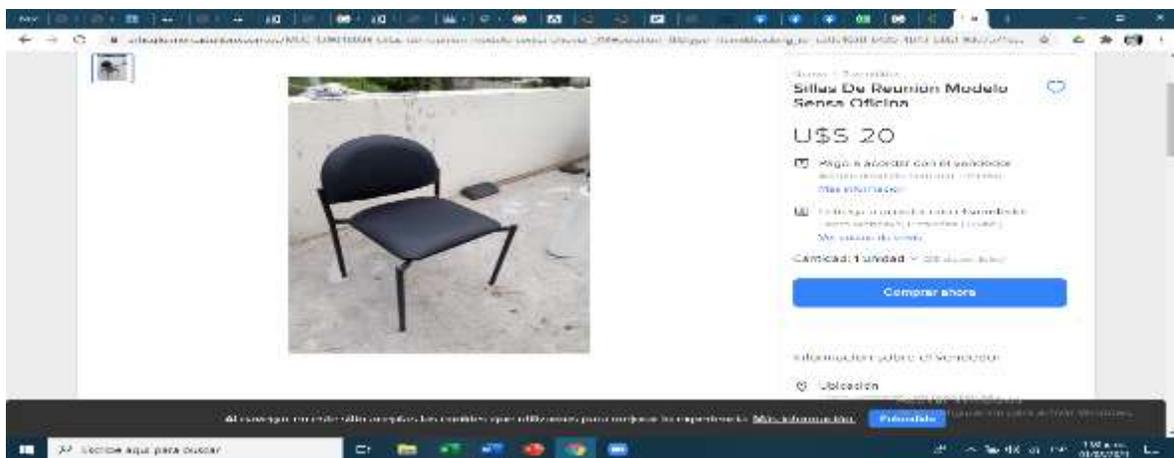
¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación

12/16/2021 09:52:22



Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Preferencias](#)

Busca aquí para buscar

Inicio > Escritorio
Sillas De Reunion Modelo Seneo Oficina

U\$S 20

Pago a acordar con el vendedor
 Más información

Entrega a acordar con el vendedor
 Ver costos de envío

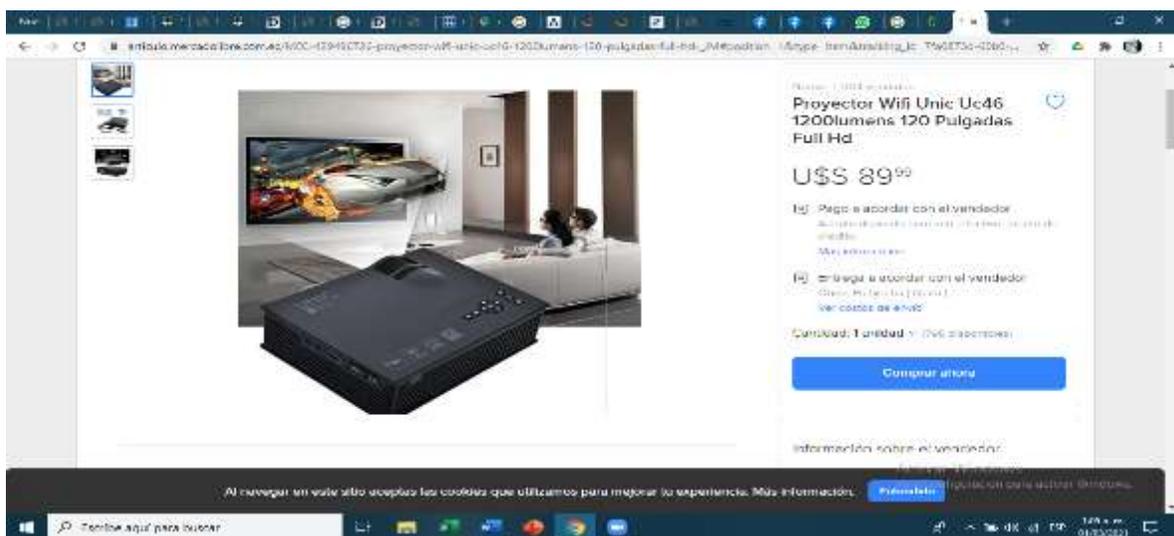
Cantidad: 1 unidad

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación

12/16/2021 09:52:21



Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. Más información. [Preferencias](#)

Busca aquí para buscar

Inicio > Escritorio
Proyector Wifi Unic Uc46 1200lumens 120 Pulgadas Full Hd

U\$S 89⁰⁰

Pago a acordar con el vendedor
 Más información

Entrega a acordar con el vendedor
 Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

12/16/2021 09:52:22

The image shows two screenshots of a web browser displaying product listings. The top screenshot shows a listing for a 'Chery Vanpass 2012' car, priced at U\$S 7.200. The listing includes a photo of the car, a 'Preguntar' button, and a 'Comprar ahora' button. The bottom screenshot shows a listing for a 'Plancha De Ropa Hamilton Beach Suela De Acero Golpe De Vapor' iron, priced at U\$S 35. This listing also includes a photo of the iron, a 'Preguntar' button, and a 'Comprar ahora' button. Both screenshots show a browser window with a search bar and various navigation icons.

Precio del terreno



Anexo 13: Tarifas que manejan los activos fijos

¿Qué es una Marca?

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

¿Qué es una búsqueda fonética?

Las búsquedas fonéticas nos sirven para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que pretendemos registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad.

¿Puedo hacer la búsqueda fonética en línea?

Si, puede hacerlo vía correo electrónico a foneticoquito@senadi.gob.ec

¿Cuánto cuesta realizar una búsqueda fonética?

El costo es de \$16.00

<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

CAPÍTULO II DE LAS TASAS Y TARIFAS

Artículo 4.- De las tasas y tarifas vigentes.- Se establecen las siguientes tasas y tarifas por los actos y servicios prestados por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales:

| PROPIEDAD INDUSTRIAL | | | | |
|----------------------|--------|---|--------|----------------------|
| SIGNOS DISTINTIVOS | | | | |
| SOLICITUDES | | | | |
| | CODIGO | CONCEPTO DE TASA | VALOR | DESCUENTO QUE APLICA |
| 1 | SI.1 | Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas | 208,00 | 50% |
| 2 | SI.2 | Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial | 208,00 | 50% |
| 3 | SI.3 | Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Lema Comercial | 208,00 | 50% |

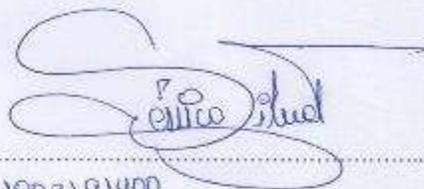
Asesoría legal

Baños, 19 de mar. de 2021

A petición verbal de la Srta. Yesenia Rios, pongo en su conocimiento el valor a cancelar en cuanto a honorarios profesionales por concepto de Asesoría Legal Empresarial y Societaria.

A continuación, el detalle de los servicios a proporcionar:

1. Reunión con el cliente para asesorarle sobre los tipos de compañías que existen en la legislación ecuatoriana, y definir que tipo de compañía conformaremos.
2. Elaboración de los estatutos de la compañía
3. Discusión con el cliente acerca de la corrección y modificación de existir en los estatutos y posterior aprobación.
4. Elaboración de la respectiva minuta, como requisito previo al respectivo trámite notarial.
5. Obtención del Registro Único de Contribuyente
6. Obtención de permisos de funcionamiento (Permiso del Cuerpo de Bomberos, Patente Municipal).
7. Realizar el respectivo proceso en el Servicio Nacional de Propiedad intelectual a fin de preservar los derechos intelectuales de la compañía.



C.I. 1803191400

Dra. JESSICA SILVA T.
C. MAT No. 18-2005-44
/ / ABOGADA

Costo Servicios Profesionales
H 700,00

Anexo 14: Dimensiones de los componentes

dimensiones mesa de recubridora ✕ 🔊 🔍

[🔍 Todos](#) [🖼️ Imágenes](#) [📺 Videos](#) [📰 Noticias](#) [⋮ Más](#) [Preferencias](#) [Herramientas](#)

Cerca de 41,100 resultados (0.73 segundos)

Información adicional

| | |
|--------------------|------------------|
| Peso | 112 kg |
| Dimensiones | 120 × 56 × 83 cm |

dimensiones mesa de ojaladora ✕ 🔊 🔍

[🔍 Todos](#) [🖼️ Imágenes](#) [📺 Videos](#) [📰 Noticias](#) [⋮ Más](#) [Preferencias](#) [Herramientas](#)

Cerca de 15,400 resultados (0.56 segundos)

Información adicional

| | |
|--------------------|------------------|
| Peso | 120 kg |
| Dimensiones | 120 × 56 × 83 cm |

dimensiones de maquina recta ✕ 🔊 🔍

[🔍 Todos](#) [🖼️ Imágenes](#) [📺 Videos](#) [📰 Noticias](#) [📍 Maps](#) [⋮ Más](#) [Preferencias](#) [Herramientas](#)

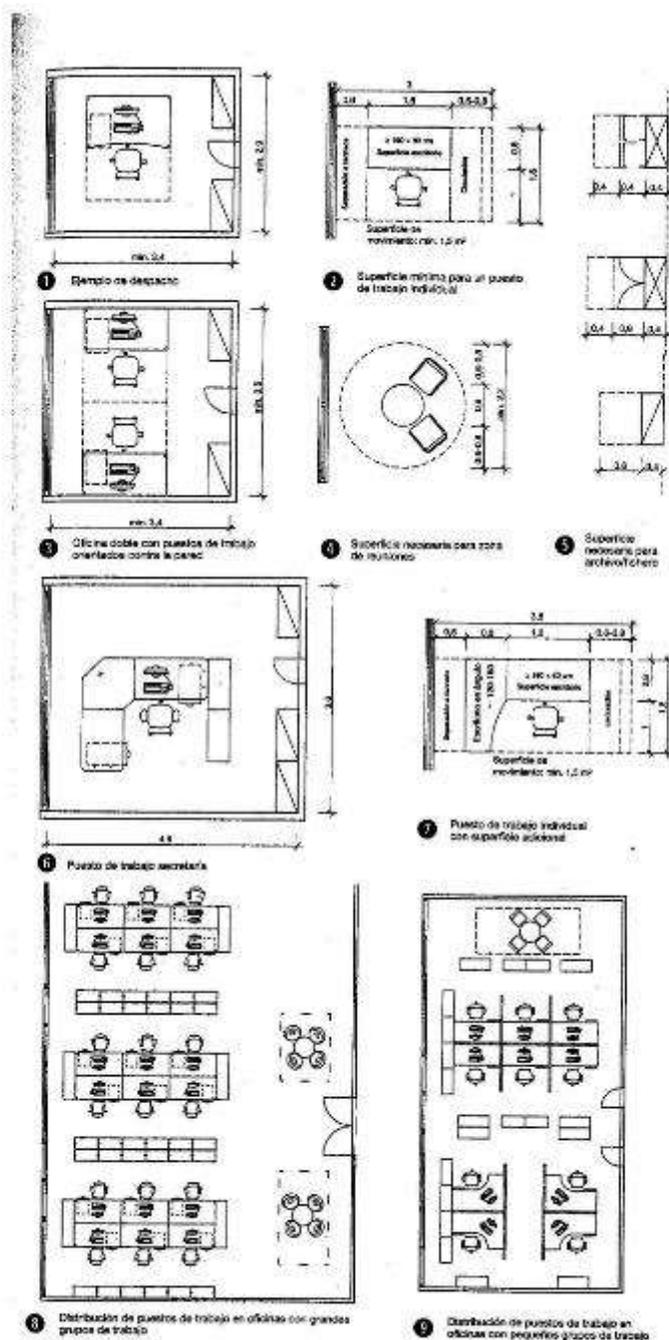
Cerca de 8,840,000 resultados (0.55 segundos)

Máquina recta industrial Juki DDL-8700L.
 ...
 Información adicional.

| | |
|--------------------|------------------|
| Peso | 112 kg |
| Dimensiones | 120 × 53 × 81 cm |

| SILLA VISITAS 4 PATAS METÁLICAS CROMADAS CON TAPIZ, ASIENTO SIN BRAZOS | |
|---|--|
|  | ESTRUCTURA Tubo redondo en acero 22mm de diametro externo x 1,5 mm de espesor (calibre 14), tapones deslizadores en polipropileno color negro, soldadura MIG aplicación automática. Deben contar con certificaciones de Calidad CATAS |
| | ESPALDAR Polipropileno + fibra de vidrio negro con perforaciones. |
| | ASIENTO Polipropileno + fibra de vidrio negro . |
| | TAPIZ Tapiz asiento textil o prana |
| | APILABILIDAD Apilables hasta 8 sillas |
| | BRAZOS Sin brazos |
| | MEDIDAS Altura: 84 cm - Ancho: 47 cm - Profundidad: 52 cm |
| | GARANTIA Garantia 2 años, certificado CATAS resistencia a la fatiga del asiento y el espaldar, estabilidad. |

Anexo 15: Medidas de puestos de trabajo

EDIFICIOS DE OFICINAS
SUPERFICIES NECESARIAS

Puesto de trabajo

Según la nueva Ordenanza alemana de seguridad e higiene en el trabajo ya no existen medidas mínimas para los puestos de trabajo. No obstante, las dimensiones mínimas pueden deducirse a partir de las normas DIN/EN y las ordenanzas correspondientes atendiendo a las exigencias de las mutuas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y al hecho de que actualmente cada puesto de trabajo cuenta con un ordenador.

Superficies amuebladas

La norma DIN 4543-1 no prescribe ninguna superficie determinada, sino superficies suficientes de movimiento y trabajo para puestos de trabajo cambiantes y para la ubicación ajustable de elementos de trabajo. La norma DIN distingue diferentes categorías de superficies que pueden superponerse mientras no exista ningún perjuicio para el uso del espacio:

- Superficie de trabajo: escritorio.
- Superficie de almacenaje: superficie del mueble.
- Superficie para la manipulación del mueble: superficie para puertas y cajones.
- Superficie de movimiento en el puesto de trabajo.
- Vías de circulación y tránsito.

Formas de oficina o de trabajo

Las formas de oficina y sus distribuciones espaciales conforman una gama definida por el uso, la organización de procesos, la técnica informática y la cultura empresarial. Con la estructura del edificio y su distribución interior puede influirse notablemente en su uso. Puede conseguirse mayor eficiencia reduciendo la superficie por puesto de trabajo, el apoyo espacial en los procesos y el aumento de la motivación, entre otras cosas. Por último, los componentes emocionales resultan decisivos, como, por ejemplo, el color y los materiales, así como la disponibilidad de espacios de retiro y de comunicación para reuniones formales e informales. El análisis de necesidades puede dar datos valiosos para las posibles formas de oficinas.

Administración
OficinasEDIFICIOS
DE OFICINAS

Organización:
Tendencias
Tipología
Norma 1980
desde 1980
Superficies
necesarias
Lugares de
trabajo con
para las
Archivos
Superficies
auxiliares
Tipología
de locales
Reduces
Accesos y
evacuación
Trasladores
Construcción

DIN 4543-1

Anexo 16: Distribución de planta

PROPUESTA 1

¿Cuántos departamentos quiere implantar? CONTINUAR RETROCEDER SEGUIR >>>

A=6, E=6, I=4, O=3, U=2, X=1

| Nombre Departamento | Tamaño Depart. m2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|-------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Producción | 105 | A | U | U | U | U | E | I | |
| 2. Bodega MP y PT | 15 | | | U | X | X | U | I | |
| 3. Sala de reunión | 16 | | | | O | I | U | X | I |
| 4. Gerencia | 17 | | | | | A | I | O | I |
| 5. Secretaría | 17 | | | | | | U | X | I |
| 6. Contabilidad y venta | 10 | | | | | | | U | I |
| 7. Calidad y diseño | 13 | | | | | | | | I |
| 8. Servicios Higienico | 2 | | | | | | | | |

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

LAYOUT ADECUADO

| |
|--------|
| 1. - 8 |
| 2. - 1 |
| 3. - 2 |
| 4. - 7 |
| 5. - 4 |
| 6. - 5 |
| 7. - 3 |
| 8. - 6 |

Ver Relaciones
Imprimir

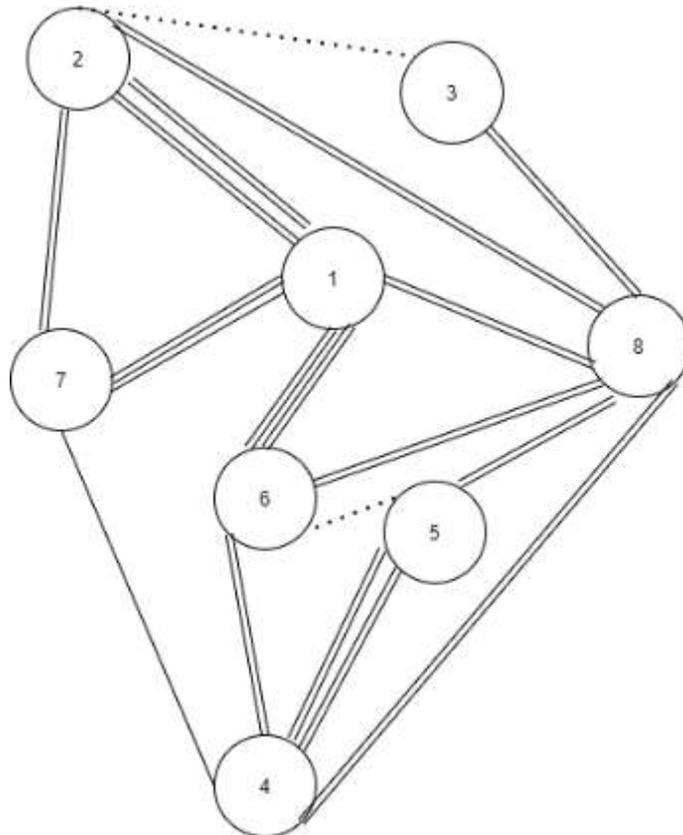
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

LAYOUT ADECUADO

1.- 1
2.- 6
3.- 8
4.- 2
5.- 7
6.- 4
7.- 5
8.- 3

[Ver Iteraciones](#)

[Imprimir](#)



PROPUESTA 3

¿Cuántos departamentos quiere implantar?

A=6, E=5, I=4, O=3, U=2, X=1

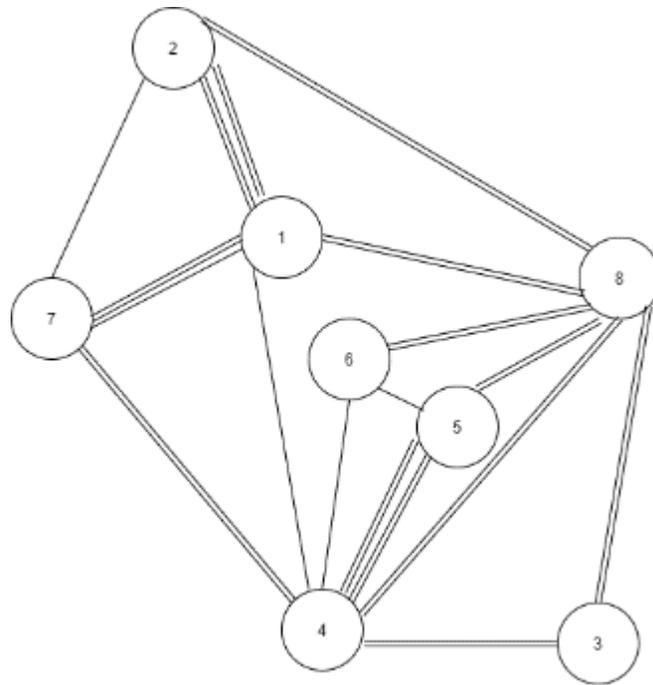
| Nombre Departamento | Tamaño Depart. m2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|------------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 Producción | 105 | | A | U | O | U | U | E | I |
| 2 Bodegas MP y PT | 15 | | | U | U | U | U | O | I |
| 3 Sala de reuniones | 16 | | | | I | U | U | U | I |
| 4 Gerencia | 17 | | | | | A | O | I | I |
| 5 Secretaria | 17 | | | | | | O | U | I |
| 6 Contabilidad y venta | 10 | | | | | | | U | I |
| 7 Calidad y diseño | 13 | | | | | | | | U |
| 8 Servicios higienicos | 2 | | | | | | | | |

LAYOUT ADECUADO

| | |
|-----|---|
| 1.- | 8 |
| 2.- | 4 |
| 3.- | 5 |
| 4.- | 3 |
| 5.- | 6 |
| 6.- | 1 |
| 7.- | 2 |
| 8.- | 7 |

Ver Iteraciones

Imprimir



Anexo 17: Plano de la planta en AutoCAD

Distribución de planta

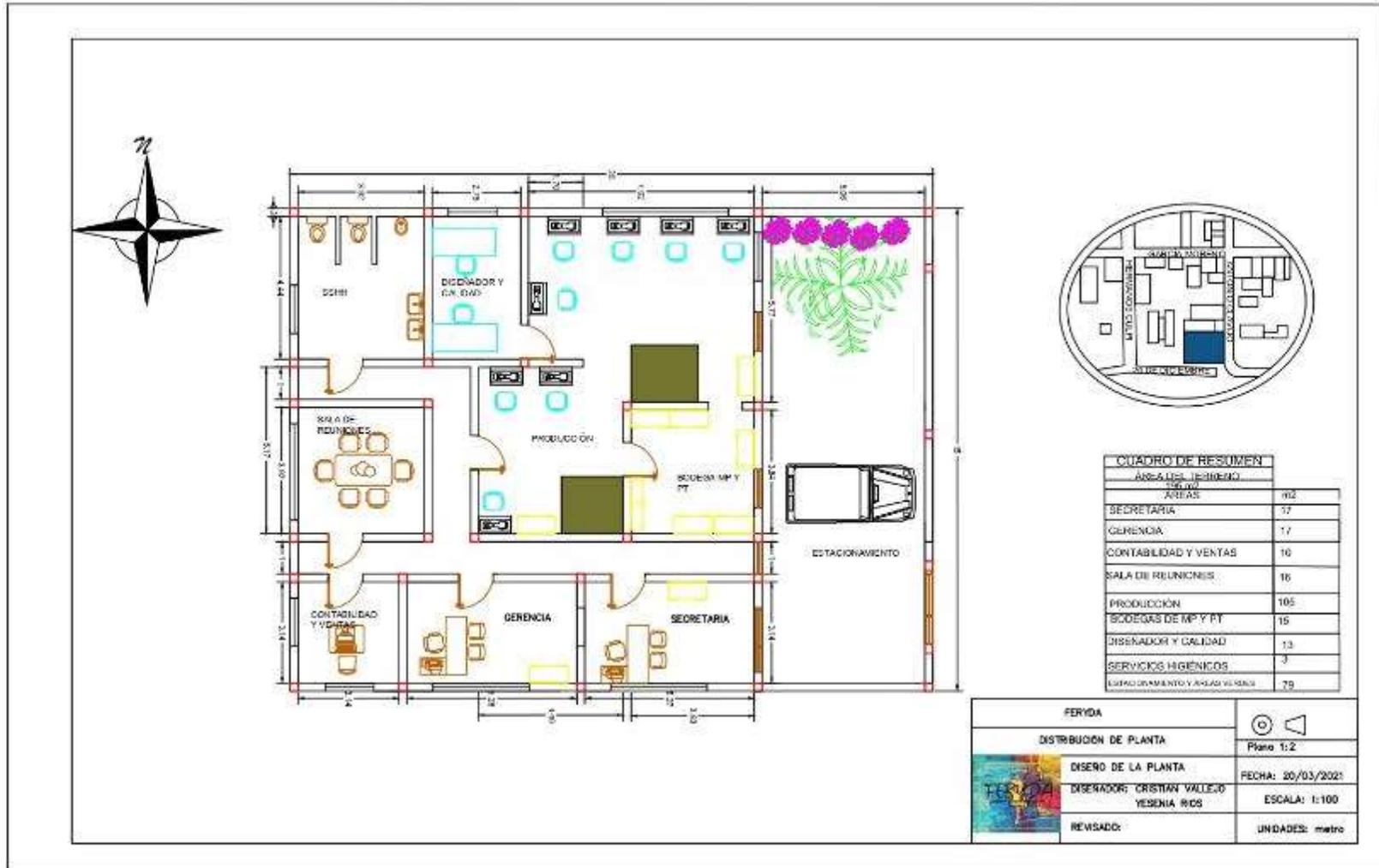
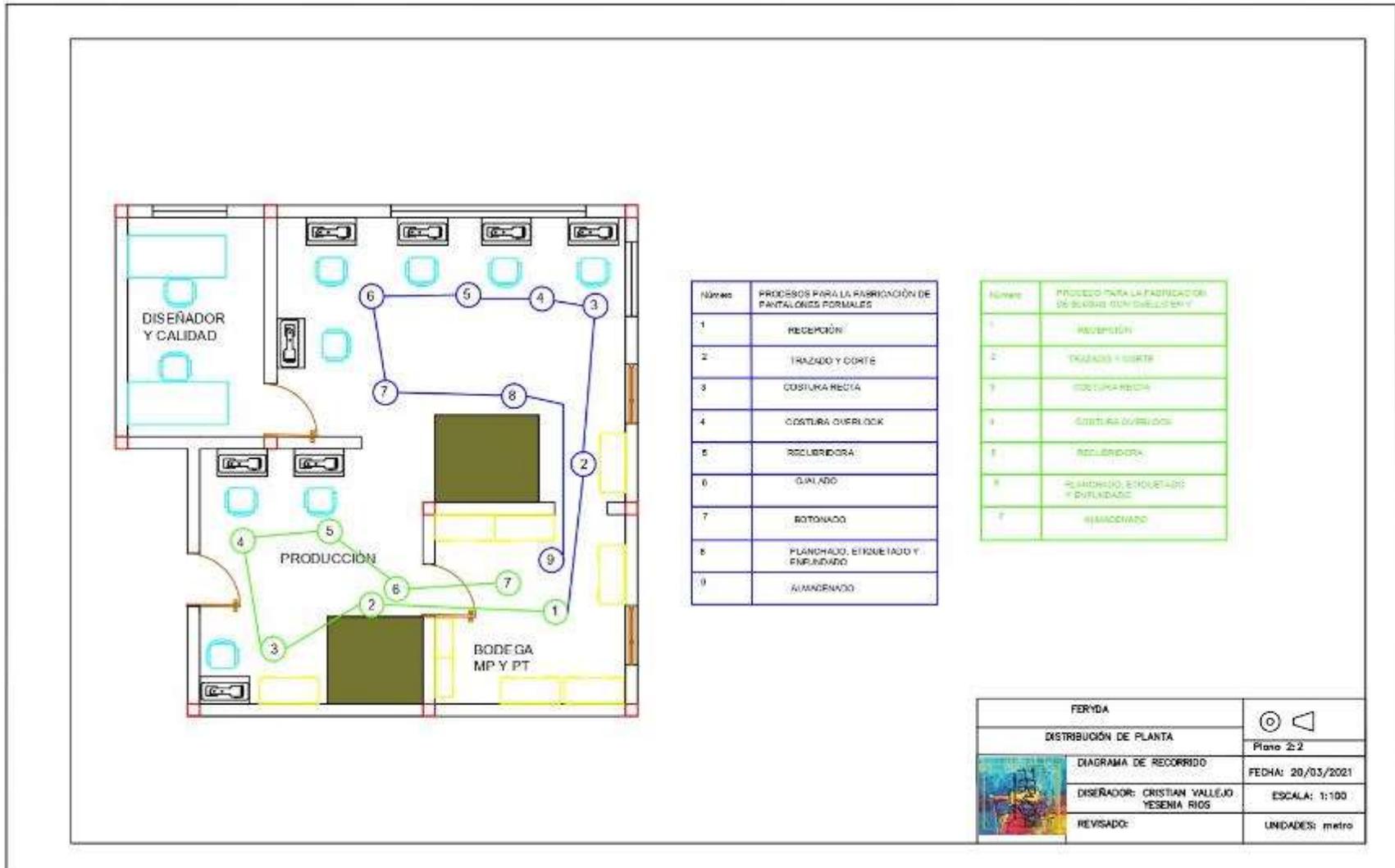


Diagrama de recorrido

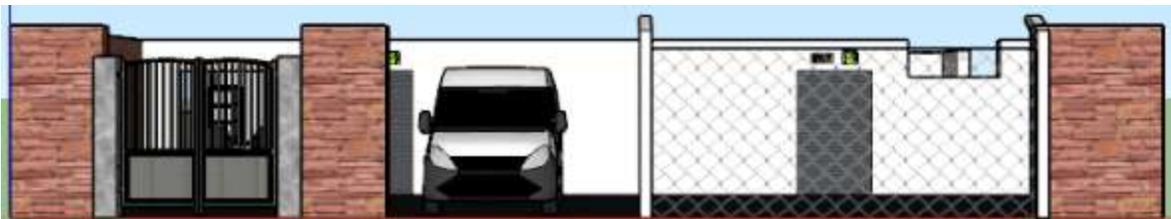


Anexo 18: Diseño de la planta en SKETCHUP

VISTA SUPERIOR



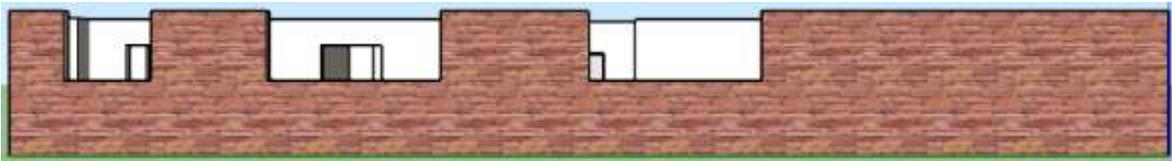
VISTA FRONTAL



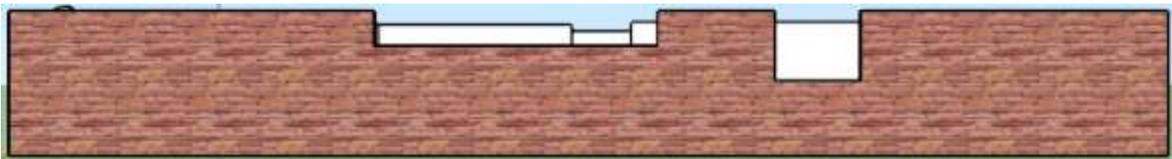
VISTA ISOMETRICA



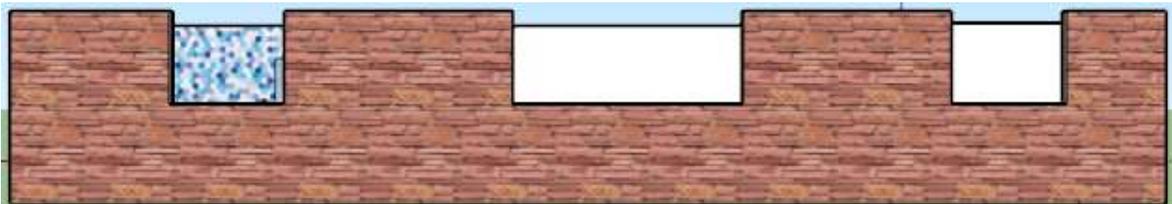
VISTA IZQUIERDA



VISTA DERECHA



VISTA POSTERIOR



Anexo 19: Detalle Simulación de Crédito



Detalle Simulación de Crédito

| | | | |
|--------------------------|---------------------|-------------------------|------------|
| Tipo | PYME | Tasa Nominal(%) | 9.76 |
| Destino | Activo Fijo | Tasa Efectiva(%) | 9.76 |
| Sector Económico | N/A | Monto(USD) | 150,000.00 |
| Facilidad | Pequeña y Mediana | Plazo(Años) | 5 |
| Tipo Amortización | Empresa | Fecha Simulación | 2021-03-12 |
| Forma de Pago | Cuota Fija Anual | | |

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

| Periodo | Saldo | Capital | Interés | Cuota |
|---------|-----------|----------|----------|----------|
| 0 | 150000.00 | | | |
| 1 | 125312.69 | 24687.31 | 14640.00 | 39327.31 |
| 2 | 98215.91 | 27096.79 | 12230.52 | 39327.31 |
| 3 | 68474.47 | 29741.43 | 9585.87 | 39327.31 |
| 4 | 35830.27 | 32644.20 | 6683.11 | 39327.31 |
| 5 | 0.00 | 35830.27 | 3497.03 | 39327.31 |

Anexo 20: Tabla de Impuesto a la renta

| DESDE (EN DÓLARES) | HASTA (EN DÓLARES) | % DEL IMPUESTO |
|-----------------------|-----------------------|----------------|
| 0 | 11,212 | 0% |
| 11,212 | 14,285 | 5% |
| 14,285 | 17,854 | 10% |
| 17,854 | 21,442 | 12% |
| 21,442 | 42,874 | 15% |
| 42,874 | 64,297 | 20% |
| 64,297 | 85,729 | 25% |
| 85,729 | 114,288 | 30% |
| 114,288 | en adelante | 35% |

Fuente: SRI