



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE
“CAMISETAS CON ESTILOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL””**

Autoras:

VERÓNICA VIOLETA ARGÜELLO ESPINOZA

CARMEN REBECA CAZARES DUCHEL

Tutor:

ING. AZUCENA GONZALEZ C., *ESP*

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios por darme vida y fortaleza para seguir adelante, cubriéndome siempre con su amor incondicional y verdadero.

A mis padres que son mi fuente de inspiración para culminar mis estudios universitarios, en especial a mi madre que en todo momento está a mi lado y con su ejemplo me ayuda a ser perseverante cada día en todo lo que hago.

A mi hermano por su apoyo incondicional en los momentos que lo necesito.

Verónica Arguello Espinoza

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a mis padres porque gracias al esfuerzo de ellos lo he podido lograr, brindándome siempre su apoyo incondicional.

Carmen Cazares Duchel.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida que me ha obsequiado.

A mis padres, en especial a mi madre que siempre está junto a mí en todo lo que emprendo. Gracias mamá por tu amor y paciencia en todo momento, por enseñarme con ejemplos a obtener lo que deseo en la vida, con fuerza y perseverancia, venciendo obstáculos.

A mi hermano que siempre hace que sonría, y vea las cosas con una óptica positiva.

A mi familia que me ha brindado de alguna manera su apoyo incondicional.

A mis amigos que me brindaron sus conocimientos y con sus palabras de afecto me dieron valor para no decaer y continuar hasta culminar mi proyecto.

A todos los maestros que me apoyaron con sus conocimientos para culminar con mi proyecto.

Verónica Arguello Espinoza

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar unos de los anhelos de mi vida por darme la bendición de llegar hasta donde hoy estoy.

A mi madre por ser mi guía, mi apoyo incondicional, mi fuerza cuando más lo he necesitado, gracias madre por estar a mi lado en mis fracasos y alegrías y por no dejarme decaer, y por sobre todo por ser esa figura materna para mi hijo cuando yo no lo he estado.

A mi padre que de una u otra forma ha estado siempre pendiente de mí.

A mi comadre que ha sido como mi hermana aquella persona que ha estado siempre presente para apoyarme en cada etapa de mi vida.

A mi familia que siempre ha estado dispuesta a brindarme todo su apoyo que aunque no los tengo cerca sé que siempre están conmigo.

A todas aquellas personas que han portado parte de sus conocimientos para poder enriquecer el mío, les dedico todo mi esfuerzo y sacrificio entregado en este proyecto de investigación

Carmen Cazares Duchel.

ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Página de respeto	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	V
Índice General	VII
CAPÍTULO I	
1.1. Tema	1
1.2. Diagnóstico: Ámbito/Contexto	1
1.3. Definición del problema	1
1.3.1. Formulación del problema	2
1.3.2. Sistematización del problema	3
1.4. Justificación del Proyecto de Investigación	3
1.5. Objetivos	4
1.5.1. Objetivo General	4
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Intencionalidad de la Investigación	5
1.7. Delimitación del problema	6
CAPÍTULO II	
2. Marco Referencial	7
2.1. Marco de Antecedentes	7
2.1.1. Estado del Arte	7
2.1.2. Fundamentación Teórica	9
2.1.2.1. Historia de la vestimenta	10
2.1.2.2. Historia y Actualidad de la Industria Textil en el Ecuador	15
2.1.2.3. Organizaciones Gremiales del Sector Textil Ecuatoriano	15
2.1.2.4. Historia y Evolución de la Camiseta	16
2.2. Marco Conceptual	17
2.2.1. Tipos de telas utilizadas para la fabricación de camisetas	18
2.2.2. Técnica de impresión	19

2.2.2.1. Serigrafía Textil	19
2.2.2.2. Transfer de serigrafía	19
2.2.2.3. Tampografía	19
2.2.2.4. Láser	19
2.2.2.5. Vinilo de corte textil	20
2.2.2.6. Vinilo de impresión y corte	20
2.2.2.7. Sublimación	20
2.2.2.8. Bordado	20
2.2.3. Sistemas de producción	21
2.2.3.1. Por pedido	21
2.2.3.2. Por lotes	21
2.2.3.3. En línea	21
2.2.4. Maquinarias textiles	21
2.2.4.1. Historia de la máquina de coser	22
2.2.4.2. Maquinarias a utilizar en la confección y diseño de camisetas	23
2.3. Análisis de macroentorno	25
2.3.1. Ambiente demográfico	25
2.3.2. Ambiente político	28
2.3.3. Ambiente sociológico	28
2.3.4. Ambiente tecnológico	28
2.4. Análisis del microentorno	29
2.4.1. Mercado	29
2.4.2. Consumidor	29
2.4.3. Competencia	29
2.4.3.1. Competencia directa	30
2.4.3.2. Competencia indirecta	31
2.4.4. Proveedores	31
2.5. Segmentación del mercado	32
2.5.1. Variables consideradas para segmentar nuestro mercado	33
2.6. Marco legal	33

2.6.1. Tipos de Compañía	33
2.6.1.1. De la Compañía Anónima	33
2.6.2. Requisitos para constituir una empresa	34
2.6.3. Pasos para constituir una empresa	34
2.6.4. Permisos	36
2.6.4.1. Requisitos para RUC persona natural (artesanos)	37
2.6.4.2. Requisitos para RUC persona jurídica	37
2.6.4.3. Permiso Cuerpo de Bomberos	37
2.6.4.4. Permiso de Suelo	38
2.6.4.5. Requisitos solicitud Tasa de Habilitación	39
2.6.5.6. Patente Municipal	40
2.7. Variables e Hipótesis	41
2.7.1. Variables dependientes e independientes	41
2.7.2. Hipótesis	42
CAPÍTULO III	
3. Metodología de la Investigación	43
3.1. Enfoque	43
3.2. Definición de metodología de investigación	43
3.3. Tipo de Estudio	44
3.3.1. Estudio Descriptivo	44
3.4. Fuentes de investigación	44
3.4.1. Fuentes de información primarias	44
3.4.2. Fuentes de información secundaria	44
3.5. Técnicas de investigación o recolección de datos	45
3.5.1. Primarias	45
3.5.1.1. Observación directa	45
3.5.1.2. Observación indirecta	45
3.5.1.2.1. Encuesta	45
3.5.1.2.2. Entrevista	45
3.5.2. Secundarias	47
3.6. Población y muestra	47
3.6.1. Población	49

3.6.2.	Muestra	49
3.7.	Diseño del cuestionario	50
3.8.	Tabulación de datos	50
CAPÍTULO IV		
4.	Tema	66
4.1.	Propuesta	66
4.2.	Objetivo de la propuesta	66
4.2.1.	Perfil del consumidor	66
4.3.	Mercado objetivo de consumidores de camisetas con estilos	66
4.4.	Constitución de la Empresa	67
4.5.	Obligaciones del Empleador en el Ecuador	68
4.6.	Afiliación de los trabajadores al IESS	68
4.7.	Obtención de Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral	69
4.8.	Planificación Estratégica	70
4.8.1.	Nombre de la Empresa	70
4.8.2.	Razón Social	70
4.8.3.	Tipo de Empresa	70
4.8.4.	Marca	70
4.8.5.	Slogan	70
4.8.6.	Logotipo	70
4.8.7.	Objetivo General	71
4.8.8.	Objetivos Específicos	71
4.8.9.	Misión	71
4.8.10.	Visión	71
4.8.11.	Valores corporativos	71
4.9.	Entorno y Dirección Estratégica	72
4.9.1.	Las cinco Fuerzas competitiva de Porter	72
4.9.2.	Matriz F.O.D.A.	74

4.9.3. Matriz BCG	75
4.10. Estrategia de Mercado	76
4.10.1. Producto	77
4.10.2. Precio	78
4.10.3. Plaza	78
4.10.4. Promoción	79
4.11. Estructura Organizacional	81
4.12. Descripción y perfil de cargos	82
4.13. Proceso de fabricación de las camisetas con estilos	85
4.14. Localización	87
4.15. Inversión inicial en Activos e Inventarios	88
4.15.1. Inversión en Activos Corrientes	88
4.15.1.1. Gastos de Publicidad	88
4-15.1.2. Arriendo	88
4.15.2. Inversión en Activos, propiedad planta, y equipos maquinarias	88
4.15.2.1. Maquinarias	88
4.15.2.2. Equipos de Oficina	89
4.15.2.3. Equipos de Computación	89
4.15.2.4. Software	89
4.15.2.5. Muebles y Enseres	90
4.15.2.6. Suministros de oficina	90
4.15.3. Inversión en inventarios	91
4.15.3.1. Materia prima directa	91
4.15.3.2. Materia prima indirecta	91
4.15.3.3. Inventario de materiales para confecciones de camisetas	91
4.15.3.4. Materiales o suministros indirectos	92
4.15.3.5. Servicios básicos	92
4.15.3.6. Financiamiento del proyecto	92
4.16. Estados Financieros	93
4.16.1. Presupuesto de Ventas	94

4.16.2. Estado de Situación Inicial	94
4.16.3. Estado de Resultado	95
4.16.4. Estado de Resultado proyectado	96
4.16.5. Flujo de Caja proyectado	97
4.16.6. VAN y TIR	97
4.16.7. Estado de Situación Financiera	98
4.16.8. Estado de Situación Financiera proyectado	99
4.16.9. Punto de Equilibrio	100
4.17. Conclusiones	102
4.18. Recomendaciones	103
4.19. Bibliografía	104
4.20. Anexos	106

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la confección de “Camisetas con Estilos y su comercialización en la ciudad de Guayaquil”.

1.2. Diagnóstico: **Ámbito/contexto/ (Planteamiento del Problema)**

A lo largo del tiempo, se observa una diversificación en la producción de textiles en el Ecuador, entre los cuales tenemos el sector de la fabricación de camisetas, prenda que durante varios años ha sido de uso común entre las personas de distintas edades en diferentes partes del País.

Debido al caluroso clima en la ciudad de Guayaquil, es notable el incremento del uso de prendas ligeras como vestimenta usual, de preferencia camisetas que tengan un estilo innovador y en la que el cliente pueda plasmar un diseño personalizado.

En la ciudad de Guayaquil, existen talleres dedicados a la confección de camisetas, las cuales por ser producidas en serie, presentan modelos estandarizados y con bajo nivel de innovación.

Por lo tanto, al no existir otras opciones y debido a la escasa creatividad de las empresas que las ofrecen, los clientes se han adaptado al uso de las ya existentes, pero con la expectativa de una diferenciación en la misma, y en la que no sólo pueda elegir el diseño ya sea bordado, serigrafiado o estampado, sino un estilo diferente.

Considerando también que la moda está en constante variación, se hace necesario estar siempre a la vanguardia del cambio en gustos y preferencias del cliente para poder satisfacer sus necesidades.

Además, siendo la camiseta un producto que presenta una gran demanda, y que nunca pasa de moda, se ve la necesidad de ganar competitividad, por lo que nuestra propuesta es introducir al mercado local camisetas con estilos innovadores en cuanto a combinación de colores dentro de una misma prenda.

Nuestras camisetas serán elaboradas en un tejido fresco y los colores combinados en cuellos y mangas que marcarán la diferencia de las camisetas confeccionadas en los demás talleres.

Además, al ser fabricadas y comercializadas por nuestra misma empresa, tenemos la ventaja de vender nuestro producto a un precio accesible, otorgándole de esta manera al cliente, un producto diferente que le permita identificarse con la prenda, según sus gustos y preferencias, con estilos y diseños a su elección.

Con este proyecto de investigación, se espera demostrar la viabilidad de confeccionar camisetas con estilos en la ciudad de Guayaquil, y que sirva de ejemplo para que las empresas tomen en consideración la importancia de innovar siempre sus productos, creando de esta manera una ventaja competitiva, con relación a la competencia local.

1.3. Definición del problema

1.3.1. Formulación del problema

¿Cómo se va a satisfacer la demanda de los consumidores que buscan la innovación en camisetas personalizadas y su comercialización en la ciudad de Guayaquil?

Mediante el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedique a la confección y comercialización de este producto, lo que permitirá cubrir las necesidades de nuestros clientes mediante la variación de colores y diseños dentro de una misma prenda.

1.3.2. Sistematización del problema

- ¿Existe en la ciudad de Guayaquil, la demanda suficiente de clientes que requieran la fabricación de este tipo de producto y que asegure que pueda ser comercializado?
- ¿Cuál es el perfil de nuestro posible comprador?
- Qué características el cliente considera en una prenda al momento de adquirirla?
- ¿Qué tipo de negocios cubren en la actualidad la demanda de este producto, y que estrategia de marketing utilizan?
- ¿Qué estrategia de Marketing se deberá emplear para comercializar las camisetas con estilos?
- ¿Cuáles son las alternativas para financiar el proyecto, los costos y gastos?
- ¿De qué manera se determina la viabilidad de la microempresa objeto de nuestro trabajo de investigación?

1.4. Justificación del Proyecto de Investigación

Por medio de este trabajo de investigación, se pretende introducir al mercado segmentado, camisetas con estilos propios a elección del cliente que adquiere este producto para su uso personal o para obsequiarlo a sus seres queridos, buscando identificarse y transmitir un mensaje especial, a través del estilo y diseño que plasme en la prenda.

Debido a que los clientes en la actualidad tienden a personalizar sus prendas, se eligió este tema de investigación por tratarse de un producto que tiene alta demanda, el cual tiene un valor agregado que es la combinación de colores en mangas y cuello.

El presente trabajo espera tomar ventaja de esta tendencia, a fin de cubrir un mercado con expectativa de un producto diferente.

Por otra parte, nuestro trabajo de investigación contará con estudios de factibilidad que nos permitirá obtener resultados de cuan rentable también nos resulta incursionar en el desarrollo de dicho producto.

De esta manera deseamos a la vez comprobar que el proyecto es viable, al permitir que nuestro producto se poseione en el mercado de la ciudad de Guayaquil, y sirva de referencia para otros talleres de fabricación de esta prenda.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de introducir al mercado Guayaquileño camisetas con estilo personalizado, mediante la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización del producto.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que nos permita conocer la demanda actual de camisetas con estilo en la ciudad de Guayaquil.

- Identificar al posible cliente, mediante una investigación de mercado según sus preferencias.

- Establecer las características de la prenda de vestir que el consumidor toma en consideración al momento de adquirirla.
- Elaborar la estrategia de marketing más idónea para comercializar las camisetas con estilo.
- Identificar los negocios dedicados a la confección y comercialización de camisetas con estilo, y la estrategia de Marketing que utilizan, a fin de establecer una ventaja competitiva.
- Evaluar las alternativas de financiamiento del proyecto, a fin de determinar la más rentable.
- Determinar dos variables importantes VAN-TIR, para determinar la viabilidad de la creación de la microempresa dedicada a la confección y comercialización de camisetas con estilo en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Intencionalidad de la Investigación

La intención de nuestro trabajo de investigación es demostrar lo rentable que resulta este negocio dentro de la industria textil, mediante la implementación de un estudio de mercado y aplicación de una efectiva estrategia de marketing, que permita la comercialización de camisetas con estilo, contribuyendo al incremento de microempresas dedicadas a cubrir este segmento de mercado en la ciudad de Guayaquil.

1.7. Delimitación del problema

Este trabajo de investigación se delimitará por:

Delimitación geográfica: Población que vive en la Ciudad de Guayaquil.

Cobertura o delimitación temporal: Se realizará una proyección a 3 años.

Cobertura vertical o profundidad: Línea de investigación: emprendimiento, sólo estudio de factibilidad de la creación de la microempresa.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2. Marco Referencial

2.1. Marco de Antecedentes

2.1.1. Estado del arte

De la revisión de la información existente en la web, pudimos obtener información de otros proyectos relacionados a la creación de una microempresa de camisetas con estilo:

Ma. Gabriela Hidalgo Zambrano, Rafael Andrés Barriga Toala y Elberth Christian Gutiérrez Reyes (2010), realizaron un proyecto de investigación para la creación de una empresa que comercializa camisetas serigrafiadas y estampadas vía web con entrega a domicilio en la ciudad de Guayaquil, creando estrategias empleando la matriz BCG¹ y las cinco fuerzas de Porter².

La metodología que usaron es breve, clara y precisa y se apoyaron en la encuesta para conocer las preferencias del mercado meta. Este proyecto se diferencia en que la venta del producto es vía web con diseños personalizados y servicio a domicilio, demostrando que el mismo es viable.³

Leonardo Germán Lozada Carrillo (2012), desarrolla un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de estampado de camisetas para hombres y mujeres mediante el arte de la serigrafía ubicada en la provincia de Orellana. Utiliza el análisis FODA⁴. La metodología aplicada es la investigación exploratoria, bibliográfica y de campo. En conclusión indica que el

¹ Herramienta que ayuda a las empresas a posicionar sus productos o unidades de negocio.

² Herramienta de gestión que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella.

³ Ma. Gabriela Hidalgo Zambrano, Elbert Christian Gutiérrez Reyes y Rafael Andrés Barriga Toala (2010). Creación de una microempresa de diseño y comercialización de camisetas tipo sport personalizadas via web. Extraída el 20 de abril de 2014 desde <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3/TESIS.pdf>.

⁴ Herramienta de análisis para ser aplicada a cualquier empresa, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado de tiempo.

mismo es viable. Este proyecto hace hincapié en la reducción del impacto ambiental utilizando insumos no contaminantes.⁵

Caicedo A., Francisco y Zapata Medina Luis Patricio (2009), desarrollan un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño y comercialización de camisetas con estilo urbano para el centro de la ciudad de Latacunga. No precisa una metodología en el proyecto, pero se ayuda con encuestas. El proyecto según el análisis financiero resulta viable.⁶

Paz y Miño & Samantha Nancy (2010), proponen la creación de una empresa que produzca, diseñe y comercialice camisetas personalizadas pintadas a mano en la ciudad de Quito. Se ha aplicado el análisis FODA y para la creación de estrategias las cinco fuerzas de Porter. Como metodología utilizan el método cualitativo, y la respectiva encuesta de medición de aceptación del producto. En conclusión indica que el proyecto es rentable y que genera más utilidad por volumen de ventas que por precios altos.⁷

Luis Cobo, diseñador gráfico de 33 años, incursionó en una pequeña empresa realizando creaciones de diseños para transferirlos a las camisetas, las mismas que son comercializadas bajo la marca Shunshoo en la ciudad de Quito, distribuidas a la vez al bazar Messklan, en el norte de la capital. Su promoción del producto la realiza por medio de las redes sociales Facebook y Twitter.⁸

⁵Leonardo German Lozada Carrillo (2012). Creación de una empresa de estampado de camisetas para hombres y mujeres mediante el arte de la serigrafía ubicada en la provincia de Orellana. Extraída el 20 de abril de 2014 desde <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/573/1/T-UCE-0003-19.pdf>.

⁶ Caicedo A., Francisco y Zapata Medina Luis Patricio (2009). Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique al diseño y comercialización de camisetas con estilo urbano para la zona centro del país. Extraída el 20 de abril del 2014 desde <http://www.repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4441/1/T-ESPEL-0593.pdf>.

⁷Paz y Miño & Samantha Nancy (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que diseña, confecciona y comercializa camisetas pintadas a mano en la ciudad de Quito. Extraída el 20 de abril del 2014 desde <http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1426/13/UPS-QT02304.pdf>.

⁸ Luis Cobo (2013, Marzo 25). Extraída el 20 de abril del 2014 desde www.revistalideres.ec/lideres/taller-diseños-pasan-papel-camisetas.html.

2.1.2. Fundamentación Teórica

2.1.2.1. Historia de la vestimenta

La necesidad de cubrir el cuerpo con prendas de vestir, nace desde la época de las cavernas, donde el hombre caza animales para confeccionar vestidos con sus cueros o pieles, a fin de superar los estados climáticos del tiempo.

La ropa empieza a marcar una posición dentro de un grupo, demostrando con ella aspectos como: la modestia, el lujo, la posibilidad económica y la actividad laboral.

La moda está en permanente evolución, buscando siempre la comodidad y la simplicidad, que se traduce a lo largo del tiempo en el uso de mantos, túnicas, uniformes, taparrabos, etc., según la cultura y costumbres de cada región y época.

Además se utilizar pieles y cueros, que en la actualidad se siguen utilizando, la ropa comenzó a ser confeccionada con telas fabricadas en telar.

En la edad media se empiezan a elaborar tejidos de punto y mallas. Hasta el siglo XIX, los elementos utilizados en la fabricación de telas fueron: algodón, lana, seda. En las últimas décadas aparecen las fibras sintéticas. A finales de los Siglos XX y XXI, se ha optado por incluir las fibras artificiales, que no necesitan de mucho cuidado especial.⁹

2.1.2.2. Historia y actualidad de la Industria textil en el Ecuador.

Los inicios de la Industria textil en el Ecuador, se conocen desde la época de la colonia, donde se utilizaba la lana de oveja para fabricar tejidos.

⁹<http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp/>.

La producción textil en el País se desarrolla con las primeras industrias que se dedicaron al procesamiento de la lana. A inicios del siglo XX se introduce el algodón para impulsar el uso de esta fibra en los textiles.

En la actualidad, la industria textil Ecuatoriana fabrica productos de todo tipo de fibras, entre las que podemos mencionar: el algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y seda.¹⁰

En el Ecuador, las actividades del sector textil se dividen en: manufactura, comercio y servicios, entre las cuales la mayor parte la tiene el sector del comercio seguido del manufacturero.

Actividades del Sector textil en el Ecuador

■ comercio ■ manufactura ■ servicios

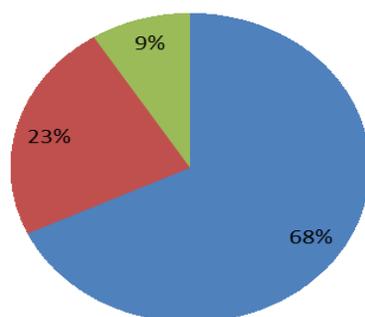


Gráfico 1

Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC Elaborado por: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

El personal ocupado en total asciende a 115.937 personas de las cuales 62.352 se dedican al comercio, 46.562 a la manufactura y 7.023 a brindar servicios relacionados con el sector.

¹⁰ www.aite.com.ec/industria-textil.html.

Personal Ocupado Sector Textil en el Ecuador

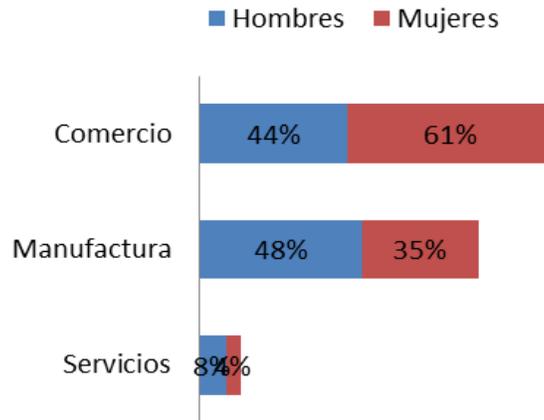


Gráfico 2
Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC Elaborado por: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

La actividad de manufactura, se enfoca a la fabricación de prendas de vestir, con excepción de aquellas elaboradas con piel, artículos de materiales textiles, calzado, entre otras. Cuenta con 11.006 establecimientos.

Actividad de manufactura

- Prendas de vestir, excepto prendas de piel
- Artículos de materiales textiles, excepto prendas de vestir
- Calzado
- Otras

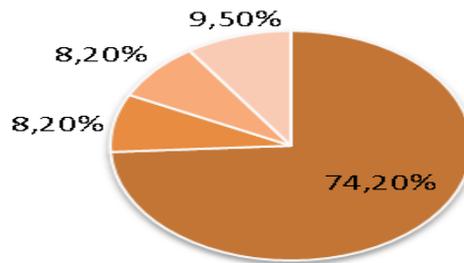


Gráfico 3
Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaborado por: Las Autoras

La actividad de Comercio, consiste en segmentar las ventas de los productos textiles por comercios especializados que son: puestos de ventas y mercados, los cuales comercializan al por menor prendas de vestir, calzado y artículos de cuero; y textiles, respectivamente.

Actividad de Comercio



Gráfico 4
Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaborado por: Las Autoras

Y por último tenemos, la actividad de servicios dedicada a la reparación de calzado y artículos de cuero y al lavado y limpieza de productos textiles y de piel.

Actividad de Servicios



Gráfico 5
Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaborado por: Las Autoras

Las empresas que dedicadas a la actividad textil, están ubicadas en diferente provincias del País, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura, donde existe el mayor número de industrias textiles, seguidas por Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con una actividad menor pero importante.¹¹

Industria Textil a nivel Geográfico

■ Pichincha ■ Guayas ■ Tungurahua ■ Azuay ■ Imbabura ■ Otros

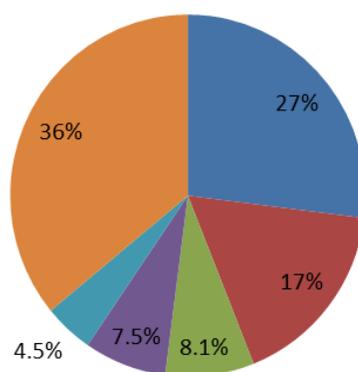


Gráfico 6

Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaborado por: Las Autoras

Los textiles del Ecuador tienen una gran aceptación en el mercado internacional, los mismos que son utilizados para la confección de prendas de vestir, lencería para el hogar, hoteles y restaurantes. Los productos cuentan con certificación ISO 9000¹², las confecciones de tejido orgánico¹³, así como certificación de Comercio Justo.¹⁴¹⁵

¹¹ www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf

¹² Conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de la empresa, que han ganado reconocimiento y aceptación internacional debido al mayor poder que tienen los consumidores y a la alta competencia internacional acentuada por los procesos integracionistas. Fuente: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm>

¹³ Tejidos hechos de algodón o lana. Fuente: <http://es.thefreedictionary.com/fibra>

¹⁴ Permiten la fácil identificación de productos/productores y ayudan a orientar su venta hacia los canales de distribución habilitados para Comercio Justo. Fuente: <http://www.comerciojusto.cl/cj/certificaciones-de-comercio-justo/>

¹⁵ www.proecuador.gob.ec/

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), a precios constantes del 2008, en el 2013 la producción textil y de confecciones, fue de USD116.218 millones y registró una disminución del 25.1% en relación al año 2012, cuya producción fue de USD155.261 millones.

**Producción a precios constantes del sector textil y confecciones en Ecuador
(En millones de dólares)**

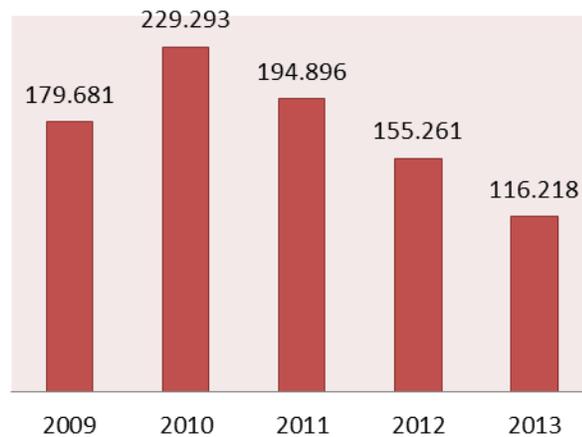


Gráfico 7
Fuente: www.aite.com.ec
Elaborado por: Legiscomex.com

Las empresas textiles Ecuatorianas, enfocaron sus ventas al mercado local. Las exportaciones textiles fueron incrementando a partir de la década de los 90 y a partir del año 2000, se produce un incremento en las exportaciones del 8.14% en relación a las del año 1999, empezando de esta manera un mejoramiento en el nivel de productividad durante este nuevo milenio.



BALANZA COMERCIAL TEXTIL 2000-2013



AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
2000	67.802	183.998	-116.196
2001	73.568	224.005	-150.437
2002	66.035	215.618	-149.584
2003	77.878	231.536	-153.658
2004	88.603	306.229	-217.626
2005	84.251	350.944	-266.693
2006	82.811	373.101	-290.290
2007	93.989	448.906	-354.917
2008	144.984	554.213	-409.229
2009	179.681	415.008	-235.327
2010	229.293	561.701	-332.408
2011	194.896	736.605	-541.709
2012	155.261	714.212	-558.951
2013*	116.218	575.596	-459.378

Figura 1

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Departamento Técnico AITE ISC 29/11/2013

2.1.2.3. Organizaciones Gremiales del sector Textil Ecuatoriano

➤ **AITE (Asociación de Industriales Textileros del Ecuador)**

Es una organización sin fines de lucro, fue creada en el año de 1943 bajo la aprobación del Gobierno Nacional, con el objetivo de unir a los industriales textileros, a fin de resolver problemas del sector y mediar entre el sector, Gobierno, trabajadores y público.

➤ **CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria)**

Tiene como propósito el fortalecimiento del gremio a través de organización de eventos, capacitaciones y proyectos que potencialicen al sector y eleven su competitividad.

➤ **LA CÁMARA DE COMERCIO DE ANTONIO ANTE**

Se fundó en el año 2002, y su objetivo es generar condiciones que permitan al desarrollo de los sectores comerciales y productivos.

➤ **ACONTEX (Asociación de Confecciones Textiles)**

Surge de la iniciativa de un grupo de personas dedicadas a la confección de todo tipo de ropa, con el fin de enfrentar los nuevos desafíos y retos del mercado laboral e industrial del mundo actual.¹⁶

2.1.2.4. Historia y Evolución de la camiseta

No existe conocimiento exacto de la fecha en que se fabricó la primera camiseta, pero Según Mr. Scott Fresener, la camiseta se originó a principios de 1913 en la Armada Naval de los Estados Unidos, donde los soldados usaban la prenda de color blanco de cuello redondo debajo del uniforme.



Figura 2

Fuente: http://cdns2.freepik.com/foto-gratis/en-blanco-camiseta-blanca--psd_30-2258.jpg

A finales de 1930, las Compañías Hanes, Sears y Fruit of the Loom, incursionaron en el mercado de esta prenda.

La compañía Sears en 1938, introdujo en el mercado la “camiseta gob”, y es aquí donde la prenda se propone seguir usándola debajo de la ropa o sola.

En fechas de la Segunda Guerra Mundial, se fabricó la primera camiseta estampada, y desde allí el uso de la prenda se fue extendiendo más hacia los civiles.

¹⁶ Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. Dirección de Promoción de Exportaciones.(2012, Diciembre). Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones. Extraído el 24 de abril de 2014 desde http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf.

La camiseta era usada sólo por hombres, hasta que se empezaron a estampar frases y diseños sencillos que se comercializaban como souvenirs.¹⁷

Fue en 1959 cuando se empezaron a grabar las camisetas con tinta plastisol,¹⁸ cuyo uso perdura hasta la actualidad. Luego en 1960, apareció la técnica transfer¹⁹ que no tuvo mucha evolución, no así la serigrafía que empezó desde procesos manuales alcanzando los industriales.

En 1970 aparece la primera camiseta de color negro y a mediados del siglo XXI, aparece la Impresión Digital Directa (direct to garment),²⁰ desplazando al transfer.

En la actualidad, con las nuevas tecnologías, surgen empresas dedicadas a la personalización de camisetas, convirtiéndose así una prenda de uso habitual y un medio para publicitar y expresar ideas, mediante textos, dibujos o combinación de ambos.²¹



Figura 3

Fuente: http://mco-s1-p.mlstatic.com/camisetas-personalizadas-estampadas-en-laser-mil-disenos-1230-MCO20982733_5267-F.jpg

¹⁷Según la Real Academia Española, se trata de aquello que se adquiere en un sitio a modo de recuerdo, como testimonio de que dicho lugar fue visitado.

¹⁸Tipo de tinta utilizada para los trabajos de serigrafía, conocida por su pigmento denso y una alta opacidad.

¹⁹Es un procedimiento que consiste en aplicar un calco por efecto del calor, previamente impreso, sobre superficies únicamente textiles. El proceso es similar al de una calcomanía.

²⁰La tinta es estampado a través de unas impresoras de alta definición que obtienen mejores resultados que es la técnica simple en un tiempo récord de producción.

²¹Extraído el 25 de abril del 2014 desde <http://www.ecured.cu/index.php/Camiseta>.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Tipos de tela utilizadas para la fabricación de camisetas

- **Algodón.-** Es una tela de origen natural porque está elaborada con la planta de algodón. Su textura es fresca lo cual permite utilizarla en clima caluroso. Es una tela resistente a productos químicos, por lo que permite hacer modificaciones en una prenda. Se utiliza para fabricación de camisetas, pantalones, ropa interior entre otras prendas.
- **Jersey.-** Es un tejido de tela liviana, suave y con tendencia a ser elástica. Se utiliza para la fabricación de remeras, camisas entre otras. Su composición puede ser de 100% de algodón o 50% algodón y 50% poliéster.
- **Poliéster.-** Es una fibra de origen sintético, porque se origina de productos químicos derivado del petróleo o de envases plásticos reciclados. Se utiliza en la fabricación de ropa deportiva.
- **Piqué.-** Este tipo de tela la hemos elegido para la fabricación de nuestro producto por tratarse de un tejido fresco y suave al tacto, lo cual la ha convertido en la preferida en la elaboración de prendas de vestir y otros textiles.

Está compuesta de 50% de algodón y 50% de poliéster; a la vez ofrece la ventaja de que no se arruga con facilidad y es de secado rápido.

Es un textil versátil y de gran calidad. Existen con y sin diseños, de colores vivos u oscuros, se ajusta a cada ocasión y necesidad.²²

²² <http://www.tiendastextiles.com/telas/tipos/tela-pique.html>



Figura 4

Fuente: http://www.portobellostreet.es/mercurio_imagenes/tela-pique.jpg

2.2.2. Técnicas de impresión

2.2.2.1. Serigrafía textil.- Consiste en imprimir el diseño con tinta a través de una malla de poliéster prensada en un marco, donde a la vez se aplica una presión leve con una rasqueta de caucho.

2.2.2.2. Tránsfer de serigrafía.-También denominado plastisol, se realiza con papel siliconado. Se estampan los diseños de revés, a fin de que al transferirlo a la prenda con la ayuda de una plancha térmica, el dibujo quede de manera correcta.

2.2.2.3. Tampografía.- Es muy utilizado para marcar piezas industriales y de publicidad. Consiste en una placa metálica donde se graba la imagen formando un hueco grabado que se transporta a la pieza que será impresa por contacto.

2.2.2.4. Láser.-Se quema el logotipo en el material y el haz del láser es controlado por ordenador, lo que permite que el diseño se reproduzca con gran detalle. El color final lo determina el fondo del material. Se utiliza para maderas, vidrios, goma, entre otras texturas y materiales.

2.2.2.5. Vinilo de corte textil.- Consiste en una película de poliuretano²³ laminada con un adhesivo de activación térmica. Técnica indicada para textiles porque cuenta con opacidad y elasticidad. Hay en diversos colores.

2.2.2.6. Vinilo de impresión y corte.- Apropia para transferir sobre tejidos de algodón o mezclas de poliéster y algodón. Es ideal para camisetas, ropa laboral, entre otros artículos textiles.

2.2.2.7. Sublimación.- Sistema ideal para impresión de prendas deportivas, ya que no tapa el poro del tejido y permite la transpiración. Consiste en personalizar prendas blancas de 100% poliéster. La impresión resulta inapreciable al tacto.²⁴

2.2.2.8. Bordado.- Es realizada sobre tela, con la ayuda de aguja e hilos. También existe el bordado con máquinas especiales, que se aplica sobre camisetas, ropa de trabajo, gorras y todos aquellos elementos que estén confeccionados con tela.²⁵



Figura 5

Fuente: <https://cegercurla.files.wordpress.com/2010/05/camisetas.jpg>

²³ Sustancia plástica usada para fabricar aislantes, adhesivos y barnices

²⁴ Extraído el 28 de abril del 2014 desde <http://www.estampalo.com/SISTEMAS-DE-IMPRESION>

²⁵ Extraído el 28 de abril del 2014 desde <http://www.estampalo.com/SISTEMAS-DE-IMPRESION>

2.2.3. Sistemas de producción

El sistema de producción ²⁶ empleado por cada empresa, está determinado por el tipo de bien o servicio que produce, por lo que se puede afirmar que es el producto o servicio el que establece el sistema de producción que la empresa debe aplicar. Entre los sistemas de producción tenemos:

- Por pedido
- Por lotes
- En línea

2.2.3.1. Por Pedido.- También llamado por encargo, se ejecuta cuando se conversa previamente con el cliente y se llega a un acuerdo formal. Ejemplo: arreglo de maquinaria, distribuidora, etc.

2.2.3.2. Por lotes.- En este sistema de producción, se produce una cantidad limitada de un producto para cubrir cierto segmento de mercado, previamente analizado. Ejemplo: textiles, juguetes, electrodomésticos.

2.2.3.3. En línea.- Es empleada en la elaboración de productos estandarizados, sin ninguna modificación. El sistema en este caso puede ser perfeccionado continuamente. Ejemplo: Automóviles, ensambladoras de maquinarias, otros.²⁷

2.2.4. Maquinarias Textiles

2.2.4.1. Historia de la máquina de coser

Nació en 1790 y fue diseñada por Thomas Saint, un ebanista londinense; nos ahorra muchas horas de trabajo, porque es capaz de confeccionar ropa de alta costura. Esta máquina de coser daba puntadas de cadena de un solo hilo, y tenía una aguja horquillada.

²⁶Del latín producto, el concepto producción hace referencia a la acción de generar (entendido como sinónimo de producir), al objeto producido, al modo en que se llevó a cabo el proceso o la suma de los productos del suelo o de la industria.

²⁷Extraído el 25 de mayo del 2014 desde

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/201512/Lecturas_y_material_de_apoyo/EXE_2011/leccin_212__sistemas_de_produccion.html

En 1810 un alemán de apellido Krems, da vida a la aguja con ojo en la punta, la misma que en la actualidad se utiliza para coser botones o hilvanar pantalones o dobladillos.

En 1830, fue construida en Francia por Barthelemy Thimonnier, la primera máquina de coser que fue reconocida a nivel mundial. Esta máquina de coser tenía una aguja de lengüeta, cuya función era prenderse en la tela, y se manipulaba a mano.

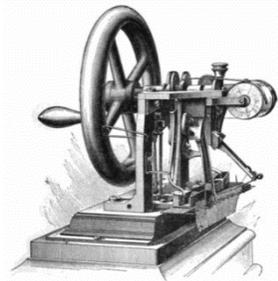


Figura 6

Fuente: <https://sites.google.com/site/inventoresdelsigloxix/>

En la actualidad las máquinas de coser están basadas en iguales modelos de funcionamiento; poseen una aguja que oscila y es capaz de coser en zigzag, el mismo que es ajustable, lo que permite coser elásticos o botones de corte.



Figura 7

Fuente: http://www.gabrielservice.com.ar/image/cache/data/maquinas_nuevas/L818-M1-Recta-500x500.jpg

Las máquinas de coser industriales, realizan más funciones. Existen también especializadas en solo hacer ojales, coser botones, etc. ²⁸

2.2.4.2. Maquinarias a utilizar en la confección y diseño de camisetas:

- a) **Cortadora de tela industrial.-** Sirve para cortar la tela en capas mediante cuchillas o sierras, en base a forma de patrones ya establecidos. ²⁹



Figura 8

Fuente: <http://www.maquinasdecoseryrefacciones.com/mystore/item/16/b/cortadora-de-tela-singer-cuchilla-de-10-pulgadas-afilador-automatico>

- b) **Máquina de costura recta.-** Utiliza una aguja y se utiliza para coser todo tipo de telas.



Figura 9

Fuente: <http://www.macoser.com.co/ImagenesProductos/1/s7200b.jpg>

²⁸. ABCpedia. Extraída el 15 de junio del 2014 desde <http://www.abcpedia.com/construccion/maquinas/coser.html>

²⁹ http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/riesgos-especificos/riesgos-cierto-procesos_1.php

c) **Máquina overlock.-** Sirve para hacer costuras al borde de las telas y a la vez cortar el tejido para que tenga un buen acabado la prenda. Se las utiliza para decoración, refuerzo o construcción, debido a que las costuras son versátiles.



Figura 10

Fuente: <http://tumaquinadecoser.com/mystore/item/16/bb/maquina-singer-overlock-industrial-321c>

d) **Máquina recubridora.-** Se utiliza para hacer dobladillos de camisetas. También se le puede adicionar embudos para poner en la prenda cintas o tiras al bias³⁰, que es un trozo de tela cortado en sesgo respecto al hilo que se aplica a los bordes de la prenda de vestir.



Figura 11

Fuente: http://www.macoser.com.co/brother/cache/widgetkit/gallery/52/5_recubridora-e62585fab5.png

³⁰ <http://www.wordreference.com/definicion/bias>

e) **Bordadora.-** Borda los diseños programados por nosotros, para lo cual se necesita instalarle un software para bordados. Se utiliza para bordar camisetas, toallas, gorras, sudaderas, cortinas, etc.³¹



Figura 12

Fuente: <http://www.macoser.com.co/imagenesproductos/1/pr1000.jpg>

f) **Plancha doméstica.-** Electrodoméstico para alisar la superficie de la ropa y librarla de arrugas propias de la tela.

2.3. Análisis del Macroentorno

2.3.1. **Ambiente demográfico.-** La demografía se apoya en la estadística para clasificar a las personas de una determinada comunidad por: su edad, sexo, ciclo de vida familiar, número de miembros en la familia, educación, estrato social, ocupación, tamaño del hogar, nivel de ingreso raza, religión.³²

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población de la provincia del Guayas, asciende a 3'645.483 habitantes, de los cuales 2'291.158 están en la zona urbana, es decir la ciudad de Guayaquil, y 1'354.325 en la zona rural.³³

³¹ <http://www.ventamaquinasososer.com/maquinas-coser-industriales.php>

³² Periódico El Universo. Capacítate. Lunes 22 de septiembre del 2014.

³³ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Población Provincia del Guayas

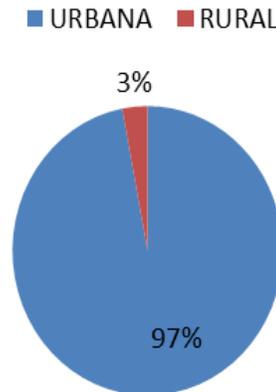


Gráfico 8
Fuente: INEC Censo 2010
Elaborado por: Las autoras

Se observa que la actividad de manufactura, está entre las principales de la ciudad de Guayaquil que generan mayor ingreso, y donde está la mayor parte de la población ocupada, lo cual nos da apertura para ingresar con nuevos productos textiles al mercado de la ciudad.

Población Guayas ocupada por rama de actividad



Gráfico 9
Fuente: INEC Censo Población y Vivienda 2010
Elaborado por: SENPLADES – Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

Principales actividades que generan mayor ingreso

- Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos, automotores y bicicletas
- Industrias manufactureras
- Actividades financieras y de seguros

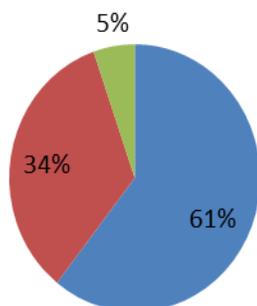


Gráfico 10

Fuente: INEC Censo Económico 2010

Elaborado por: SENPLADES – Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

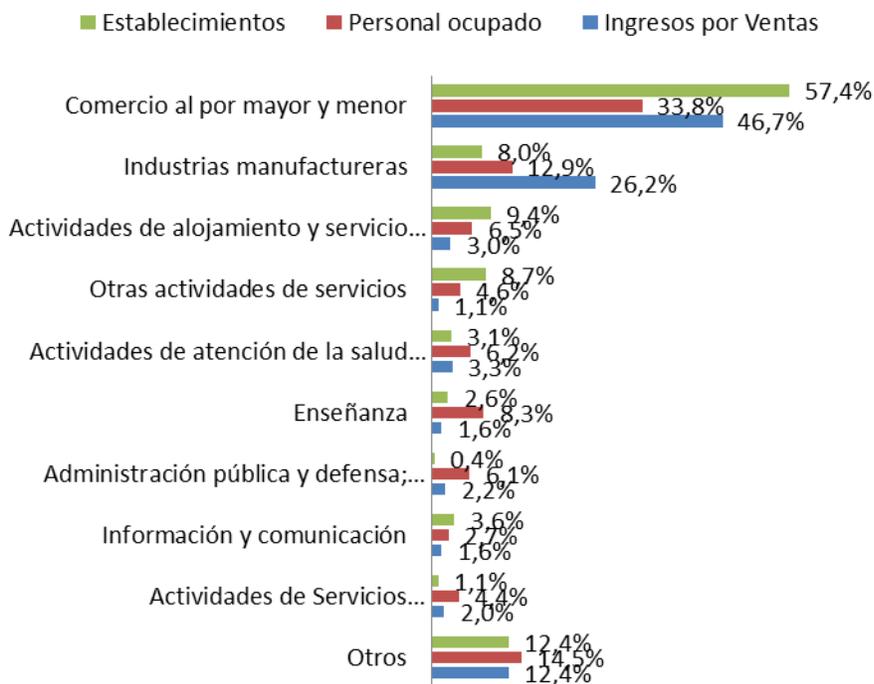


Gráfico 11

Fuente: INEC Censo Económico 2010

Elaborado por: SENPLADES – Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

2.3.2. Ambiente Político

Existe gran preocupación por parte del sector textil debido al ingreso de mercadería Asiática que ingresa por Perú, Chile y Colombia, la misma que es de mala calidad a un valor de \$2, precio menor a lo que en Ecuador se gasta sólo en materia prima por una prenda.

A fin de proteger el sector, el Comité de Comercio Exterior (Comex) resuelve exigir el certificado INEN a alrededor de 300 subpartidas, en las que se incluyen los textiles, en el proceso de importación.

El gobierno actual brinda por medio de las Instituciones Financieras, facilidad para créditos a fin de apoyar la inversión nacional, donde también se está considerando la eliminación del impuesto de divisas, el anticipo mínimo dentro de proyecto de ley del Código de la Producción, ya que al momento de exportar estos valores son una desventaja frente a nuestros competidores.³⁴

2.3.3. Ambiente sociológico

La población Guayaquileña, aún conserva la tradición de confeccionar su vestimenta a su gusto, siguiendo la moda actual y utilizando telas de diversos colores y texturas. Además es una tendencia plasmar diseños personalizados en sus prendas.

2.3.4. Ambiente tecnológico

Los talleres de confecciones textiles, optan siempre por adquirir máquinas modernas, invirtiendo a la vez en capacitación para el manejo óptima de las mismas, a fin de ofrecer prendas con excelentes acabados que resulten atractivas al cliente.

³⁴<http://www.telégrafo.com.ec/economía/item/sector-textil-produciría-770-millones.html>

2.4. Análisis del Microentorno

2.4.1. Mercado

Desde el punto de vista del marketing, un mercado es un conjunto de consumidores (individuales u organizados) que tienen una necesidad, poseen capacidad de compra y, además, están dispuestos a comprar.³⁵

2.4.2. Consumidor.- Dentro de nuestro mercado, necesitamos identificar al consumidor. Para esto debemos conocer características generales como: intereses, opiniones, su necesidad de comprar.

Sólo de esta manera podemos especializarnos en atender al cliente con las demandas específicas, ofreciéndoles productos de su interés.³⁶

2.4.3. Competencia

Desde el punto de vista del consumidor, la competencia se considera cualquier oferta que genere un valor superior en la satisfacción de una necesidad concreta (mayores beneficios o menores costes). Son aquellos que pueden plantear una oferta de valor sustitutiva.³⁷

Es importante analizar el precio, producto, plaza y promoción de nuestra competencia, para lo cual tendremos que:

- a) **Describir**, las características más relevantes del producto sean éstas positivas o negativas, sin olvidar tomar en cuenta todos los servicios adicionales que ofrecen.
- b) **Conseguir**, los precios de los productos que ofrecen.
- c) **Ubicar**, los lugares donde la competencia comercializa los productos, y su canal de distribución.

³⁵ Dirección de Marketing Teoría y Práctica. (2006) Ana Belén Casado Díaz, Ricardo Sellers Rubio. Editorial Club Universitario. Pág.91

³⁶ Diario El Universo. Capacitate. Lunes 15 de septiembre del 2014.

³⁷ Fundamentos de Marketing. (2013) Águeda Esteban Talaya, Juan Antonio Mondéjar Jiménez. Bussiness&MarketingSchool ESIC. Pág. 158.

- d) **Investigar**, las promociones que ofrecen y sus medios de publicidad junto con las estrategias de venta.³⁸

2.4.3.1. Competencia directa

Se observa que en la ciudad de Guayaquil, no existe un taller que confeccione camisetas con bordes de colores en mangas y cuellos, sólo lo realizan para uniformes en algunos casos, y la tela proviene de otra ciudad del Ecuador para la fabricación de este tipo de prendas.; Sin embargo, existen empresas grandes dedicadas a la comercialización de camisetas polo llanas y algunas con colores en mangas, que no brindan el servicio de bordado, entre las cuales podemos mencionar: Pasa y Teleshop. Y observamos también la empresa Bordex Am, que si bien es cierto brinda el servicio de bordado en sus camisetas, no tienen prendas con combinación de colores como en nuestro producto.

Empresa	Dirección
BORDEX AM	Aguirre entre Chimborazo y Chile Centro Comercial Unicentro local No. 5. Sucursal: Centro Comercial Mall del sur, local No. 170
PASA	Chile 306-308 y Luque
TELESHOP	Pichincha 717 y Sucre

Tabla 1

Elaborado por: Las Autoras

³⁸ Diario El Universo. Capacítate. Lunes 15 de septiembre del 2014.

2.4.3.2. Competencia indirecta

La competencia indirecta en la comercialización de camisetas, es la del mercado de China que trae al mercado Ecuatoriano camisetas de punto a un costo bajo, pero con una calidad que no es comparable con la nuestra.

2.4.4. Proveedores

Son las diferentes empresas que ofertan materia prima, materiales e insumos para la confección de camisetas. En la ciudad de Guayaquil, existen varios establecimientos donde podemos encontrar telas, botones, hilos. Además, alguno de ellos cuentan con un descuento de compra al por mayor y créditos.

Empresa	Productos	Dirección
LA CAROLINA S.A.	Telas, botones, cierres, hilos.	Chimborazo 1503 y Febres Cordero
LA SEVILLANA	Botones, hilos, cierres, riatas, tijeras, apliques.	Pedro Carbo 801 y Av. 10 de Agosto Centro Park locales 5, 6 y 7.

Tabla 2

Elaborado por: Las Autoras

2.5. Segmentación del mercado

Es dividir el mercado en segmentos, en grupos de usuarios que poseen similares características, necesidades, deseos, lo que permite a la empresa ofrecer el producto adecuado, y tener éxito en sus ventas.³⁹

2.5.1. Variables consideradas para segmentar nuestro mercado

Variables Demográficas	Edad y sexo
Variabes Geográficas	Ciudad donde reside, sector y tamaño de la población
Conductuales	Frecuencia de compra, lugar donde compra, beneficios que busca de un producto, marca, precio.

Tabla 3

Elaborado por: Las Autoras

³⁹ Diario el Universo. Capacítate. Lunes 22 de septiembre. Pág. 1.

2.6. Marco legal

2.6.1. Tipo de Compañías

Según la Ley de Compañías actualizada a 02 de enero de 2014, existen seis especies de Compañías de comercio que son:

- Compañía en Nombre Colectivo;
- Compañía en Comandita Simple;
- Compañía de Responsabilidad Limitada;
- Compañía Anónima;
- Compañía en Comandita por Acciones; y,
- Compañía de Economía Mixta.

2.6.1.1. De la compañía Anónima

Según el Art. 143 de la Sección 6ª de la Ley de Compañías, es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

40

2.6.2. Requisitos para constituir una empresa

Según información de la Superintendencia de Compañías, los pasos para la constitución de una Compañía son los siguientes:

⁴⁰ Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias, Versión Profesional. (2014). De la compañía anónima.

Requisitos:

- Ser mayor de edad
- Estar en capacidad de obligarse

2.6.3. Los pasos a seguir para constituir una empresa son los siguientes:

1. Obtener la aprobación de la reserva de nombre o razón social de la empresa a través de la página web www.supercias.gob.ec (revisar el manual de usuario).
2. Aperturar una cuenta de integración de capital en cualquier Institución del sistema financiero a nivel nacional, si el aporte es en numerario (toda compañía anónima deberá aportar el 25% de capital suscrito mínimo que es de \$800,00 conformado por dos o más accionistas) y las compañías limitadas deberán aportar el 50% del capital mínimo que es \$400.
3. Elevar a escritura pública la minuta de constitución de la empresa, en cualquier notaría pública a nivel nacional.
4. Presentar (mínimo) tres testimonios certificados de la escritura de constitución con escrito firmado por un abogado en los centros de atención al usuario (CAU). Adjuntar copia de cédula y certificado de votación de último proceso electoral del solicitante (abogado). Indicar correo electrónico y dirección domiciliaria exacta.
5. La Superintendencia de Compañías puede responder a su trámite de la siguiente forma:
 - a) Con oficio: con la observación pertinente a la escritura. (Nota: una vez superadas las observaciones, sírvase ingresar trámite con el mismo número de ingreso).

b) Con resolución favorable: Cuando el trámite ha sido aprobado debe continuarse con lo que dispone la resolución aprobatoria.

6. En caso de que la resolución sea favorable, continuar con la obtención del número de expediente. (Solicitar requisitos en información).
7. Publicar en un periódico de mayor circulación datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir tres ejemplares del mismo.
8. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
9. Designar representante legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el registro mercantil el nombramiento de ellos.
10. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el Registro Civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC cumplimentando y firmado por el representante.
11. Esperar que la Superintendencia revise los documentos y le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
12. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para obtener el RUC.

13. El empleador deberá registrarse en el BIESS con a copia de RUC, de CI, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento, copia de contratos de trabajos legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último recibo de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.
14. Permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso de cuerpo de bomberos.⁴¹

2.6.4. Permisos

2.6.4.1. Requisitos para RUC persona natural (artesanos)

- Presentar original y entregar copia de Cédula de Ciudadanía.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Planilla de servicio eléctrico o consumo telefónico o de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- Copia de la calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MICIP.

⁴¹ Superintendencia de Compañías. Extraída el 16 de agosto desde http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/formularios/.

2.6.4.2. Requisitos para RUC persona jurídica

- RUC 01-A, lleno y firmado por el Representante Legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas.⁴²

2.6.4.3. Permiso cuerpo de bomberos

- Si el trámite se realiza personalmente, deberá llevar copia de la cédula de ciudadanía. En caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con fotocopia de cédula de quien autoriza y del autorizado.
- Copia completa y de fecha actual del RUC (Registro Único de Contribuyentes) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica deberá adjuntar copia del nombramiento vigente del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de consulta de Uso de Suelo.
- Copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de planilla de servicio básico de agua.
- Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano.
- Para la venta del gas, traer autorización de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero, Control Anual y el informe de factibilidad.

⁴² <http://www.sri.gov.ec/>

Requisito declaración:

- Copia de factura de recarga extintor.
- Fotos: Externa del local, sticker de fecha del extintor, extintor colocado en soporte.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación.
- Copia y original del pago (Banco de Guayaquil).⁴³

2.6.4.4. Permiso de Suelo

Nos permitirá conocer si la actividad que desarrollará mi empresa es permitida y las condiciones con las cuales deberá contar el local.

Pasos a seguir para obtener clave:

1. Registrarse como usuario en la página web del Municipio de Guayaquil. (www.guayaquil.gob.ec).
2. Llenar el Formulario de Registro en línea, el cual le llegará al correo electrónico para imprimir.
3. Para activar la cuenta llevar el formulario impreso y los requisitos mencionados al Área de Atención Ciudadana ubicada en: Edificio Martín Avilés, frente al palacio Municipal, área interna en la planta baja.

Pasos a seguir para obtener Uso de Suelo:

1. Ingresar a la página web www.guayaquil.gob.ec sección servicios en línea y consulta de Uso de Suelo.
2. Si no se encuentra la actividad en el “listado de actividades” hay que descargar Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo de la página web e ingresarlo junto con los requisitos en la ventanilla 40.

⁴³ Informativo de Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

3. Tasa de trámite de Uso de Suelo, cuyo valor es de \$2,00

2.6.4.5. Requisitos solicitud tasa de habilitación:

- Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
- Uso de Suelo No Negativo para la Actividad Económica.
- Certificado definitivo del año vigente del Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Patente Municipal vigente.
- Contrato de arrendamiento o carta de cesión de espacio (si no es dueño de la edificación).

Requisitos Persona natural:

- Tener clave llenando el formulario
- Tasa única de trámite
- Copia de cédula de ciudadanía del usuario
- Croquis de la ubicación

Requisitos Persona Jurídica:

- Tasa única de trámite
- Tener clave llenando el formulario
- Copia del RUC de empresa
- Copia Cedula del Representante Legal de la Empresa
- Copia del Nombramiento del Representante Legal
- Croquis de la ubicación. ⁴⁴

⁴⁴<http://www.guayaquil.gob.ec/content/tr%C3%A1mites-en-uso-del-espacio-y-v%C3%ADa-p%C3%BAblica>

2.6.4.6. Patente Municipal

Requisitos:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, esto es por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.
- Última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Sólo en el caso de personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar copia de cédula y certificado de votación junto a una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.
- Los artesanos calificados para acogerse a la exención del Impuesto de Patente deben presentar la calificación o recalificación artesanal otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Descargar, llenar e imprimir el formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” de la página www.guayaquil.gob.ec.
2. Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; aquí se le indicará el valor de la liquidación correspondiente.
3. El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventillas de Recaudaciones de la Municipalidad o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio.⁴⁵

⁴⁵ <http://www.guayaquil.gob.ec/content/solicitud-de-registro-de-patentes>

2.7. Variables e Hipótesis:

2.7.1. Variables Dependientes e Independientes

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADORES	INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE Creación de una microempresa	Microempresa es aquella empresa de tamaño pequeño que cuenta con un máximo de diez personas, no vende grandes volúmenes, ni necesita gran capital para funcionar, pero predomina la mano de obra directa.	Planeación estratégica Plan de marketing Estimación de costos Análisis FODA Determinación de recursos	Políticas claras Evaluación continua Estudios de mercado Control interno
DEPENDIENTE Camisetas con estilo	Prendas de vestir por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal.	Control de existencia Volumen de ventas Aumento de utilidades	Inventarios Reportes de Ventas Análisis costos-ingresos

Tabla 4
Variables dependientes e independientes
Elaborado por: Las autoras

2.7.2. Hipótesis

La creación de una microempresa dedica a la elaboración de camisetas con estilos personalizados, que puede satisfacer la necesidad del mercado en la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO III

3. Metodología de la Investigación

3.1. Enfoque

Nuestro proyecto de investigación utiliza un enfoque mixto, porque obtiene datos tanto cualitativos como cuantitativos.

La investigación cualitativa, nos permite diagnosticar la realidad más subjetiva, porque compartimos las experiencias vividas. A través de ella conocemos los gustos, preferencias de nuestro mercado meta, así como características que buscan los consumidores al momento de adquirir un producto.⁴⁶

En nuestro estudio de factibilidad del presente proyecto, se utilizará un enfoque cuantitativo-cualitativo, porque aplicaremos simultáneamente la lógica o razonamiento deductivo, así como la elaboración y justificación de teorías.

La investigación cuantitativa, es la demostración con datos medibles y cuantificables de los resultados de las encuestas a realizarse a un segmento de la población. Cuantificando los datos por medio de fórmulas estadísticas, buscando una respuesta lógica y objetiva a los hechos.

3.2. Definición de Metodología de Investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen a la investigación como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno compuesto por distintas etapas sumamente interrelacionadas.

⁴⁶Fuente: <http://www.aulafacil.com/cursos/l10764/ciencia/investigacion/ciencia-y-metodo-cientifico/el-metodo-deductivo>

3.3. Tipo Estudio

3.3.1. Estudio descriptivo.- Describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.⁴⁷

Mediante el estudio descriptivo podemos ver con precisión las dimensiones de un fenómeno, que en nuestro trabajo de investigación es determinar las razones porque las empresas de confecciones de camisetas, realizan su producción en grandes volúmenes y no diversifican el producto

3.4. Fuentes de Investigación

Para la investigación de mercados se utilizará en nuestro proyecto de investigación, fuentes de información primaria y secundaria.

3.4.1. Fuentes de Información Primarias.- Contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual.⁴⁸

3.4.2. Fuentes de Información Secundaria.- Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Son libros, revistas, documentos escritos, noticieros, internet, etc.⁴⁹

⁴⁷Fuente: <http://varieduca.jimdo.com/articulos-de-interés/la-investigacion-descriptiva/>

⁴⁸Fuente: http://www2.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html

3.5. Técnicas de investigación o recolección de datos

Son utilizadas para recopilar datos en forma ordenada, a fin de analizar una situación con el fin de llegar a una conclusión.

3.5.1. Primarias:

3.5.1.1. Observación Directa

Es un instrumento de recolección de información muy importante y consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta.

3.5.1.2. Observación Indirecta

Se dirige hacia la obtención de datos no observables directamente, datos que se basan por lo general en declaraciones verbales de los sujetos.⁵⁰

3.5.1.2.1. Encuesta

Consiste en una interrogación verbal o escrita, que se la realiza a un grupo determinado de personas, con el fin de obtener información necesaria para la investigación.⁵¹

La encuesta nos permitirá conocer el nivel de aceptación de nuestro producto en el mercado, y descubrir la necesidad del cliente que busca innovar el estilo en su prenda, y comprobar si su insatisfacción se debe a la falta de empresas que brinden un producto versátil.

3.5.1.2.1. Entrevista

Es un diálogo de una persona (entrevistador) con dos o más personas (entrevistadas), reunidas para dialogar e intercambiar información con respecto a un tema, a través de

⁴⁹Fuente: http://www2.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html

⁵⁰Fuente: <http://estrategiasdidacticas.jimdo.com/técnicas-de-investigacion/>

⁵¹<http://www.crecenegocios.com/concepto-de-encuesta/>

preguntas y respuestas. Las preguntas deben ser previamente elaboradas a fin de obtener la información que nos permita conocer una opinión de personas que se desenvuelven en el área de confección de prendas de vestir.

Se realizó una entrevista al Sr. Luis Sinche Bravo, Síndico del Gremio de Artesanos

Tema: Talleres de costuras son rentables

¿Qué tiempo lleva usted en este tipo de negocio?

Este tipo de negocio ha sido parte de toda mi vida, mis padres se dedicaron a eso, pero yo con mi negocio propio tanto taller como almacén me he mantenido por casi diecinueve años.

¿Cuál es su especialidad en su negocio en lo que tiene ver con costura?

En mi taller realizamos toda clase de costura, pero por ahora nuestro mayor ingreso es la realización de uniformes para Escuelas Fiscales, contrato que mantengo hacia varios años con el Gobierno y del que ustedes también podrían ser partícipes una vez que estén posicionados en el mercado

¿Cree usted que este negocio es rentable?

Dependiendo de cómo lo veamos, ahora el Gobierno está dando apertura de créditos a empresas pequeñas y recalando que debemos consumir lo nuestro y eso es un punto muy importante mientras sepamos como llegar al público este negocio nos resulta rentable porque quien alguna vez no necesita de un aprenda de vestir.

¿Tiene conocimientos de empresas que se dedican a elaborar camisetas personalizadas?

Sì, bueno son empresas comunes en el internet y algunas que ofrecen servicios, y una minoría se encuentran en centros comerciales, por lo que sería muy conveniente que ustedes se posesionen en el centro de la Ciudad.

¿Usted realiza el servicio de bordado?

Si, cuando el cliente solicita, aunque no cuento con las máquinas necesarias pero tengo alguien que me provee el servicio

¿Que nos recomendaría tener nuestra propia maquina bordadora o que alguien nos provea este servicio?

En mi caso yo no me dedico a eso, sólo es en caso específico a pedido del cliente, pero en el caso de ustedes tendrían que tener su máquina por tiempo y costos sería lo más recomendable.

¿Su materia prima es importada o nacional?

Prefiero trabajar con telas nacionales específicamente de la ciudad de Quito y Guacaleo.

3.5.2. Secundarias:

- a. **Libros.-** Nos ayudan a encontrar información de autores, relacionada con nuestro trabajo de investigación.
- b. **Revistas.-** Artículos concernientes a tendencias de la moda, mercado.
- c. **Internet.-** Imágenes, gráficos, tareas.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

Según indica Fracica⁵², población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”.

El término población en nuestro estudio se refiere específicamente a consumidores o mercado meta a quien vamos a aplicar la técnica de recolección que es la encuesta, para obtener información que nos ayudará a determinar la aceptación de nuestro producto.

3.6.2. Muestra

Según Hernández Sampieri, la muestra es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.⁵³

⁵²Bernal, César, Metodología de la investigación: para Administración, Economía, Humanidades. Pearson Educación. 2006.286 páginas 158p.

⁵³Hernández Sampieri (2010); “Metodología de la investigación”

Una vez definida la unidad de análisis, en nuestro caso la población de la ciudad de Guayaquil, procedemos a delimitar las personas objeto de nuestro estudio, a fin de obtener los resultados.

El tamaño de la muestra consiste en el número de personas que ésta contiene, se calcula siguiendo criterios estadísticos y depende del tipo de investigación.

Para realizar una muestra probabilística, son necesarios dos procedimientos:

1. Calcular el tamaño de la muestra considerable de la población
2. Elegir los elementos muestrales de tal forma que al inicio tengan la misma oportunidad de ser considerados.

En nuestro proyecto, hemos considerado los habitantes de la ciudad de Guayaquil, que en este caso son: 2'291.158⁵⁴, segmentados por edades. La encuesta es dirigida a 801.339 habitantes entre 15 y 34 años de edad.

La fórmula para calcular la muestra es la siguiente:

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

⁵⁴Censo de Población y Vivienda (2010). INEC.

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 a 2.58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0.01) y 9% (0.09), valor que queda a criterio del encuestador.

Población de Guayaquil por rango de Edades

Rango de edades	Urbano
De 15 a 19 años	208.603
De 20 a 24 años	206.458
De 25 a 29 años	198.803
De 30 a 34 años	187.475
De 35 años en adelante	1 465.026
Total	2 291.158

Tabla 5
Fuente: <http://www.eruditos.net/>
Elaborado por: Las Autoras

Se procedió a calcular la muestra, y se tiene:

Error admisible= 5 %

N= 801.309

Para el 95% de confianza, Z=1.96

$$\sigma = 0.5$$

$$384 = \frac{801,339 (0,5)^2 (1,96)^2}{(801,339 - 1) (0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

Se encuestaron entre los rangos:

- De 15 a 19 años, 45 personas
- De 20 a 24 años, 171 personas
- De 24 a 29 años, 95 personas
- De 30 a 34 años, 73 personas

De los cuales:

- 115 fueron hombres (29.95%) y 269 fueron mujeres (70.05%).
- En el norte de la ciudad se encuestaron a 85 personas que representa el 22.13%. En el centro a 221 personas que representa el 57.55%. Y en el sur a 78 personas que representa 20.32%.

3.7. Diseño de Cuestionario

La elaboración del cuestionario se lo realizó bajo el sistema de preguntas cerradas de selección múltiple y una pregunta abierta.

1. ¿Entre sus prendas de vestir, usa camisetas?

- Sí
 No

Uso de Camisetas

Sí	384
No	0
	384

Tabla 6
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

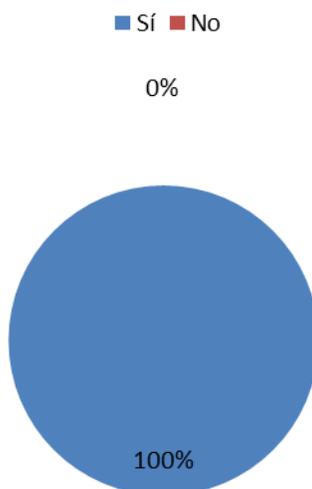


Gráfico 12
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis: Todas las personas encuestadas indicaron que utilizan camisetas, lo que nos permite determinar que se trata de una prenda utilizada con frecuencia, en algunos casos para asistir a escuelas, universidades, empresas, eventos sociales o para uso diario.

2. ¿Con qué frecuencia adquiere usted una camiseta?

- Cada mes
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Cada nueve meses
- Cada doce meses

Frecuencia de compra de camisetas

Cada mes	51
Cada tres meses	165
Cada seis meses	90
Cada nueve meses	58
Cada doce meses	20
	384

Tabla 7
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

- Cada mes
- Cada dos meses
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Cada doce meses

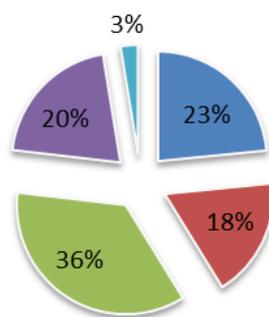


Gráfico 13
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas adquieren una camiseta cada tres meses, lo que nos ayuda a determinar nuestra frecuencia de producción, para cumplir con la demanda de la prenda.

3. ¿Qué tipo de tela prefiere utilizar en su prenda de vestir?

- Algodón
- Piqué
- Jersey

Tipo de tela a utilizar

Algodón	99
Piqué	119
Jersey	73
	384

Tabla 8
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

■ Algodón ■ Piqué ■ Jersey

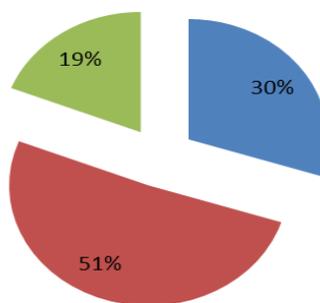


Gráfico 14
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis: Al momento de realizar la encuesta a cada una de las personas se les muestra un catálogo de las opciones de telas, y la mayoría eligió la tela piqué. Esta pregunta nos ayuda a determinar la tela a utilizar en la elaboración de las camisetas.

4. ¿Cuál es su color favorito de camiseta?

- Blanco**
- Negro**
- Azul**
- Amarillo**
- Verde**
- Otro (Especifique)** _____

Color de la camiseta	
Blanco	119
Negro	99
Azul	73
Amarillo	40
Verde	31
Otro	22
	384

Tabla 9
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

■ Blanco ■ Negro ■ Azul ■ Amarillo ■ Verde ■ Otros

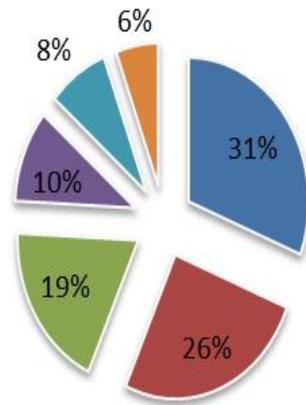


Gráfico 15
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Los resultados obtenidos en esta tabla, nos pone a consideración al momento de producir las camisetas sea en su mayoría color blanco, negro y azul y amarillo, que en su mayoría son los colores que prefieren las personas vestir.

5. ¿Qué modelo de camisetas utiliza?

- Cuello en v
- Polo
- Cuello redondo
- Otros (Especifique cual) _____

Modelo de camiseta

Cuello en v	82
Polo	180
Cuello Redondo	77
Otros	45
	384

Tabla 10
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

■ Cuello en v ■ Polo ■ Cuello redondo ■ Otros ■

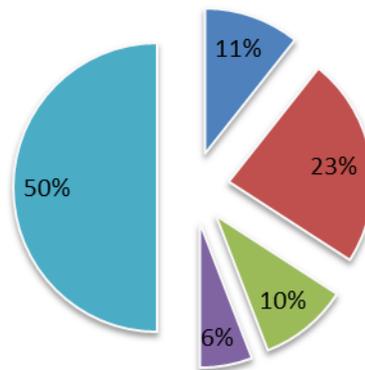


Gráfico 16
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- La mayor parte de las personas utiliza las camisetas tipo polo, lo que nos permite considerar la fabricación de este modelo de camisetas, por tratarse de una prenda de uso versátil.

6. ¿Le gusta personalizar su camiseta?

- Si
 No

Personalización de camiseta

SI	271
NO	113
	384

Tabla 11
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

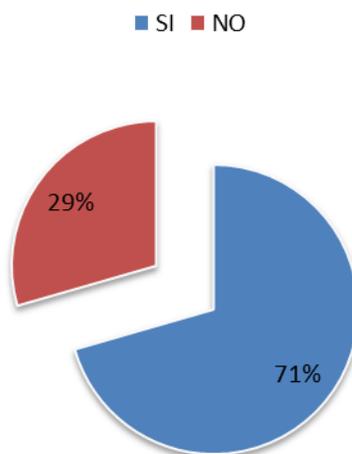


Gráfico 17
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Los datos de esta tabla muestran que la mayor parte de las personas les gusta tener un estilo diferente y gusta personalizar sus camisetas, mostrando así la necesidad de innovar su prenda.

7. ¿Qué tipo de personalización le gustaría en su camiseta?

- Frases
- Imágenes
- Otros (Especifique cuál) _____

Frases	106
Imágenes	203
Otros	75
	384

Tabla 12
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

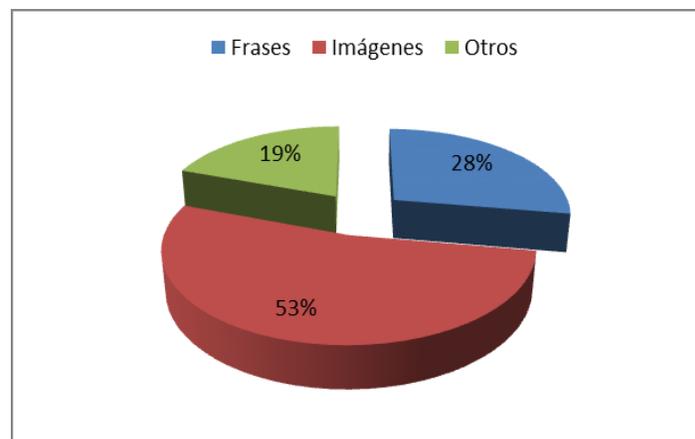


Gráfico 18
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Con esta pregunta se busca que el consumidor indique que tipo de diseño desea en su prenda, donde la mayoría de las personas encuestadas indicó que le gustaría plasmar imágenes.

8. ¿Qué tipo de diseño prefiere?

Estampado

Bordado

Tipo de diseño

Estampado	113
Bordado	271
	384

Tabla 13
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

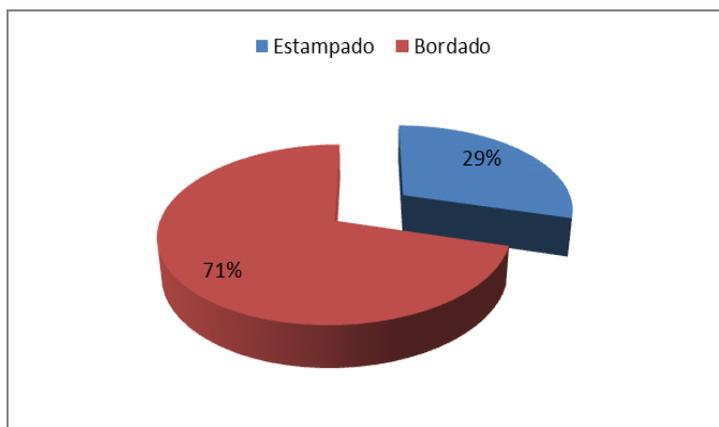


Gráfico 19
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- La mayoría de los encuestados se inclinan a los diseños bordados. Esta pregunta nos permite conocer que material utilizar al momento de realizar los diseños personalizados.

9. Si existiera la opción de combinar colores en su prenda, en qué lugar de su camiseta los prefiere utilizar?

- Cuello
- Mangas
- Cuello y mangas
- Otros (Especifique cuál) _____

Colores en la camiseta

Cuello	85
Mangas	69
Cuello y mangas	188
Otros	42
	384

Tabla 14
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

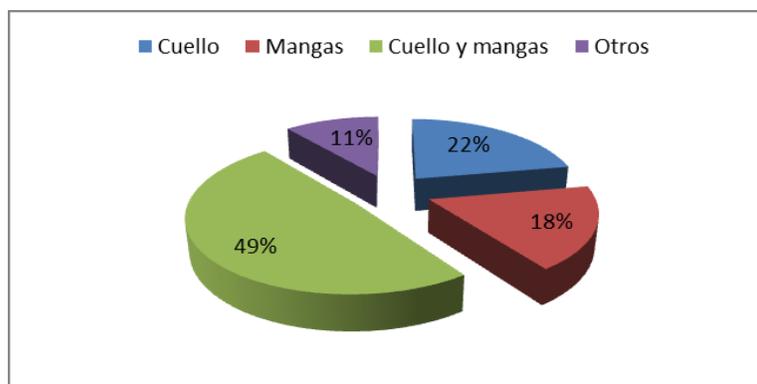


Gráfico 20
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Los resultados obtenidos muestran que a las personas si les gustaría innovar en cuanto a combinación de colores en la prenda, especialmente en cuellos y mangas, donde se aprecia más el cambio en la misma.

10. En qué lugar habitualmente compra sus camisetas?

- Bahía (Huayna Cápac)
- Centros Comerciales
- Comisariatos

Lugares de compra de camiseta

Bahía	223
Mall	96
Comisariatos	65
	384

Tabla 15
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

■ Bahía ■ Centros Comerciales ■ Comisariatos

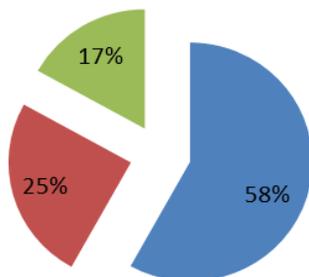


Gráfico 21
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- La mayoría de las personas compran sus camisetas en la bahía, lo que nos permite conocer en qué sector podemos ubicar el taller de confección de camisetas.

10. ¿Qué criterios toma en consideración usted al momento de adquirir una camiseta?

- Precio
- Marca
- Calidad
- Diseño

Criterios de compra

Precio	102
Marca	29
Calidad	84
Diseño	169
	384

Tabla 16
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

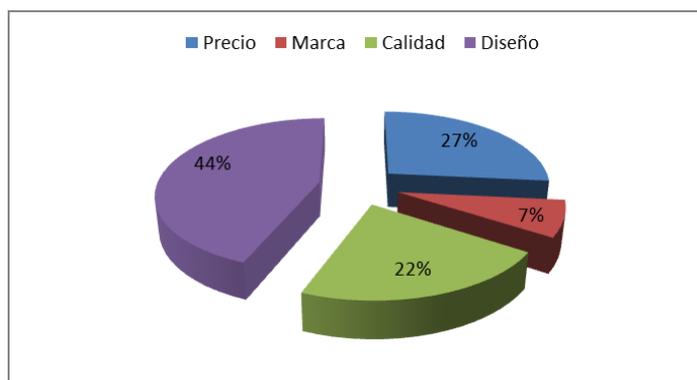


Gráfico 22
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Los datos del gráfico muestran que el criterio principal para adquirir una camiseta es el diseño, tomando en consideración el precio también.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta con combinación de colores y diseño personalizado?

\$ _____

Precio a pagar	
\$5	58
\$10	110
\$15	193
\$20	60
\$25	23
	384

Tabla 17
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

■ \$5 ■ \$10 ■ \$15 ■ \$20 ■ \$25

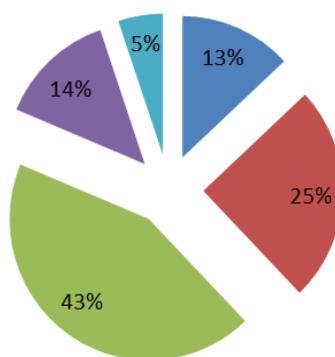


Gráfico 23
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras

Análisis.- Según las respuestas de los encuestados, hemos tabulado la información, llegando a la conclusión que la mayoría de las personas estarían dispuestas a pagar \$15 por nuestro producto.

12 ¿Considera usted que existen locales que brinden camisetas con estilos y diseños a su gusto?

Si

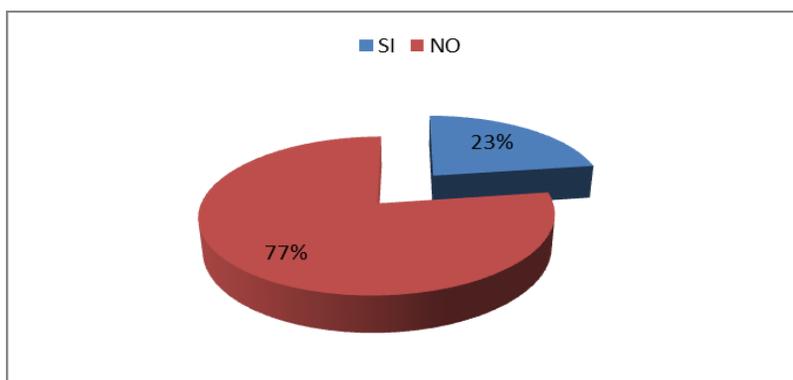
No

En caso de ser afirmativa su respuesta, especifique nombre del local

Locales que comercialicen camisetas con estilos

Si	87
No	297
	384

Tabla 18
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Las autoras



Análisis.- La mayoría de las personas no conocen locales de camisetas personalizadas, por tratarse de talleres pequeños, en lugares alejados a donde más se concentran las personas como son el centro de la ciudad y los centros comerciales, en donde existen escasos locales dedicados a esta actividad.

3.8. Tabulación de datos.

Según las encuestas realizadas en varios sectores de la ciudad de Guayaquil, se estableció que existe una demanda de camisetas con estilos en parte de nuestro mercado, por lo cual los clientes se muestran insatisfechos y con expectativa de un producto innovador, de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

Se realizaron 384 encuestas, las cuales fueron segmentadas por edad, sexo y sectores, de las cuales se puede concluir que:

Nuestro mercado meta serán personas de los sectores norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil, entre 15 y 34 años de edad, tanto hombres como mujeres.

La mayoría de las personas encuestadas indica que usa camisetas, por ser una prenda fresca y fácil de adquirir.

Nuestro producto será por tanto, camisetas de tela piqué tipo polo, con combinación de colores en cuellos y mangas, y bordado de diseños a elección del cliente.

Nuestro local estará ubicado en el sector centro de la ciudad de Guayaquil, por ser un sector donde hay más movimiento comercial.

El precio que la mayoría de las personas está dispuesta a pagar es \$15.

CAPITULO 4

4. Tema

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección de “Camisetas con Estilos y su comercialización en la ciudad de Guayaquil”.

4.1. Propuesta

Nuestro proyecto consiste en determinar la factibilidad de crear una microempresa que confeccione y comercialice camisetas con combinación de colores en cuellos y mangas, donde el cliente tenga la opción de bordar la imagen de su preferencia, con la finalidad de llegar al mercado de la ciudad de Guayaquil, mediante una buena estrategia de marketing.

4.2. Objetivo de la Propuesta

Determinar la factibilidad de inversión en la creación de una microempresa de camisetas con estilo en la ciudad de Guayaquil, a fin de satisfacer necesidades de personas que desean vestir una prenda diferente con un estilo innovador.

4.2.1. Perfil del Consumidor

Según las encuestas realizadas, las personas que estarían dispuestas a adquirir nuestro producto son aquellas que desean prendas de estilos y diseños innovadores, con precios accesibles, recalcando que deben ser clientes que sean imaginativos para elegir el diseño que plasmará en su camiseta, y así se diferencie de las demás.

4.3. Mercado objetivo de consumidores de camisetas con estilo

Mercado Objetivo: Personas residentes de sectores: norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil, en edades comprendidas entre los 15 y 34 años de edad.

4.4. Constitución de la Empresa

1. Elegimos nombre de la empresa como Bordados & Colores.
2. Solicitar la aprobación del nombre a la Superintendencia de Compañías.
3. Abrir una cuenta de integración de capital en el Banco del Pacífico con el aporte de \$37,224.03.
4. Después de 48 horas se recibe de parte de la Superintendencia de Compañías la resolución aprobatoria con correcciones.
5. Presentar en la Superintendencia de Compañías la papeleta de depósito de la cuenta de integración de capital con res copias de la escritura con oficio de un Abogado.
6. Designar a la Srta. Carmen Cazares Duchel como Administradora y Representante Legal de la empresa, e inscribir el nombramiento en el Registro Mercantil.
7. Presentar en la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:
8. Escritura inscrita en el Registro Civil
9. Ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa.
10. Copia de Nombramientos del Representante Legal y Administrador
11. Copia de Cédula de identidad del Representante Legal y Administrador
12. Formulario de Registro Único de Contribuyentes, cumplimentado y firmado por el Representante.
13. La Superintendencia de Compañías revisada la documentación nos entrega el formulario para el RUC, el cumplimiento de las obligaciones y existencia legal datos generales, nómina de accionistas y oficios al banco.

14. Entregar al Servicio de Rentas Internas la documentación recibida para la obtención del RUC.
15. Registrarse en el IESS aportando copia de RUC, copia de cédula de identidad y papeleta de votación de Representante Legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia del último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a los empleados.
16. Obtener permisos de funcionamiento emitidos por el Municipio de Guayaquil, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

4.5. Obligaciones del empleador en Ecuador:

- Celebrar un Contrato de Trabajo.
- Inscribirlo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador al IESS, a partir del primer día de trabajo, incluso a prueba.
- Tratar a los trabajadores con consideración, sin maltratos físicos ni verbales.
- Sueldo básico a enero del 2015 es \$354,00.
- Asumir el 11.5% que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pago de horas extras y suplementarias.
- Pago de décimo tercero y cuarto.
- Pago de Fondos de Reserva a partir del segundo año.
- Pago de Compensación por salario digno.
- Pago de utilidades.⁵⁵

4.6. Afiliación de los trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Los patronos están obligados a inscribir a sus trabajadores en el IESS, desde el primer día de sus labores y comunicar todos los movimientos del empleado como son: Aviso de salida,

⁵⁵Fuente: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/> extraído el 23 de enero del 2015.

modificaciones de sueldos y salarios, accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y otras condiciones de los afiliados.

En la actualidad la aportación mensual de los trabajadores al IESS es de 9.45% calculados de su Sueldo Básico Unificado (\$354, 00)

4.7. Obtención de Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral (Solicitud de clave para empleador)

1. Ingresar a la página web www.iess.gob.ec a empleadores
2. Actualizar datos del registro patronal
3. Escoger sector al que pertenece, si es público, privado o doméstico)
4. Ingresar datos obligatorios y digitar número de RUC
5. Seleccionar el tipo de empleador
6. Acercarse a las oficinas de Historia Laboral del IESS con los siguientes documentos:
 - Solicitud de entrega de clave (obtenida por el internet)
 - Copia del RUC
 - Copias de cédula de identidad y papeleta de votación a color del representante legal
 - Copia de pago de un servicio básico
 - Calificación artesanal
 - Original de cédula de ciudadanía⁵⁶

⁵⁶ www.iess.gob.ec

4.8. Planificación Estratégica

4.8.1. Nombre de la Empresa

Bordados & Colores S.A

4.8.2. Razón Social

Bordados & Colores S.A.

4.8.3. Tipo de Empresa

Bordados & Colores S.A, deberá ser inscrita en la Superintendencia de Compañías como una Sociedad Anónima.

4.8.4. Marca

El nombre de la marca es Bordados & Colores

4.8.5. Eslogan

Atrévete a ser diferente...

4.8.6. Logotipo



Figura 13
Elaborado por: Las Autoras

4.8.7. Objetivo General

Fabricar y comercializar Camisetas con estilo, brindándoles a nuestros clientes la opción de combinar colores en mangas y cuellos de sus prendas y de crear su propio diseño bordado.

4.8.8. Objetivos Específicos

- ✓ Lograr aceptación mayoritaria en el mercado de la ciudad de Guayaquil, para el segundo semestre del 2015.
- ✓ Diversificar la línea de productos.
- ✓ Contar con las máquinas necesarias, para poder elaborar el producto con la mejor calidad.

4.8.9. Misión

Somos una empresa dedicada a la confección y comercialización de camisetas con estilo en la ciudad de Guayaquil, que busca ofrecer a nuestros clientes un producto innovador fabricado por mano de obra capacitada utilizando tecnología adecuada, con un equipo de trabajo que practica valores de responsabilidad, compromiso, y calidad.

4.8.10. Visión

Convertirnos en una empresa que fabrique y diseñe camisetas a gusto del cliente, y sea reconocida a nivel local por su estilo innovador, con miras a extender su comercialización a nivel nacional.

4.8.11. Valores Corporativos

Nuestra microempresa planea estar 100% comprometida con la necesidad de los consumidores teniendo en cuenta los siguientes principios:

- **Responsabilidad.-** En cumplir a tiempo con el pedido del cliente, pago de cuenta a nuestros proveedores, y con las obligaciones con el Estado.
- **Compromiso.-** Caminar juntos hacia cumplir la visión de la empresa, comprometiéndonos con nuestro cliente interno que son los empleados y nuestro cliente externo, teniendo en cuenta que la empresa la conformamos todos.
- **Calidad.-** Desarrollar el producto con la materia prima adecuada, y velar por el buen desempeño administrativo, lo cual conlleva a un buen producto y a la satisfacción de nuestros clientes.
- **Lealtad.-** Hacia el cumplimiento de nuestra misión, que es satisfacer la necesidad de nuestros clientes y así mismo cumplir con el compromiso adquirido con nuestros proveedores.
- **Equidad.-** Trabajo en equipo brindándole a cada uno de nuestros empleados igualdad en cada actividad que se presente en nuestra organización.

4.9. Entorno y Dirección Estratégica

4.9.1. Las cinco Fuerzas competitivas de Porter

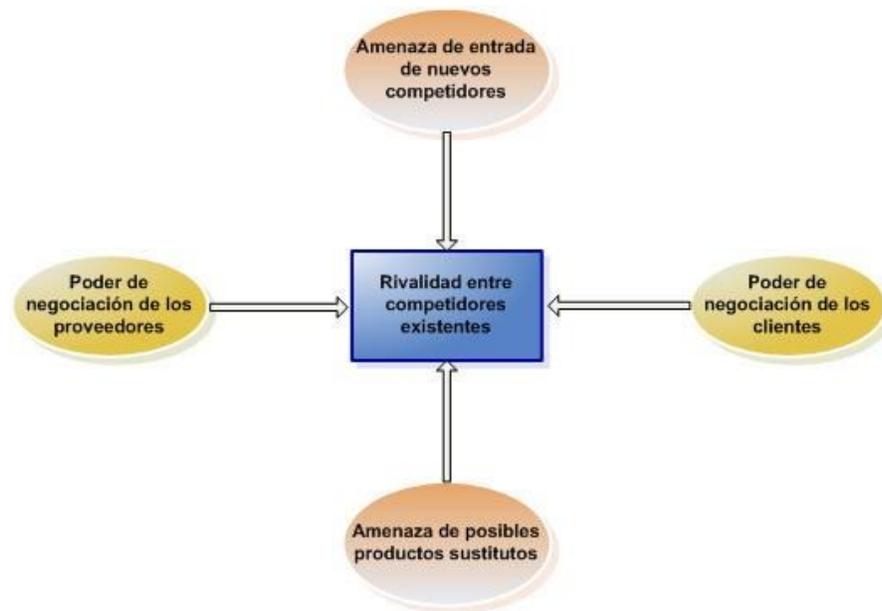


Figura 14

Fuente: <http://www.gestiopolis.com/economia-2/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter.jpg>

1. Amenaza de los nuevos competidores

Ingreso de empresas extranjeras, que comercializan prendas de vestir, entre ellas camisetas de baja calidad y a bajo costo, por ejemplo el mercado chino.

2. Poder de Negociación de los clientes

Existen varias empresas que ofrecen servicios similares al nuestro, por lo tanto el cliente tiene varias opciones para elegir, pero el cliente decide si adquirir nuestro producto por su diferenciación.

3. Poder de Negociación de los proveedores

En la ciudad de Guayaquil, encontramos diversas empresas que venden nuestra materia prima. Al momento nuestro proyecto cuenta con el proveedor de telas fabricadas en Quito y Gualaceo, a fin de evitar las salvaguardas que en la actualidad caen sobre las telas importadas.

4. Amenazas de productos sustitutos

Existen empresas que brindan un servicio similar de venta de camisetas con diseños personalizado, pero no con el estilo de variación de colores que le ofrece Bordados & Colores S.A.

5. Rivalidad entre los competidores existentes

En la actualidad no hay competencia directa, pero existen competidores que se dedican a elaborar diseños repetitivos, que no incentivan al consumidor, y a estos los podemos llamar rivalidad entre competidores.

4.9.2. Matriz F.O.D.A.



Figura 15

Fuente: <http://calijaz.files.wordpress.com/2010/08/foda.jpg>

Fortalezas:

- En la ciudad de Guayaquil, no existe una empresa que confeccione camisetas tipo polo con combinación de colores en cuellos y mangas, sólo lo hacen en camisetas llanas, y si brindan algunas el servicio de bordado pero estandarizado, donde el cliente no puede elegir por ejemplo bordar un demo de una fotografía.
- Personal especializado que realizará su labor de corte y manejo de maquinarias para la confección de una manera productiva.
- Contamos con bordadora computarizada, que permite con la ayuda de un programa hacer realidad los bordados que el cliente desee plasmar en su prenda.
- Contamos con proveedor de tela fabricada en Quito y Gualaceo, evitando de esta manera que nuestro costo se vea afectado por la salvaguarda actual a nuestra materia prima que es la tela.

Oportunidades:

- Proveedores con precios convenientes y descuentos en compras a empresas y al por mayor.
- Competencia débil con respecto a innovación en estilos.
- Expectativa de parte de los clientes por un producto diferente.
- Gobierno Nacional apoya a la inversión nacional a través de financiamientos bancarios.

Debilidades:

- Marca nueva aún no reconocida en el mercado de la ciudad de Guayaquil.
- Las administradoras de la empresa, no cuentan con experiencia previa en dirigir empresas de confecciones de camisetas.

Amenazas:

- Empresas Chinas que venden camisetas de baja calidad a precios muy bajos especialmente en el centro de la ciudad.
- Posible incremento del costo de materia prima e insumos.
- Aparición de nueva competencia que mejoren nuestro producto.

4.9.3. Matriz Boston Consulting Group o BCG

La Matriz BCG de crecimiento – participación de un producto es una herramienta que sirve para establecer la posición competitiva de un negocio. Se encuentran cuatro cuadrantes que definen cada uno cuatro situaciones, productos: estrella, interrogantes, vacas o perros.⁵⁷

⁵⁷ Métricas del Marketing 2da. Edición. Alejandro Domínguez Doncel y Gemma Muñoz Vera. 2010.

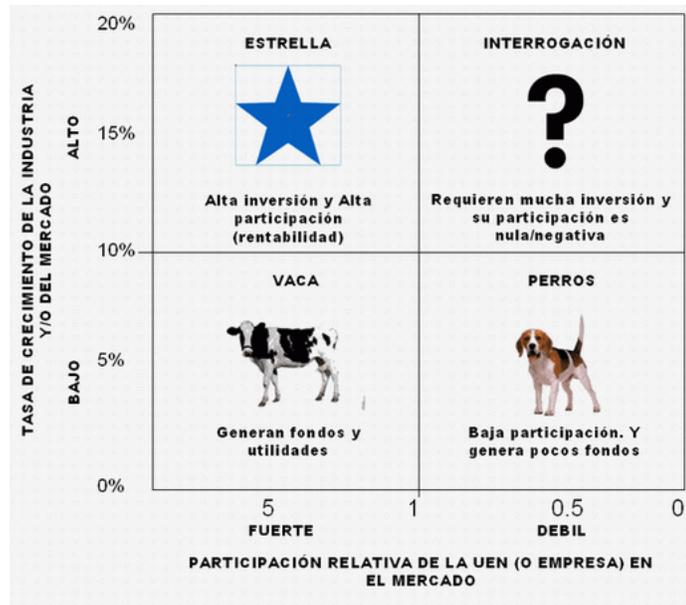


Figura 16

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos61/matriz-crecimiento-participacion/Image27851.gif>

Nuestro producto camisetas con estilos, lo ubicamos en el cuadrante de interrogación, porque somos una microempresa nueva, y aún no tenemos ganado una participación en el mercado, pero si la ventaja de que es un mercado que está en constante crecimiento.

4.10. Estrategia de Mercado

Se utilizara la Estrategia de Marketing Mix

- PRODUCTO
- PRECIO
- PROMOCION
- PLAZA

Marketing:

El concepto de marketing fue definido como el conjunto de técnicas que estudian y facilitan el paso de productos y servicios desde su lugar de origen o producción hasta su punto final: el consumidor o usuario.⁵⁸

4.10.1. Producto

El producto es concebido por el marketing desde dos ópticas, una restringida y otra más abarcadora.

La primera considera la definición del producto (o servicio) solo aquellos atributos que lo constituyen, como las características tecnológicas, la marca, las variedades (sabor, color) y los tamaños.

Desde la segunda perspectiva, se concibe el producto como un concepto que tiene ciertos atributos internos, intrínsecos al producto, la variedad, el diseño, la marca, el tamaño, empaque y otros que son externos pero que deben ser incluidos como parte del producto total.⁵⁹

Nuestro producto es una camiseta fabricada en tela piqué que tendrá combinación de colores en cuellos y mangas; adicionalmente, el cliente tendrá la opción de plasmar un bordado del diseño a su elección. Será dirigido a un segmento de mercado de personas entre 15 a 34 años, de sectores norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil.

⁵⁸ Soriano L, Claudio. (2004). Plan de Marketing personal: Diaz de Santos.

⁵⁹ Dvosking, Roberto (2004), Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia, Buenos Aires: Granica.



Figura 17

<http://www.kamisetasserigrafiadas.es/productos/ver/7202/polo-laboral-combinada-ref-9120-roly-publicitarios/>

4.10.2. Precio

Para poder determinar el precio se utilizó la estrategia basada en el valor percibido por el consumidor y modelados por los precios de la competencia, valores que oscilan entre \$10 y \$15 dólares. Pero según encuestas realizadas se fijó el precio de \$15.

4.10.3. Plaza:

Nuestro producto será comercializado en forma directa del fabricante al consumidor, lo que permite disminuir precio final del producto.

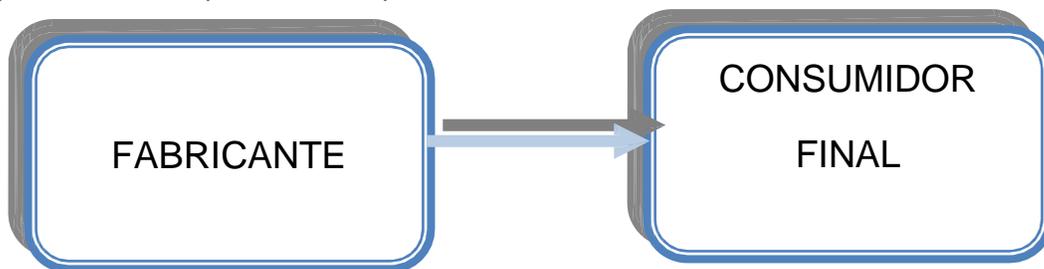


Gráfico 25
Elaborado por: Las autoras

4.10.4. Promoción

La promoción de un producto es importante porque permite que el bien que se fabrica en este caso las camisetas, sea conocido por nuestros futuros clientes, y así tener una buena aceptación del mismo y aumentar nuestras ventas.

Utilizaremos la entrega de volantes en lugares estratégico uno de ellos será en el centro de Guayaquil que es un lugar muy concurrido por nuestros posibles clientes. Además se crea una cuenta de Facebook y Twitter, por ser las redes sociales más utilizadas por los usuarios, lo cual nos ayuda a promocionar nuestro producto.



**BORDADOS
&
COLORES**

ATREVETE A SER DIFERENTE

Bordados y Colores
Te damos la Oportunidad de que tu puedas diseñar tu propio estilo en tus camisetas para cualquier ocasión.

Te Ofrecemos :
Camisetas de buena Calidad
Variedad de Colores
Bordados con la ultima tecnologia

Direccion: Sucre y 6 de Marzo
Telefono: 2306095

Gráfico 26
Elaborado por: Las Autoras



Gráfico 27
Elaborado por: Las Autoras



Gráfico 28
Elaborado por: Las Autoras

4.11. Estructura Organizacional

Nuestra empresa estará conformado por nueve empleados la misma que está orientada a una estructura organizacional matricial.

Escogimos este tipo de estructura por ser la más apropiada cuando se desarrolla un tipo de proyecto. A la vez, nos permite reunir por áreas al personal de acuerdo a sus habilidades y especialización.

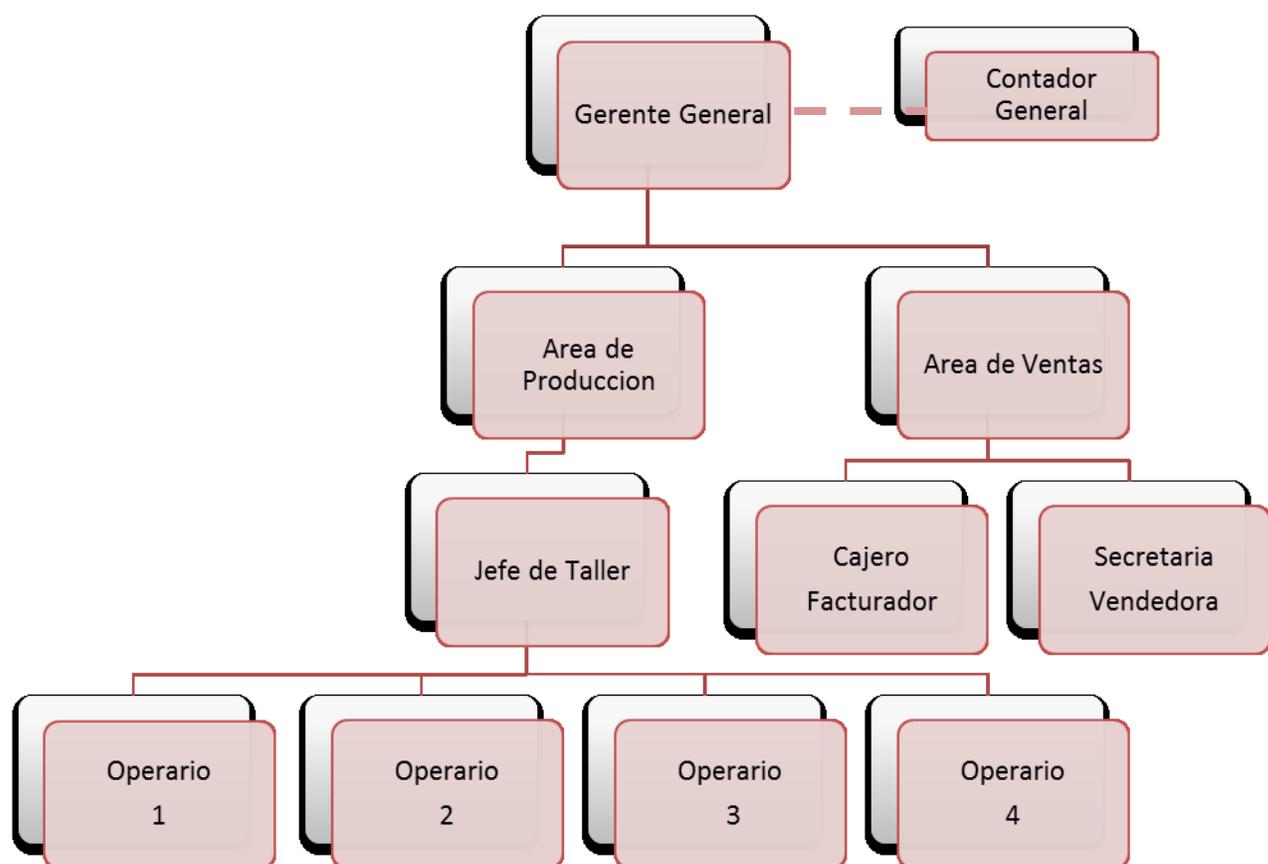


Gráfico 29
Elaborado por: Las Autoras

4.12. Descripción y perfil de cargos:

La administración la ejercerán las creadoras de este proyecto.

Cabe mencionar que en todos los cargos se requiere tener un año mínimo de experiencia

Descripción del puesto
Nombre del Cargo: Gerente General Perfil: Ingeniero Comercial
FUNCIONES DEL CARGO:
<ul style="list-style-type: none">✓ Ser el representante legal✓ Organizar el funcionamiento de los procesos✓ Convenios con proveedores✓ Manejo de recursos financieros y administrativos✓ Cuidar del bienestar de los trabajadores✓ Planificar y presupuestar los costos✓ Velar por la imagen de la Empresa✓ Crear estrategias de Ventas que permita cumplir con los objetivos establecidos



Descripción del puesto	
Nombre del Cargo: Contador	
Perfil: Contador Público Autorizado	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar informes de Estados Financieros de la empresa periódicamente. ✓ Emitir su criterio acerca de la situación económica de la empresa cada vez que se la requiera ✓ Se encargara de atender todo los obligaciones legales al fin de evitar multas a la empresa ✓ Gestionar los libros contables ✓ Dar el asesoramiento oportuno al Gerente para optimizar los recursos de la empresa 	

Descripción del puesto	
Nombre del Cargo: Jefe de Taller	
Perfil: Técnico en Corte y Confección	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar entrega-recepción de materia prima ✓ Verificar buen estado de las telas ✓ Coordinar tiempos de ejecución del producto ✓ Velar por la calidad del producto terminado 	

Descripción del puesto	
Nombre del Cargo: Operarios	
Perfil: Técnicos en Corte y Confección	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar todas las actividades previstas en producción a tiempo. ✓ Mantener en buen estado las maquinarias , darle su respectivo mantenimiento ✓ Tener conocimiento del control de calidad que se le debe de hacer a las prendas ✓ Realizar la entrega de los pedidos en el tiempo establecido ✓ Indicar a su superior a tiempo el requerimiento de la materia prima para la producción 	

Descripción del puesto	
Nombre del Cargo: Cajero - Facturador	
Perfil: Estudiante universitario o graduado en área contable o financiera	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al publico ✓ Manejo y custodia del dinero ✓ Reporte de las transacciones diarias de las ventas 	

Descripción del puesto	
Nombre del Cargo: Secretaria - Vendedora	
Perfil: Estudiante universitario o graduado en área de marketing	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al público ✓ Reporte de diario de las ventas ✓ Elaboración de oficios ✓ Archivo de documentos ✓ Coordinación con proveedores 	

4.13. Proceso de fabricación de las Camisetas con Estilos

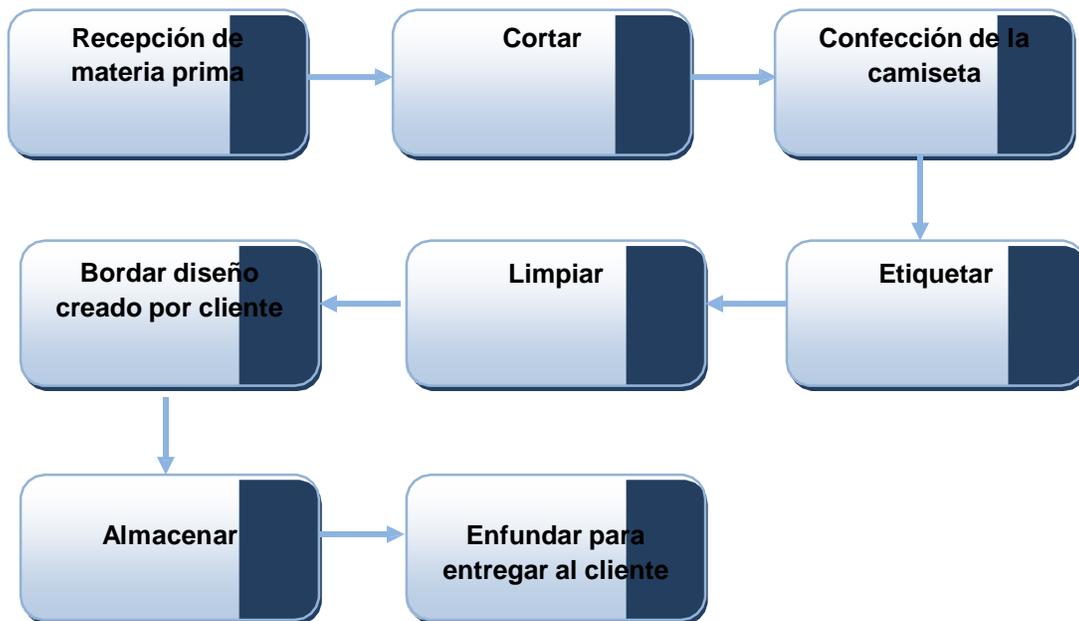


Gráfico 30
Elaborado por: Las Autoras

Elaboración del patrón en papel periódico o cartulina

1. Recepción de materia prima

Al recibir la materia prima se deberá contar la cantidad solicitada y que la calidad sea la adecuada.

2. Cortar

Se pone la tela en mesas, se colocas los patrones y se marca la tela una vez marcada la tela se procede a cortar.

3. Confección de la camiseta

Pasa a la sección de las operarias donde ellas empiezan armar las partes de las camisetas uniendo la parte delantera y la de atrás de igual la unión las mangas, así mismo se cose el borde del cuello y se pega los filis de colores en cuellos y mangas que serán elaborados de la misma tela con variación de colores.

4. Etiquetar

Esto se lo realiza de una manera rápida se le pone la etiqueta a la altura del cuello.

5. Limpiar

Una vez confeccionada se le sacan las hilachas hasta que estén limpias, se revisa cualquier falla que tenga.

6. Bordar

Se procede a realizar el respectivo bordado que el cliente escogió

7. Doblar

Se planchan las camisetas para que el doblado quede bien.

8. Almacenar

Después de enfundada se procede a contar y se almacenan para su respectiva venta.

9. Enfundar

Se lo hace en funda trasparente a la medidas del doblado para que no se arruguen y den una buena presentación al ser adquiridas por el cliente.

4.15. Inversión Inicial en Activos e Inventarios

4.15.1. Inversión en Activos Corrientes

4.15.1.1. Gastos de Publicidad

DESCRIPCION	CANTIDAD
VOLANTES MILLAR	1
DISEÑO DE PÁGINA WEB	1
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	

Tabla 19
Elaborado por: Las autoras

4.15.1.2. Arriendos

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LOCAL	1	\$ 450,00
DEPÓSITO EN GARANTÍA LOCAL		\$ 900,00
TOTAL ARRIENDO		\$ 1.350,00

Tabla 20
Elaborado por: Las autoras

4.15.2. Inversión en Activos propiedad planta, y equipos maquinarias

4.15.2.1 Maquinarias

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CORTADORA VERTICAL	1	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00
MÁQUINA DE COSTURA RECTA	1	\$ 561,00	\$ 561,00
MÁQUINA RECUBRIDORA	1	\$ 1.731,00	\$ 1.731,00
MÁQUINA OVERLOCK 5 HILOS	1	\$ 1.338,00	\$ 1.338,00
MÁQUINA BORDADORA	1	\$ 9.922,50	\$ 9.922,50
TOTAL MAQUINARIAS			\$ 15.344,50

Tabla 21
Elaborado por: Las autoras

4.15.2.2. Equipos de oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 475,00	\$ 475,00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			\$ 475,00

Tabla 22
Elaborado por: Las autoras

4.15.2.3. Equipos de computación

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORAS	5	\$ 345,00	\$ 1.725,00
IMPRESORAS	5	\$ 235,00	\$ 1.175,00
REGULADORES DE VOLTAJE	5	\$ 13,00	\$ 65,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 593,00	\$ 2.965,00

Tabla 23
Elaborado por: Las autoras

4.15.2.4. Software (Activo intangible)

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SOFTWARE BORDADORA PETSIDE	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
TOTAL DE SOFTWARE		\$ 1.300,00	\$ 1.300,00

Tabla 24
Elaborado por: Las autoras

4.15.2.5. Muebles y enseres

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	1	\$ 311,20	\$ 311,20
ESCRITORIO LINEAL	4	\$ 232,00	\$ 928,00
SILLON EJECUTIVO	2	\$ 181,18	\$ 362,36
SILLAS UNIPERSONALES CON BRAZOS	3	\$ 86,00	\$ 258,00
SILLAS SIN BRAZOS PARA OPERARIAS	4	\$ 80,63	\$ 322,52
ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS	1	\$ 189,50	\$ 189,50
SILLAS DE TRES CUERPOS	2	\$ 195,00	\$ 390,00
MESA DE TRABAJO	1	\$ 127,20	\$ 127,20
CESTO PARA BASURA	4	\$ 4,00	\$ 16,00
TELÉFONOS OFICINA	5	\$ 35,00	\$ 175,00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.441,71	\$ 3.079,78

Tabla 25
Elaborado por: Las autoras

4.15.2.6. Suministros de oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARCHIVADOR DE OFICIOS	10	\$ 3,37	\$ 33,70
RESMAS DE PAPEL BOND A4	10	\$ 3,50	\$ 35,00
PAPELERAS	5	\$ 20,07	\$ 100,35
PERFORADORA	5	\$ 5,00	\$ 25,00
GRAPADORA	5	\$ 4,48	\$ 22,40
BOLIGRAFOS CAJA	10	\$ 0,40	\$ 4,00
CINTA ADHESIVA	10	\$ 0,25	\$ 2,50
DISPENSADOR DE CINTA	10	\$ 2,30	\$ 23,00
SOBRES MANILA	50	\$ 0,10	\$ 5,00
CLIPS PEQUEÑOS CAJA	50	\$ 0,30	\$ 15,00
TOTAL DE SUMINISTROS DE OFICINA			\$ 265,95

Tabla 26
Elaborado por: Las autoras

4.15.3. Inversión en inventarios (calculados por unidad)

4.15.3.1. Materia prima directa

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO/KILO	VALOR TOTAL
PIQUE LLANO COLOR CLARO (KILO)	1	\$ 11,00	\$ 11,00
TOTAL POR KILO (EQUIVALE A 2 MTS)			\$ 11.00

Tabla 27
Elaborado por: Las autoras

4.15.3.2 Materia prima indirecta (Calculados por unidad)

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
HILOS PARA MÁQUINA RECTA, OVERLOCK Y RECUBRIDORA (cono)	1	\$ 2,35	
HILOS PARA BORDADORA (cono)	1	\$ 6,16	
BOTONES PARA CAMISETAS (MILLAR)	2	4.40	
TOTAL SUMA DE MATERIA PRIMA INDIRECTA			\$12.91

Tabla 28
Elaborado por: Las autoras

4.15.3.3. Inventario de materiales para confecciones de camisetitas

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TIJERA PARA TELA	10	\$ 1,48	\$ 14,80
CINTA MÉTRICA	10	\$ 0,45	\$ 4,50
PAÑO DE AGUJA MÁQUINA RECTA	10	\$ 2,35	\$ 23,50
PAÑO DE AGUJA MÁQUINA OVERLOCK	10	\$ 3,55	\$ 35,50
PAÑO DE AGUJA MÁQUINA RECUBRIDORA	10	\$ 4,00	\$ 40,00
TIZA SASTRE	10	\$ 0,20	\$ 2,00
PAPEL PERIÓDICO PLIEGO	10	\$ 0,18	\$ 1,80
PAÑO DE AGUJA PARA BORDADORA	10	\$ 2,35	\$ 23,50
TOTAL SUMA DE MATERIALES			\$ 145,60

Tabla 29
Elaborado por: Las autoras

4.15.3.4. Materiales o suministros indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FUNDAS PLÀSTICAS (MILLAR)	1	\$ 50,00	\$ 50,00
ETIQUETAS (METROS)	500	\$ 190,40	\$ 190,40
TOTAL MATERIALES O SUMINISTROS INDIRECTOS			\$ 240,40

Tabla 30
Elaborado por: Las autoras

4.15.3.5. Servicios básicos

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
LUZ	1	\$ 480,00	\$ 480,00
TELÈFONO	1	\$ 45,00	\$ 45,00
INTERNET	1	\$ 70,00	\$ 70,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS		\$ 595,00	\$ 595,00

Tabla 31
Elaborado por: Las autoras

4.15.3.6. Financiamiento del proyecto

El proyecto de factibilidad para la creación de la microempresa Bordados & Colores S.A., se financiará con inversión propia.

Socios	% Aporte	Valor en Dólares
Verónica Violeta Arguello Espinoza		\$ 15,552.10
Carmen Rebeca Cazares Duchel		\$21,671.93
TOTAL		\$37,224.03

Tabla 32
Elaborado por: Las autoras

4.16. Estados Financieros

4.16.1. Presupuesto de Ventas

AÑO 2015	MESES												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
UNIDADES VENDIDAS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.400,00	12.400,00
Precio Unitario Promedio	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	21.000,00	186.000,00

AÑO 2016	MESES												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
UNIDADES VENDIDAS	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.540,00	13.640,00
Precio Unitario Promedio	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90	15,90
	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	17.490,00	24.486,00	216.876,00

AÑO 2017	MESES												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
UNIDADES VENDIDAS	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.210,00	1.694,00	13.981,00
Precio Unitario Promedio	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85	16,85
	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	20.393,34	28.550,68	235.635,77

Cuadro 1
Elaborado por: Las autoras

4.16.2. Estado de Situación Inicial

**BORDADOS & COLORES
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE ENERO DE 2015**

ACTIVO			PASIVO	
CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE	
EFFECTIVO O EQUIVALENTES A EFFECTIVO		6.517,00		0,00
Banco	6517			
INVENTARIO		5.626,80	PATRIMONIO	
Materia prima	5626,8			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES		1.915,95	CAPITAL SOCIAL	37.224,03
Gastos de publicidad Prepagada	300			
Arriendo Prepagado	1350			
Suministros de oficina	265,95			
NO CORRIENTE				23.164,28
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
Muebles y Enseres		3.079,78		
Maquinaria y Equipo		15.819,50		
Equipo de Computación		2.965,00		
ACTIVOS INTANGIBLES				
Software		1.300,00		
TOTAL DE ACTIVOS		37.224,03	TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	37224,03

4.16.3. Estado de Resultado

BORDADOS & COLORES
ESTADO DE RESULTADO
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

		AÑO 2015
INGRESOS		
<u>VENTAS</u>	-	\$ 186.000,00
COSTOS	-	
Materia prima		\$ 69.772,35
<u>Mano de Obra</u>	-	\$ 29.035,44
Costos Indirectos de fabricaciòn		\$ 7.560,00
GANANCIA BRUTA	-	\$ 79.632,20
GASTOS	-	
Gastos operativos		\$ 21.404,88
Gastos personal de ventas	\$ 12.076,08	
Gastos personal de operativo	\$ 9.328,80	
Gastos de suministros y servicios		\$ 12.060,00
Depreciaciòn		\$ 1.922,03
AMORTIZACIONES		\$ 260,00
Amortizacion	\$ 260,00	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	-	\$ 43.985,29
(-) 15% PARTICIPACIÒN TRABAJADORES		\$ 6.597,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-	\$ 37.387,50
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 8.225,25

4.16.4. Estado de Resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
INGRESOS			
<u>VENTAS</u>	\$ 186.000,00	\$ 216.876,00	\$ 235.635,77
<u>COSTO DE VENTAS</u>			
Materia prima	\$ 69.772,35	\$ 76.629,56	\$ 78.545,30
<u>Mano de Obra</u>	\$ 29.035,44	\$ 40.139,04	\$ 44.367,22
Costos Indirectos de fabricación	\$ 7.560,00	\$ 8.013,60	\$ 8.494,42
<u>GANANCIA BRUTA</u>	\$ 79.632,20	\$ 92.093,80	\$ 104.228,85
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>			
Gastos Administrativos	\$ 21.404,88	\$ 25.041,37	\$ 27.369,43
Gastos de suministros y servicios	\$ 12.060,00	\$ 15.678,00	\$ 20.381,40
Depreciaciones	\$ 1.922,03	\$ 1.922,03	\$ 1.922,03
Amortizaciones	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
<u>GANANCIA ANTES DE PARTIC. TRABAJ. E IMPTO A LA RENTA</u>	\$ 43.985,29	\$ 49.192,40	\$ 54.295,99
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 6.597,79	\$ 7.378,86	\$ 8.144,40
<u>GANANCIA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</u>	\$ 37.387,50	\$ 41.813,54	\$ 46.151,59
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 8.225,25	\$ 9.198,98	\$ 10.153,35
<u>GANANCIA NETA</u>	\$ 29.162,25	\$ 32.614,56	\$ 35.998,24

4.16.5. Flujo de Caja proyectado

BORDADOS & COLORES
FLUJO DE CAJA
PROYECTADO A 3 AÑOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2015	2016	2017
Ingresos OPERATIVOS				
Ingresos por ventas		\$ 186.000,00	\$ 216.876,00	\$ 235.635,77
EGRESOS OPERATIVOS				
Pago a proveedores		\$ 86.198,27	\$ 91.370,17	\$ 96.852,38
Pago por mano de obra obreros		\$ 29.035,44	\$ 40.139,04	\$ 44.367,22
Pagos por remuneraciones empleados		\$ 21.404,88	\$ 25.041,37	\$ 27.369,43
Otros egresos		\$ 12.060,00	\$ 15.678,00	\$ 20.381,40
Pago Reparto Utilidades Trabajadores		\$ -	\$ 6.597,79	\$ 7.378,86
Pago Impuesto Renta		\$ -	\$ 8.225,25	\$ 9.198,98
		\$ 148.698,59	\$ 187.051,62	\$ 205.548,26
FLUJO OPERATIVO		\$ 37.301,41	\$ 29.824,38	\$ 30.087,51
FLUJO DE INVERSIÓN				
INVERSION DE CAPITAL	\$ 37.224,03			
Capital de Trabajo		\$ 6.517,00		
FLUJO NETO	\$ 37.224,03	\$ 43.818,41	\$ 29.824,38	\$ 30.087,51
FLUJO ACUMULADO		\$ 43.818,41	\$ 73.642,78	\$ 103.730,30

4.16.6. VAN y TIR

CÁLCULO DE LA VAN Y TIR

INVERSIÓN INICIAL	\$	(37.224,03)
AÑO 2015	\$	43.818,41
AÑO 2016	\$	29.824,38
AÑO 2017	\$	30.087,51

VAN: \$ 59.791,66
TIR: 85%
PBP: 10 MESES 4 DÍAS

4.16.7. Estado de Situación Financiera

BORDADOS & COLORES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

ACTIVOS	AÑO 2015
Activos Corrientes	
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 43.818,41
Inventarios	\$ 14.492,71
Otros activos corrientes	\$ 1.915,95
Activo no Corriente	
Propiedad, Planta y Equipo	
Equipos y Maquinarias	\$ 15.819,50
Muebles y Enseres	\$ 3.079,78
Equipos de Computación	\$ 2.965,00
(Dep. Acumulada)	\$ (1.922,03)
Software	\$ 1.300,00
(Amortización Acumulada)	\$ (260,00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 81.209,32
PASIVOS	
Pasivos Corrientes	
15% Util. Trabajadores	\$ 6.597,79
22% Imp. Renta	\$ 8.225,25
TOTAL PASIVOS	\$ 14.823,04
PATRIMONIO	
Capital Suscrito	\$ 37.224,03
Reserva Legal	\$ 2.916,22
Utilidad del Ejercicio	\$ 26.246,02
Utilidades acumulada	
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 66.386,27
PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 81.209,32

GERENTE GENERAL

CONTADORA GENERAL
 REG. CONT. 05555

4.16.8. Estado de Situación Financiera Proyectado

BORDADOS & COLORES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
PROYECTADO A 3 AÑOS

	Año 0	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
ACTIVOS				
Activos Corrientes				
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 6.517,00	\$ 43.818,41	\$ 73.642,78	\$ 103.730,30
Inventarios	\$ 5.626,80	\$ 14.492,71	\$ 21.219,72	\$ 31.032,38
Otros activos corrientes	\$ 1.915,95	\$ 1.915,95	\$ 1.915,95	\$ 1.915,95
Activo no Corriente				
Propiedad, Planta y Equipo				
Equipos y Maquinarias	\$ 15.819,50	\$ 15.819,50	\$ 15.819,50	\$ 15.819,50
Muebles y Enseres	\$ 3.079,78	\$ 3.079,78	\$ 3.079,78	\$ 3.079,78
Equipos de Computación	\$ 2.965,00	\$ 2.965,00	\$ 2.965,00	\$ 2.965,00
(Depreciación Acumulada)		\$ (1.922,03)	\$ (3.844,06)	\$ (5.766,09)
Software	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
(Amortización Acumulada)		\$ (260,00)	\$ (520,00)	\$ (780,00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 37.224,03	\$ 81.209,32	\$ 115.578,67	\$ 153.296,82
PASIVOS				
Pasivos Corrientes				
15% Util. Trabajadores		\$ 6.597,79	\$ 7.378,86	\$ 8.144,40
22% Imp. Renta		\$ 8.225,25	\$ 9.198,98	\$ 10.153,35
TOTAL PASIVOS		\$ 14.823,04	\$ 16.577,84	\$ 18.297,75
PATRIMONIO				
Capital Suscrito	\$ 37.224,03	\$ 37.224,03	\$ 37.224,03	\$ 37.224,03
Reserva Legal		\$ 2.916,22	\$ 6.177,68	\$ 9.777,50
Utilidad del Ejercicio		\$ 26.246,02	\$ 29.353,10	\$ 32.398,42
Utilidades acumulada			\$ 26.246,02	\$ 55.599,12
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 37.224,03	\$ 66.386,27	\$ 99.000,83	\$ 134.999,07
PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 37.224,03	\$ 81.209,32	\$ 115.578,67	\$ 153.296,82

GERENTE GENERAL

CONTADORA GENERAL
REG. CONT. 05555

4.16.9. Punto de Equilibrio en unidades y dólares

Punto de Equilibrio en unidades

Costos Fijos	\$ 70.060,32
costos Variables por unidad	\$ 5,63
PVP por unidad	\$ 15,00

$$\text{Punto de Equilibrio en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVP} - \text{costos Variables}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en unidades} = \frac{\$ 70.060,32}{\$ 9,37}$$

Punto de Equilibrio en unidades =

7.475

**Unidades
Anuales**

Punto de Equilibrio en Dólares

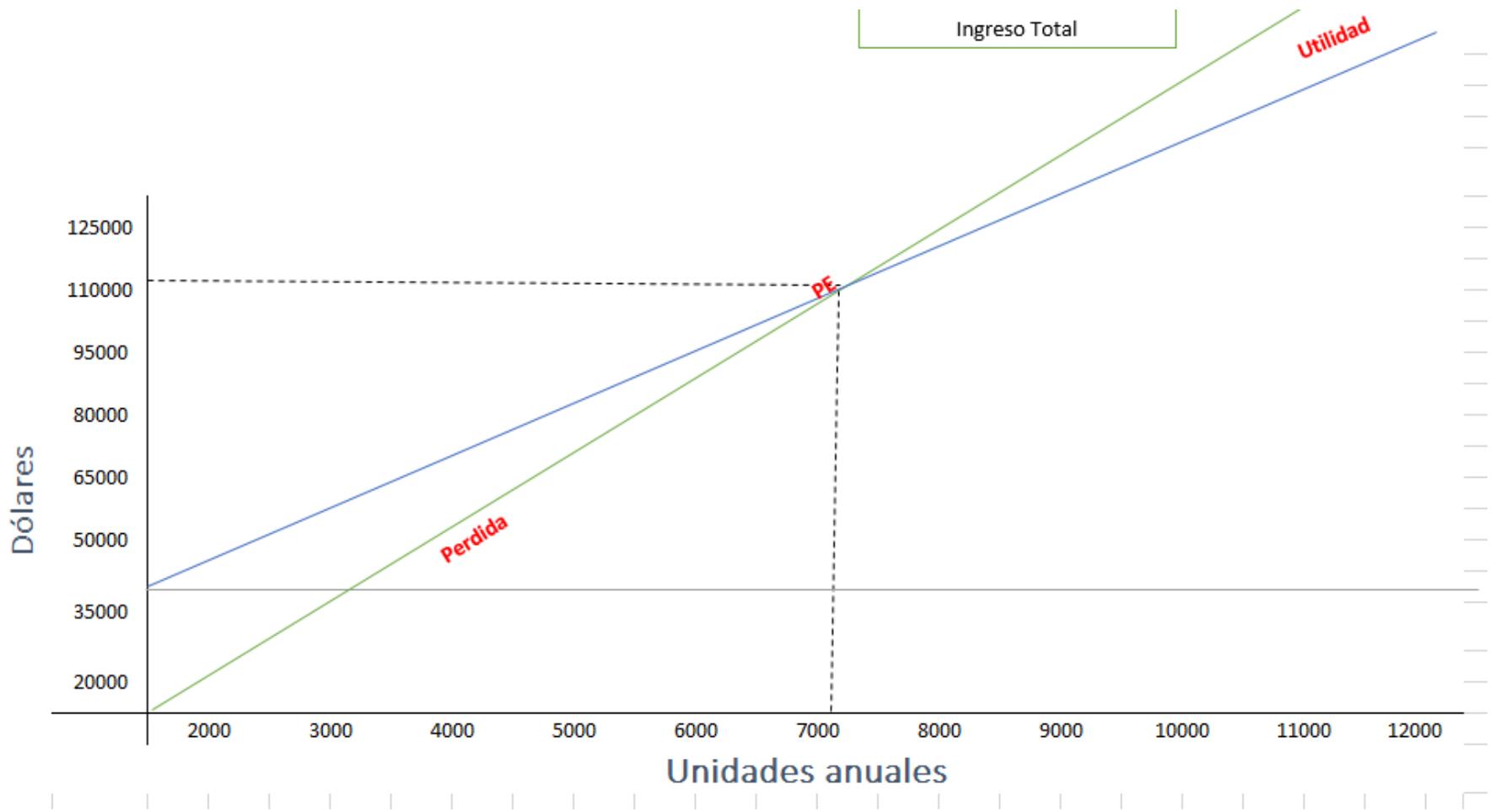
$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = \text{Punto de Equilibrio en unidades} * \text{PVP}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = 7475 * 15$$

Punto de Equilibrio en dólares =

\$ 112.118,08

**Dólares
anuales**



4.17. Conclusiones

Conclusiones

- ✓ Según estudios de mercado realizados se llegó a la conclusión que nuestros consumidores si prefieren diseños exclusivos y personalizados por ellos mismo de igual manera se pudo determinar la materia prima a utilizar y el precio de nuestro producto en base encuesta. Por eso **Bordados y Colores** llego a la conclusión que se ofrecerá camisetas elaboradas en telas pique y con precios accesibles a todo público para poder cubrir la demanda insatisfecha dentro de nuestro mercado meta

- ✓ Según estudio financiero arroja la siguiente información: TIR
85 %
VAN \$ 59.791,66
Dando como resultado un proyecto de investigación viable para ponerse en ejecución

4.18. Recomendaciones

Se recomienda realizar este proyecto de investigación según estudios realizados se llegó a la conclusión que es negocio un rentable ya que en la Ciudad de Guayaquil específicamente en el Centro no existe empresa alguna con el servicio que ofrece **Bordados y Colores**, sin embargo tenemos que invertir mucho en lo que es Publicidad para poder incursionar más rápido en nuestra mercado meta.

4.19. Bibliografía

- <http://www.repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4441/1/T-ESPEL-0593.pdf>.
- <http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1426/13/UPS-QT02304.pdf>.
- www.revistalideres.ec/lideres/taller-diseños-pasan-papel-camisetas.html.
- <http://www.educar.org/inventos/lavestimenta.asp/>.
- www.aite.com.ec/industria-textil.html.
- www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info6.pdf
- <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm>
- <http://es.thefreedictionary.com/fibra>
- www.comerciojusto.cl/cj/certificaciones-de-comercio-justo/
- www.proecuador.gob.ec/
- http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf.
- <http://www.ecured.cu/index.php/Camiseta>.
- <http://www.tiendastextiles.com/telas/tipos/tela-pique.html>
- <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/201512>
- <http://www.abcpedia.com/construccion/maquinas/coser.html>
- http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/riesgos-especificos/riesgos-ciertos-procesos_1.php
- <http://www.wordreference.com/definicion/bies>
- <http://www.ventamaquinascoser.com/maquinas-coser-industriales.php>
- Periódico El Universo. Capacítate
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- <http://www.telégrafo.com.ec/economía/item/sector-textil-produciría-770-millones.html>
- Dirección de Marketing Teoría y Práctica. (2006) Ana Belén Casado Díaz, Ricardo Sellers Rubio. Editorial Club Universitario. Pág.91
- Fundamentos de Marketing. (2013) Águeda Esteban Talaya, Juan Antonio Mondéjar Jiménez. Bussiness&MarketingSchool ESIC. Pág. 158.

- Ley de Compañías, Legislación Conexa, Concordancias, Versión Profesional. (2014). De la compañía anónima.
- http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/formularios/.
- Informativo de Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- <http://www.guayaquil.gob.ec/content/tr%C3%A1mites-en-uso-del-espacio-y-v%C3%ADa-p%C3%BAblica>
- <http://www.guayaquil.gov.ec/content/solicitud-de-registro-de-patentes>
- <http://www.aulafacil.com/cursos/110764/ciencia/investigacion/ciencia-y-metodo-cientifico/el-metodo-deductivo>
- <http://varieduca.jimdo.com/articulos-de-interés/la-investigacion-descriptiva/>
- http://www2.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html
- http://www2.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html
- <http://estrategiasdidacticas.jimdo.com/técnicas-de-investigacion/>
- <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-encuesta/>
- Bernal, César, Metodología de la investigación: para Administración, Economía, Humanidades. Pearson Educación. 2006.286 páginas 158p.
- Hernández Sampieri (2010); “Metodología de la investigación”
- Censo de Población y Vivienda (2010). INEC.
- <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/> extraído el 23 de enero del 2015.
- Métricas del Marketing 2da. Edición. Alejandro Domínguez Doncel y Gemma Muñoz Vera. 2010.
- Soriano L, Claudio. (2004). Plan de Marketing personal: Díaz de Santos.
- Dvosking, Roberto (2004), Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia, Buenos Aires: Granica.

4.20. Anexos

Anexo 1

ENCUESTA



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Instrucciones: Lea con atención y escoja una opción de cada una de las preguntas de este cuestionario según su opinión.

Sexo: _____ **Edad:** _____ **Sector:** _____

1. ¿Entre sus prendas de vestir, usa camisetas?

- Sí
 No

2. ¿Con qué frecuencia adquiere usted una camiseta?

- Cada mes
 Cada tres meses Cada
 seis meses Cada
 nueve meses Cada
 doce meses

3. ¿Qué tipo de tela prefiere utilizar en su prenda de vestir?

Algodón

Piqué

Jersey

4. ¿Cuál es su color favorito de camiseta?

Blanco

Negro

Azul

Amarillo

Verde

Otro

(Especifique) _____

5. ¿Qué modelo de camisetas utiliza?

Cuello en v

Polo

Cuello redondo

Otros (Especifique cual) _____

6. ¿Le gusta personalizar su camiseta?

Si

No

7. ¿Qué tipo de personalización le gustaría en su camiseta?

Frases

Imágenes

Otros (Especifique cuál) ____

8. ¿Qué tipo de diseño prefiere?

- Estampado
- Bordado

9. Si existiera la opción de combinar colores en su prenda, en qué lugar de su camiseta los prefiere utilizar?

- Cuello
- Mangas
- Cuello y mangas
- Otros (Especifique cuál) _____

10. En qué lugar habitualmente compra sus camisetas?

- Bahía (Huayna Cápac)
- Centros Comerciales
- Comisariatos

11. ¿Qué criterios toma en consideración usted al momento de adquirir una camiseta?

- Precio
- Marca
- Calidad
- Diseño

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una camiseta con combinación de colores y diseño personalizado?

\$ _____

13. ¿Considera usted que existen locales que brinden camisetas con estilos y diseños a su gusto?

Si

No

En caso de ser afirmativa su respuesta, especifique nombre del local

Anexo 2

Cuadro de Depreciaciones y Amortización de Activos Fijos

MAQUINARIAS										
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	BASE PARA DEPRECIAR	VIDA ÚTIL ANUAL	VIDA ÚTIL MENSUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CORTADORA VERTICAL	1	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00	\$ 358,40	\$ 1.433,60	10	120	10%	\$ 11,95	\$ 143,36
MÁQUINA DE COSTURA RECTA	1	\$ 561,00	\$ 561,00	\$ 112,20	\$ 448,80	10	120	10%	\$ 3,74	\$ 44,88
MÁQUINA RECUBRIDORA	1	\$ 1.731,00	\$ 1.731,00	\$ 346,20	\$ 1.384,80	10	120	10%	\$ 11,54	\$ 138,48
MÁQUINA OVERLOCK 5 HILOS	1	\$ 1.338,00	\$ 1.338,00	\$ 267,60	\$ 1.070,40	10	120	10%	\$ 8,92	\$ 107,04
MÁQUINA BORDADORA	1	\$ 9.922,50	\$ 9.922,50	\$ 1.984,50	\$ 7.938,00	10	120	10%	\$ 66,15	\$ 793,80
TOTAL MAQUINARIAS			\$ 15.344,50	\$ 3.068,90	\$ 12.275,60				\$ 102,30	\$ 1.227,56
EQUIPO DE OFICINA										
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	BASE PARA DEPRECIAR	VIDA ÚTIL ANUAL	VIDA ÚTIL MENSUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 47,50	\$ 427,50	10	120	10%	\$ 0,40	\$ 4,75
TOTAL DE EQUIPOS			\$ 475,00						\$ 0,40	\$ 4,75

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	BASE PARA DEPRECIAR	VIDA ÚTIL ANUAL	VIDA ÚTIL MENSUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	1	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 46,68	\$ 31,12	10	120	10%	\$ 0,26	\$ 3,11
ESCRITORIO LINEAL	4	\$ 232,00	\$ 928,00	\$ 139,20	\$ 92,80	10	120	10%	\$ 0,77	\$ 9,28
SILLON EJECUTIVO	2	\$ 181,18	\$ 362,36	\$ 54,35	\$ 36,24	10	120	10%	\$ 0,30	\$ 3,62
SILLAS UNIPERSONALES CON BRAZOS	3	\$ 86,00	\$ 258,00	\$ 38,70	\$ 25,80	10	120	10%	\$ 0,22	\$ 2,58
SILLAS SIN BRAZOS PARA OPERARIAS	4	\$ 80,63	\$ 322,52	\$ 48,38	\$ 32,25	10	120	10%	\$ 0,27	\$ 3,23
ARCHIVADOR METALICO 4 GAVETAS	1	\$ 189,50	\$ 189,50	\$ 28,43	\$ 18,95	10	120	10%	\$ 0,16	\$ 1,90
SILLAS DE TRES CUERPOS	2	\$ 195,00	\$ 390,00	\$ 58,50	\$ 39,00	10	120	10%	\$ 0,33	\$ 3,90
MESA DE TRABAJO	1	\$ 127,20	\$ 127,20	\$ 19,08	\$ 12,72	10	120	10%	\$ 0,11	\$ 1,27
CESTO PARA BASURA	4	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 2,40	\$ 1,60	10	120	10%	\$ 0,01	\$ 0,16
TELÉFONOS OFICINA	5	\$ 35,00	\$ 175,00	\$ 26,25	\$ 17,50	10	120	10%	\$ 0,15	\$ 1,75
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		\$ 1.441,71	\$ 3.079,78	\$ 461,97	\$ 307,98				\$ 2,57	\$ 30,80

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	BASE PARA DEPRECIAR	VIDA ÚTIL ANUAL	VIDA ÚTIL MENSUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
COMPUTADORAS	5	\$ 345,00	\$ 1.725,00	\$ 574,94	\$ 1.150,06	3	36	33%	\$ 31,95	\$ 383,35
IMPRESORAS	5	\$ 235,00	\$ 1.175,00	\$ 391,63	\$ 783,37	3	36	33%	\$ 21,76	\$ 261,12
REGULADORES DE VOLTAJE	5	\$ 13,00	\$ 65,00	\$ 21,66	\$ 43,34	3	36	33%	\$ 1,20	\$ 14,45
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ 593,00	\$ 2.965,00	\$ 988,23	\$ 1.976,77				\$ 54,91	\$ 658,92

ACTIVOS INTANGIBLES

SOFTWARE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL ANUAL	VIDA ÚTIL MENSUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
SOFTWARE BORDADORA PETSIDE	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	5	60		\$ 21,67	\$ 260,00
TOTAL DE SOFTWARE		\$ 1.300,00	\$ 1.300,00				\$ 21,67	\$ 260,00

Anexo 3

Cuadro de Gastos de Remuneraciones

CUADRO DE GASTOS DE REMUNERACIONES PROYECTADOS 2015-2017								
2015								
MANO DE OBRA DIRECTA	AREA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL REMUNERACIONES + BENEFICIOS SOCIALES (RA.+DT.+DC.+V)
AYUDANTES DE TALLER/BORDADOR	PRODUCCION	\$ 355,70	\$ 17.073,60	\$ 1.422,80	\$ 1.416,00	\$ 711,40	\$ 2.074,44	\$ 22.698,24
JEFE DE TALLER	PRODUCCION	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 354,00	\$ 200,00	\$ 583,20	\$ 6.337,20
TOTAL SALARIOS MANO DE OBRA DIRECTA								\$ 29.035,44
GASTOS REMUNERACIONES AREA OPERACIONAL								
GASTOS DE VENTAS REMUNERACIONES	AREA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL REMUNERACIONES + BENEFICIOS SOCIALES (RA.+DT.+DC.+V)
SECRETARIA - FACTURADORA	VENTAS	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 354,00	\$ 190,00	\$ 554,04	\$ 6.038,04
SECRETARIA - VENDEDORA	VENTAS	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 380,00	\$ 354,00	\$ 190,00	\$ 554,04	\$ 6.038,04
TOTAL REMUNERACIONES VENTAS								\$ 12.076,08
GASTOS ADMINISTRATIVOS REMUNERACIONES								
GASTOS ADMINISTRATIVOS REMUNERACIONES	AREA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL REMUNERACIONES + BENEFICIOS SOCIALES (RA.+DT.+DC.+V)
ADMINISTRADOR	ADMINISTRACION	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00	\$ 300,00	\$ 874,80	\$ 9.328,80
TOTAL REMUNERACIONES ADMINISTRACION								
TOTAL REMUNERACIONES		2.115,70	38.193,60	3.182,80	2.832,00	1.591,40	4.640,52	50.440,32

Anexo 4

Cuadro de Presupuesto de Gastos Operacionales

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES															
AÑO 2015	GASTO MENSUAL	MESES												TOTAL	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
HONORARIOS PROFESIONALES CONTADOR EXTERNO	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 5.200,00
ARRIENDO TALLER	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
INTERNET	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
TELÉFONO CONVENCIONAL	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
MANTENIMIENTO EQUIPO MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
SITIO WEB (RESERVA SITIO WEB)	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
INTERNET	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
	\$ 1.405,00	\$ 1.005,00	\$ 12.060,00												
AÑO 2016	GASTO MENSUAL	MESES												TOTAL	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 480,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 6.240,00
ARRIENDO TALLER	\$ 500,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 7.800,00
INTERNET	\$ 73,50	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 1.092,00
TELÉFONO CONVENCIONAL	\$ 47,25	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 58,50	\$ 702,00
MANTENIMIENTO EQUIPO MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 157,50	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 2.340,00
SITIO WEB (RESERVA SITIO WEB)	\$ 42,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 52,00	\$ 624,00
INTERNET	\$ 210,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 3.120,00
	\$ 1.510,25	\$ 1.306,50	\$ 15.678,00												
AÑO 2017	GASTO MENSUAL	MESES												TOTAL	
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC		
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 576,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 676,00	\$ 8.112,00
ARRIENDO TALLER	\$ 500,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 845,00	\$ 10.140,00
INTERNET	\$ 77,18	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 118,30	\$ 1.419,60
TELÉFONO CONVENCIONAL	\$ 49,61	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 76,05	\$ 912,60
MANTENIMIENTO EQUIPO MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 165,38	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 253,50	\$ 3.042,00
SITIO WEB (RESERVA SITIO WEB)	\$ 44,10	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 67,60	\$ 811,20
INTERNET	\$ 220,50	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 4.056,00
	\$ 1.632,76	\$ 1.698,45	\$ 20.381,40												

MÁQUINAS RECTAS ZIG-ZAG

S MODELO 20U-109 (LIVIANA)

S MODELO 20U-112 (PESADA)

- ◆ Alimentación normal y en retroceso con reguladores independientes que facilitan las costuras de refuerzos.
- ◆ Velocidad en costura recta de hasta 2.500 puntadas por minuto.
- ◆ Motor requerido: 1/3 HP de baja revolución.
- ◆ Tiene recursos que facilitan la conversión de la costura recta para zig-zag.
- ◆ Prensateles adicionales para pegar botones, hacer dobladillos y puntadas de pañuelo.
- ◆ Equipada con un selector de posición de aguja.
- ◆ Devanador de la bobina integrado en la parte superior de la máquina.

\$ 770,00



S SINGER®

MÁQUINAS RECTAS

S MODELO 191D 20 (LIVIANA)

S MODELO 191D 30 (PESADA)

- ◆ Diseño exclusivo de Singer.
- ◆ Sistema de lubricación totalmente automático.
- ◆ Realiza hasta 6.000 puntadas por minuto.
- ◆ Largo de puntada de fácil ajuste (hasta 5 mm.)
- ◆ Devanador de la bobina en el tablero.
- ◆ Sistema de transporte simple con retroceso (remate).
- ◆ Ajuste de la presión del prensateles a través de un tornillo graduado.
- ◆ Funcionamiento suave y silencioso.
- ◆ De fácil mantenimiento.

\$ 448,00



S SINGER®

MÁQUINAS CORTADORAS

S MODELO 950C (CIRCULAR, DISCO DE 4")

S MODELO 960C (VERTICAL 6" - 8" - 10")

- ◆ Mecanismo de placa inferior y cuchilla octagonal que evita el fruncido.
- ◆ Placa inferior con pulido de alta calidad que facilita el deslizamiento y corte preciso.
- ◆ Afilador automático con piedra afiladora de fácil sustitución y accionamiento sencillo.
- ◆ Motor eléctrico de alto desempeño.
- ◆ Protector frontal para la cuchilla octagonal.

\$124,00
1 pulgada

10 pulgadas
\$459,00



S SINGER®

ALMACEN SINGER.
Victor Manuel Rendón # 600
y Escobedo (esquina).
Tel: 042-308433 042-308434



INICIA
UN
GRAN
NEGOCIO
CON...



SINGER®



LÍNEA
INDUSTRIALES



HAPPY Industrial Corporation

Made in Japan

BORDADORAS

HEA2-X1501

HCD2



HCS2



*24 h.
42 x 42 cm.
15 agujas.*

*32 x 32 cm
12 agujas.*

*10 h.
↓
trabaja
10 horas*

HCR

*trabaja
24 horas*



Macoser

Bordadoras



RCM - 1201PT/1501PT

CARACTERISTICAS PRINCIPALES

- ▶ Puerto USB.
- ▶ Corte automático.
- ▶ Soporte de hilo retráctil.
- ▶ Cambio de color automático.
- ▶ Capacidad para trabajar en red.
- ▶ Velocidad máxima de 1200 puntadas por minuto.
- ▶ Área máxima de bordado 22"x14" o 55x35cm.
- ▶ Sistema para bordar gorras hasta un ángulo de 270°.
- ▶ Capacidad de memoria: 2'000.000 de puntadas y 200 diseños.
- ▶ Motor servo 150w, el consumo de energía más bajo en la industria.
- ▶ Adecuado para bordados planos, bordados de gorras y prendas acabadas.
- ▶ Incluye soporte de acero resistente para garantizar estabilidad y movilidad.
- ▶ Compatible con USB de alta capacidad (hasta 16Gb) con rápida transmisión de datos.
- ▶ Pantalla LCD de 4 pulgadas, a color en alta definición que muestra puntadas en tiempo real.



20%
de descuento

\$ 8.760,00

RCM - 1202C-H

CARACTERISTICAS PRINCIPALES

- ▶ Adecuado para bordados planos, bordados de gorras y prendas acabadas.
- ▶ Área máxima de bordado 450x450 mm.
- ▶ Velocidad máxima de 1000 puntadas por minuto.
- ▶ Pantalla LCD (5" de alta definición) que muestra puntadas en tiempo real.
- ▶ Puerto USB.
- ▶ Cambio de color automático.
- ▶ Detección de hilos rotos.
- ▶ Capacidad de memoria: 2'000.000 de puntadas.
- ▶ Sistema único sincronizado de corte de hilo, asegura condiciones de trabajo más silenciosas.
- ▶ Nuevo brazo desarrollado para garantizar una mejor calidad de bordado en gorras con 2mm de espacio entre el soporte y la placa de aguja.
- ▶ Sistema para bordar gorras hasta un ángulo de 270°



\$ 15.730,00

Marcos y Aros incluidos



2 Aros de 9 cms. (3.5")



2 Aros de 12 cms. (4.7")



2 Aros de 15 cms. (5.9")



2 Aros de 20 cms. (9")



2 Marcos cuadrados de 29x29 cms. (12x12")



1 Marco ovalado de 54x36 cms. (21x14")



2 Aros para que el bordado de gorras.



1 Adaptador de oro para fácil colocación de gorras.



1 Conductor de gorras que se acompaña al adaptador de oro.



Macoser

... siempre junto a las mejores marcas!

COTIZACIÓN
0018593

MACOSER S.A.
RUC: 0992144467001

Matriz: Francisco de Paula Icaza 608-610 y Escobedo PBX: (593 4) 2313915.
Sucursal Mayor: Av. Olmedo 503 y Boyacá Telf.: (593 4) 2417497 - 8
Escobedo 1004 y Victor Manuel Rendón Telefax: 2310063 - 2310277

Cliente: Verónica Anquello Espinoza

Dirección: Flonista

Telefono: 09 90045733 R.U.C./C.I.:

E-mail: Fecha: 7/ marzo/2015

CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO NORMAL TTC.	PRECIO AFILIADO contado	TOTAL
1	DOL-8100e	costura Peda JUKI	\$560,63	\$523,95	
			16x2315# 90	\$ 2,35 (agujas)	
1	M06716	Overlock 5 hilos JUKI	\$1337,50	\$1275,00	
			3275# 90	\$ 3,53 (agujas)	
1	WX-8003	Reubridora Kamsai	\$1522,34	\$1422,75	
			W1286W85 # 90	\$ 4,00 (agujas)	
1	Hilos Polyster	10000 YARDAS	\$ 2,15		
1	FSAW8	contadonag	\$1792,00	\$1674,00	

Cuota Inicial: _____ Plazo: _____ TOTAL _____
 Cuota Mensual: _____ Total Crédito: _____
 Asesor Comercial: Fabiano Teléfono: _____

E-mail: info@macoser-sa.com www.macoser-sa.com
Guayaquil - Ecuador

100 BLOCKS 100x2 DESDE 10001 AL 20000 NOVIEMBRE/2013 - ORIGINAL CLIENTE - COPIA CELESTE ARCHIVO



... siempre junto a las mejores marcas!

Matriz: Francisco de Paula Icaza 608-610 y Escobedo PBX: (593 4) 2313915

Sucursal Mayor: Av. Olmedo 503 y Boyacá Telf.: (593-4) 2417497 - 2417498

Sucursal 9 de Octubre: Av. 9 de Octubre 907 entre Rumichaca y Lorenzo de Garaycoa

COTIZACIÓN

0036358

MACOSER S.A.
RUC: 0992144467001



Sucursal Samborombón: C.C. Village Plaza Planta Baja, Local 17
Telfs: (593-4) 2834798 - 2834891

Sucursal Norte: C.C. City Mall, Locales 151 - 152
Telfs: (593-4) 3068369 - 3068390

Sucursal Cuenca: Simón Bolívar 3-55 e/. Vargas Machuca y Tomás Ordoñez
Local 2 Telf: (593-7) 2846757

Sucursal Norte: C.C. City Mall Local
153-A Telfs: (593-4) 3068369 - 3068390

CLIENTE: Veronica Aguella

DIRECCIÓN: Guil

TELÉFONO: _____ R.U.C./C.I.: _____

EMAIL: _____

FECHA: 7/3/2015

CANT.	CODIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO NORMAL	PRECIO AFILIADO
1	HCS 2-1501	Bordadora Industrial Happy		
	-	15 agujas		
	-	110 g.	\$ 15,391 ⁹⁵	
	-	Panel Touch		
	-	4 modelos de Tambores.	\$ 14,385 ⁹⁰	
	-	1200 RPM		
<hr/>				
	HCS 2-1201	Bordadora Semi Industrial Happy.		
		12 colores	\$ 9,538 ⁵²	
		23 x 23 cm.	\$ 8,919 ⁰⁰	

COTIZACIÓN VÁLIDA POR 15 DÍAS

Asesor Comercial: _____ TOTAL: _____

E-mail: info@macoser-sa.com * www.macoser-sa.com
Guayaquil - Ecuador

PRECIOS INCLUYEN IVA

TODOS LOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

209 BLOCOS 150x2 TERRE 20.00 AL 40.00 OCT/2014 - ORIGINAL CLIENTE - CON GUESTO ARCHIVO