

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Tema:

“Creación de taller de moda y confección de ropa ubicado en la ciudad de Salinas”.

Autora:

Panchana Galdea Karen Estefania

Facultad Ciencias Administrativas Contables y Comercio


Carrera Administración de Empresas

Tutor:

Cruz Mera Rafer Henry

Manta - Manabí - Ecuador

2024

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Administrativas Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el **Proyecto de Emprendimiento** bajo la autoría de la estudiante **Panchana Galdea Karen Estefania**, legalmente matriculado/a en la carrera de **Administración de Empresas**, período académico **2024.2**, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto "**CREACIÓN DE TALLER DE MODA Y CONFECCIÓN DE ROPA UBICADO EN LA CIUDAD DE SALINAS**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, diciembre 10 de 2024

Lo certifico,


 Ing. Rafael Henry Cruz Mera, Mg.
Docente Tutor

CERTIFICADO DEL PLAGIO COMPILATIO



EMPRENDIMIENTO KAREN PANCHANA

1%
Textos
sospechosos

< 1% Similitudes
< 1% similitudes entre
comillas
< 1% entre las fuentes
mencionadas
Δ < 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: EMPRENDIMIENTO KAREN PANCHANA.docx
ID del documento: 9a20b2efb2e04d0af2d0c14a7a159c2f531a2c50
Tamaño del documento original: 2,29 MB
Autores: []

Depositante: Rafer Cruz Mera
Fecha de depósito: 10/12/2024
Tipo de carga: interface
Fecha de fin de análisis: 10/12/2024

Número de palabras: 21.036
Número de caracteres: 140.133

Ubicación de las similitudes en el documento



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	diainet.unifeja.es https://diainet.unifeja.es/descarga/articulo/2897666.pdf	<1%		Palabras idénticas: <1% (50 palabras)
2	www.gob.ec Constitución de sociedades por acciones simplificadas Ecuador - Gu... https://www.gob.ec/acv/tramites/comitucion-sociedades-acciones-simplificadas	<1%		Palabras idénticas: <1% (25 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	revistagestion.ec Revista Gestión Hilos de resiliencia: el sector textil de Ecuador ... https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/hilos-de-resiliencia-el-sector-textil-de-ecu...	<1%		Palabras idénticas: <1% (14 palabras)
2	diainet.unifeja.es Implementación de un modelo de Gestión para empresas textil... https://diainet.unifeja.es/revistas/articulo/codigo=2897666	<1%		Palabras idénticas: <1% (14 palabras)
3	cxlatam.com Atención personalizada: ¿Qué es y cuál es su importancia hoy en día... https://cxlatam.com/atencion-personalizada-que-es-y-cual-es-su-importancia-hoy-en-dia/	<1%		Palabras idénticas: <1% (12 palabras)
4	Documento de otro usuario <small>info</small> El documento proviene de otro grupo	<1%		Palabras idénticas: <1% (14 palabras)
5	Tesis Finalizada MGP (1) pdf Tesis Finalizada MGP (1) <small>info</small> El documento proviene de mi grupo	<1%		Palabras idénticas: <1% (10 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.alte.com.ec/industria.html>
- <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/a-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-3.3-en-el-segundo-trimestre-de-2023t-1-extnBCE>
- <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/399>
- https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Info_Santa_Bena.pdf
- <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/14600/5168>

DECLARACIÓN DE AUTORIA

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, **PANCHANA GALDEA KAREN ESTEFANIA**, con cédula de identidad N°0928213933, declaro que el presente trabajo de titulación: **“CREACIÓN DE TALLER DE MODA Y CONFECCIÓN DE ROPA UBICADO EN LA CIUDAD DE SALINAS”**. cumple con los requerimientos que la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Carrera de Administración de Empresa sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de esta.

Karen Panchana.

Karen Estefania Panchana Galdea

CI. 0928213933

E-mail: panchanakaren53@gmail.com

APROBACIÓN DEL TRABAJO

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema "Creación de taller de moda y confección de ropa ubicado en la ciudad de Salinas", elaborado por el egresado Panchana Galdea Karen Estefania, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:

Ing. Zambrano Vera María Fernanda.

Presidente del tribunal

Ing. María Jessenia Alcivar Mero

Miembro del tribunal

Ing. Genesis Estefania Heredia Coppiano

Miembro del tribunal

DEDICATORIA.

Dedico mi esfuerzo y dedicación a mis padres Daniel Alberto Panchana Borbor y Jenny Carmen Galdea Flores quienes con su apoyo y amor incondicional han sido mi base de fortaleza y constancia en este largo camino y alcanzar esta meta, a mi hermana Lucy Panchana quien ha sido una amiga incondicional en esta etapa de mi vida, a mi tía Hilda Panchana quien ha sido apoyo incondicional en la vida de una estudiante foránea, a mi familia en general que con palabras de aliento me ha ayudado a no rendirme en mi camino.

Dedico a todos quienes me han brindado su sincero apoyo y han creído en mí, este proyecto como fruto del esfuerzo y dedicación que me han inculcado en cada etapa de mi vida. A las pocas, pero bellas amistades que me ha dejado está hermosa carrera.

Finalmente me dedico está tesis por mi esfuerzo, dedicación y constancia, creer en mí y nunca rendirme a pesar de las circunstancias, siempre enfocada en cumplir mis sueños y hacerlos realidad.

Panchana Galdea Karen Estefania

RECONOCIMIENTO

Empiezo agradeciendo en primer lugar a Dios, por darme la oportunidad de llegar hasta aquí, por brindarme sabiduría y resiliencia en mi camino.

Agradezco a mis padres por su amor y acompañarme en este camino, por estar conmigo a pesar de la distancia, por sus sacrificios para apoyarme y por creer en mí. Gracias por sus enseñanzas y valores inculcados en mi persona, por guiarme por el buen camino y por enseñarme a trabajar para conseguir el logro de mis sueños.

A mis abuelos, tías y demás familiares que han sido mi apoyo en la continuación de mis estudios, quienes han estado pendiente de mí con su apoyo a la distancia y palabras de aliento, recalando siempre que todo sacrificio tiene su recompensa. También agradecer a las amistades y pareja quienes con apoyo mutuo contribuyeron al paso de los desafíos presentados en el camino.

A mi tutor quien ha sido base para la elaboración de este proyecto, por su contribución de conocimiento y por su guía para la culminación de este. A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y sus docentes por ser fuente de enseñanza y conocimiento en esta hermosa carrera. Finalmente me agradezco a mí, por hacer realidad el sueño que siempre tuve desde niña, por el esfuerzo puesto en cada etapa de mi vida que me ha permitido llegar hasta este momento. Gracias a todos los que han sido parte de este hermoso proyecto, este logro es mío y de ustedes.

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR	II
CERTIFICADO DEL PLAGIO COMPILATIO	III
DECLARACIÓN DE AUDITORIA	IV
APROBACIÓN DEL TRABAJO	V
DEDICATORIA	VI
RECONOCIMIENTO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	3
1. Determinación de la necesidad	5
b. Justificación teórica	5
c. Justificación práctica	7
2. Descripción de emprendimiento	8
d. Descripción del emprendimiento	8
iii. Modelo Canvas	8
iv. Análisis del Modelo Canvas.	10
e. Localización geográfica	16
f. Justificación	17
3. Estudio de mercado	18
b. Análisis del entorno	18
i. Macroentorno	18
ii. Microentorno	20
c. Metodología de la investigación de mercado.	22
i. Determinación de objetivos de la investigación	22
ii. Segmentación de mercado	22
Muestra de investigación	24
iv. Técnicas de investigación.	25
v. Resultados descriptivos de la investigación	26
d. Análisis de la demanda	45
i. Características de la demanda	45
ii. Proyección de la demanda	46
e. Análisis de la oferta	53
i. Características de la oferta actual	53
f. oportunidad de emprender.	53
4. Estudio técnico	54

a.	Tamaño del proyecto	54
b.	Localización del proyecto	55
c.	Ingeniería del proyecto	56
ii.	Balance de mano de obra y materiales.....	59
iii.	Maquinaria y equipo.....	62
iv.	Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio. 63	
5.	Estudio organizacional	64
a.	Visión.....	64
b.	Misión.....	64
c.	Estructura organizacional.....	64
d.	Mapa de procesos.....	65
e.	Funciones y productos esperados	66
f.	Constitución jurídica	68
g.	Obligaciones tributarias	68
h.	Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento	68
6.	Marketing estratégico	69
a.	Estrategias de producto y diseño.....	69
b.	Estrategias de precio.....	73
c.	Estrategias de plaza y canales de distribución	74
d.	Estrategias de promoción.....	74
7.	Análisis financiero.....	75
a.	Presupuesto de inversión	75
b.	Presupuesto de ingresos.....	76
c.	Presupuesto de egresos	76
d.	Presupuesto de capital de trabajo.....	80
e.	Estructura de la inversión	80
f.	Estados financieros	83
i.	Estado de resultado integral.....	83
ii.	Estado de situación general.....	84
iii.	Estado de flujo de efectivo.....	85
g.	Costo de oportunidad	86
h.	Evaluación financiera	87
i.	Periodo de recuperación de inversión	87
j.	Punto de equilibrio anual	88
8.	Conclusiones	90

9. Recomendaciones	91
Bibliografía	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo CANVAS	9
Tabla 2. Población del Cantón Salinas.....	23
Tabla 3. Segmento de la población objetivo.	23
Tabla 4. Género de los encuestados	26
Tabla 5. Edad	26
Tabla 6. Interés en prendas formales	27
Tabla 7: Interés en prendas casuales.....	28
Tabla 8: Nivel de ingresos	29
Tabla 9: Razones de compra de prendas formales	29
Tabla 10: Razones de compra de prendas casuales	30
Tabla 11: Frecuencia de consumo de prendas formales.....	31
Tabla 12: Frecuencia de consumo de prendas casuales.....	32
Tabla 13: Factor de compra de prenda formal	33
Tabla 14: Factor de compra de prenda casual	34
Tabla 15: Preferencia de compra	35
Tabla 16: Lugar de adquisición de prendas	36
Tabla 17: Prendas más utilizadas	37
Tabla 18. Pago por prenda confeccionada.....	38
Tabla 19. Importancia de la atención personalizada	39
Tabla 20. Servicios preferidos para taller.....	40
Tabla 21. Medio de compra preferido.....	41
Tabla 22: Preferencia de método de pago.....	41
Tabla 23: Medio publicitario más utilizado.....	42
Tabla 24. Red social más utilizada	43
Tabla 25: Nivel de satisfacción.....	44
Tabla 26. Demanda de prendas formales y casuales por personas.....	45
Tabla 27. Promedio de frecuencia de consumo de prendas formales y casuales.....	45
Tabla 28. Demanda proyectada de prendas formales y casuales.....	46
Tabla 29: Análisis de la demanda 1.....	47
Tabla 30: Análisis de la demanda 2	47
Tabla 31: Análisis de la demanda 3	48
Tabla 32: Análisis de la demanda 4	49
Tabla 33: Análisis de la demanda 4	49
Tabla 34: Análisis de la demanda 5	50
Tabla 35. Análisis de la demanda 6.	51
Tabla 36. Análisis de la demanda 7	51
Tabla 37. Análisis de la Oferta.....	53
Tabla 38. Tamaño actual	54
Tabla 39. Capacidad instalada.....	55
Tabla 40. Nómina mensual	60
Tabla 41. Nómina a cinco años	60
Tabla 42: Materia prima	61
Tabla 43. Insumos de costura	61
Tabla 44. Maquinaria	62
Tabla 45. Equipos.....	62
Tabla 46. Funciones de Gerente.....	66

Tabla 47. Departamento de producción.....	66
Tabla 48. Departamento de comercialización	67
Tabla 49: Inversiones.....	75
Tabla 50: Análisis de las inversiones	75
Tabla 51: Presupuesto de Ventas del taller de moda y confección	76
Tabla 52: Presupuesto de ventas Q del taller de moda y confección.....	76
Tabla 53: Presupuesto de Costos Fijos del taller de moda y confección	77
Tabla 54: Presupuesto de Costos Variables del taller de moda y confección	77
Tabla 55: Presupuesto de Gastos fijos del taller de moda y confección	77
Tabla 56: Resumen de Egresos	77
Tabla 57: Depreciación de bienes administrativos y de producción	78
Tabla 58: Amortización de bienes administrativos y de producción	79
Tabla 59: Presupuesto de capital de trabajo (Área administrativa)	80
Tabla 60: Presupuesto de capital de trabajo (Área de producción).....	80
Tabla 61: Estructura de la Inversión	80
Tabla 62: Detalles del crédito.....	81
Tabla 63: Amortización de crédito bancario	81
Tabla 64: Resumen de la tabla de amortización	82
Tabla 65: Estado de resultado integral del taller de moda y confección.....	83
Tabla 66. Estado de Situación General	84
Tabla 67. Costo de Oportunidad	86
Tabla 68. Costo de oportunidad para el taller de moda y confección.....	86
Tabla 69: Evaluación del Proyecto de Inversión.....	87
Tabla 70: Periodo de recuperación de la inversión.....	87
Tabla 71: Punto de equilibrio	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del Cantón Salinas, ubicación Anconcito.	16
Figura 2: Género de los encuestados	26
Figura 3: Edad.....	27
Figura 4. Interés en prendas formales	27
Figura 5: Interés en prendas casuales	28
Figura 6: Nivel de ingresos.....	29
Figura 7: Razones de compra de prendas formales.....	30
Figura 8: Razones de compra de prendas casuales.....	31
Figura 9: Frecuencia de consumo de prendas formales	32
Figura 10. Frecuencia de consumo de prendas casuales	33
Figura 11. Factor de compra de prenda formal.....	34
Figura 12: Factor de compra de prenda casual	35
Figura 13: Preferencia de compra	35
Figura 14: Lugar de adquisición de prendas.....	36
Figura 15: Prendas más utilizadas	37
Figura 16: Pago por prenda confeccionada.....	38
Figura 17: Importancia de la atención personalizada	39
Figura 18: Servicios preferidos para el taller	40
Figura 19: Medio de compra preferido.....	41
Figura 20. Preferencia de método de pago	42
Figura 21: Medio publicitario más utilizado	43
Figura 22: Red social más utilizada.....	44
Figura 23. Nivel de satisfacción	44
Figura 24: Análisis de la demanda 2	48
Figura 25: Análisis de la demanda 3	48
Figura 26: Análisis de la demanda 4	49
Figura 27: Análisis de la demanda 4	50
Figura 28: Análisis de la demanda 5	50
Figura 29: Análisis de la demanda 6.	51
Figura 30. Análisis de la demanda 7.....	52
Figura 31: Ubicación específica del taller de moda y confección de ropa.....	55
Figura 32. Diagrama de Flujo Proceso de producción	58
Figura 33. Dsistribución interna del taller de moda y confección.....	63
Figura 34. Organigrama funcional.....	64
Figura 35. Mapa de Procesos del taller de moda y confección.....	65
Figura 36. Nombre del taller de moda y confección	70
Figura 37: Producto preferencial 1	71
Figura 38: Producto preferencial 2	71
Figura 39: Producto preferencial 3	71
Figura 40: Producto preferencial 4	72
Figura 41: Producto preferencial 5	72
Figura 42: Producto preferencial 6	72
Figura 43: Producto preferencial 7	73
Figura 44: Punto de equilibrio del año 1 al 5	88

Titulo o tema:

Creación de taller de moda y confección de ropa ubicado en la ciudad de Salinas.

Autora:

Panchana Galdea Karen Estefania.

RESUMEN EJECUTIVO

El mundo de la moda en la industria textil se ha desarrollado de manera trascendente, actualmente existe poca oferta de prendas formales y casuales en la ciudad, siendo este el motivo principal por el cual se planteó la idea de creación de un taller de moda y confección de prendas formales y casuales en la ciudad de Salinas. El propósito principal de este proyecto es determinar su viabilidad económica, con base al estudio de mercado realizado y análisis financiero junto a las evaluaciones financieras que permiten determinar la rentabilidad del proyecto. Para el desarrollo de este proyecto se llevó a cabo el análisis del estudio de mercado en el cual se realizó una investigación del público objetivo conformado por 265 personas de edades entre 15 a 55 años residentes de la ciudad de salinas, estudio en el cual se obtuvo información relacionada a las necesidades y preferencias del consumidor referente al uso de prendas formales y casuales en sus actividades. Se realizó el estudio financiero del proyecto en el cual se obtuvo como resultado un TIR de 16% mayor que el costo de oportunidad de 11.57% y un VAN positivo, siendo éstos, indicadores positivos que demuestran la viabilidad y rentabilidad del proyecto con presupuestos proyectados a cinco años. Una vez concluido el proyecto se espera que este sirva de guía para próximas investigaciones y desarrollo de nuevos proyectos de emprendimiento, mismos que una vez puestos en marcha permitan la generación de empleos y diversificación de la economía local.

Palabras clave:

Moda, confección, formal, casual, factibilidad, emprendimiento, rentabilidad.

ABSTRACT

The world of fashion in the textile industry has developed in a transcendent way, currently there is little supply of formal and casual garments in the city, being this the main reason why the idea of creating a fashion and clothing workshop for formal and casual garments in the city of Salinas was proposed. The main purpose of this project is to determine its economic viability, based on the market study and financial analysis together with the financial evaluations that allow determining the profitability of the project. For the development of this project, the analysis of the market study was carried out in which an investigation of the target public was conducted, made up of 265 people between the ages of 15 to 55 years old, residents of the city of Salinas, a study in which information was obtained related to the needs and preferences of the consumer regarding the use of formal and casual garments in their activities. A financial study of the project was conducted, which resulted in an IRR of 16% higher than the opportunity cost of 11.57% and a positive NPV, which are positive indicators that demonstrate the viability and profitability of the project with budgets projected over five years. Once the project is completed, it is expected that it will serve as a guide for future research and development of new entrepreneurial projects, which, once started up, will generate local employment and diversify the local economy.

Keywords:

Fashion, apparel manufacturing, formal, casual, feasibility, entrepreneurship, profitability.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Salinas existen pocos talleres de moda y confección, que en su mayoría se dedican a la elaboración y comercialización de prendas de carácter deportivo. Es por eso por lo que este proyecto de emprendimiento fue realizado en Salinas específicamente en la parroquia Anconcito, a través de este estudio se determina la factibilidad económica para la creación del taller de moda y confección de ropa, enfocado en prendas de carácter formal y casual en el cantón Salinas.

En el presente proyecto de emprendimiento se consideran en este estudio las preferencias y necesidades de nuestros clientes objetivos que buscan talleres que les permitan adquirir prendas formales y casuales que cumplan con sus requerimientos, logrando así captación y retención de clientes potenciales.

El proyecto se encuentra estructurado de siete capítulos

Capítulo I: Determinación de la necesidad, en este se lleva a cabo el desarrollo de la justificación teórica y práctica, en el cual se identifica la necesidad que justifica la creación del proyecto de emprendimiento.

Capítulo II: Descripción del emprendimiento, en este capítulo se detalla la descripción del emprendimiento a través del modelo Canvas que explica el modelo de negocio diseñado para el taller, además de la localización geográfica y una justificación general del proyecto.

Capítulo III: Estudio de mercado, se detallan los resultados del estudio de mercado obtenidos a través de la aplicación de encuestas, se incluyen también el análisis del entorno, la metodología del proyecto, análisis de oferta y demanda y la oportunidad de emprender.

Capítulo IV: Estudio técnico, este capítulo se enfoca en la descripción del tamaño, localización e ingeniería del proyecto que incluyen elementos como la infraestructura, equipamiento y procesos productivos.

Capítulo V: Estudio organizacional, se detalla la estructura organizacional del proyecto incluyendo factores importantes como la misión, visión, organigramas, funciones, constitución jurídica y obligaciones tributarias del emprendimiento.

Capítulo VI: Marketing estratégico, en este capítulo se detallan las estrategias de marketing que fueron diseñadas para el posicionamiento del taller de moda y confección referentes al producto, precio, plaza y promoción.

Capítulo VII: Análisis financiero, este abarca los estudios económicos que determinan la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

El contenido de estos capítulos respalda la idea de negocio y son fundamentales para la creación y establecimiento del emprendimiento de creación de taller de moda y confección de ropa ubicado en la ciudad de Salinas

1. Determinación de la necesidad

b. Justificación teórica

En la sociedad contemporánea, la moda se presenta como complemento de nuestra identidad e imagen personal para proyectar un estilo único. La moda se ha convertido en una de las industrias más dinámicas que ayudan a impulsar la economía tanto a nivel micro como macro, demandando constantemente profesionales capacitados que puedan satisfacer las necesidades de la industria textil. Así nace la iniciativa de crear un taller de moda y confección, enfocándonos en aspectos relevantes, tanto teóricos como prácticos, para su realización.

Quiñonez Lisbeth, (2020), en su tesis “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de prendas de vestir para mujeres, en la ciudad de esmeraldas” nos dice que en el potencializar la industria textil le puede dar un gran giro a los proyectos y formas de hacer negocios en Ecuador, debido a que es un área altamente potencial, el este aspecto considera que puede impulsarse de manera significativa siempre y cuando las personas sean responsables con los procesos a manera de ofrecer productos o servicios de calidad.

Al IV trimestre de 2023, el empleo en el sector textil y manufacturero aumentó en un 0,7%, lo que se traduce en 866 fuentes de empleo adicionales respecto al mismo periodo de 2022. Además, el sector textil y de confección aportó con el 16,4% del empleo en el sector manufacturero, lo que destaca su importancia dentro de la economía ecuatoriana. (AITE, 2024)

La creación de un taller de moda y confección se basa en la implementación de conocimientos teóricos como la parte de diseño, conocimiento sobre las tendencias actuales del mercado y los conocimientos sobre los procesos necesarios en la producción de las prendas, así misma combina también la parte práctica del emprendimiento como lo son, la practica en técnicas aplicadas al tema de costuras, moda, diseño y los acabados que se le dan a las prendas y hacen que se diferencien de las demás. Basándonos en los distintos estilos de la moda y las diferentes opciones para iniciar en este ámbito, podemos desarrollar habilidades únicas que nos diferencien y generen valor.

Un estudio reciente sobre la creación de una boutique de ropa femenina en Salinas, Santa Elena, destaca una alta demanda de prendas casuales. La investigación reveló que el 57.3% de las mujeres encuestadas están dispuestas a comprar en una nueva boutique que ofrezca variedad y tendencias actuales. (Villón Ochoa , 2024). Además, se identificó que las blusas casuales son las prendas más solicitadas, evidenciando una falta de variedad en el

mercado local. Este contexto sugiere oportunidades significativas para el desarrollo de negocios en el sector de la moda en Salinas.

De acuerdo con Ortiz, J & Cerón, J. (2023), en su “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Cali”, expresa que la industria textil y de confección está en crecimiento constante, se avizora un entorno muy positivo, donde existe un alto potencial y grandes oportunidades a futuro. Esto referencia la creciente que vive la industria textil tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Es fundamental contar con bases teóricas que nos ayuden a comprender y sustentar las decisiones que se deben llevar a cabo al iniciar un emprendimiento, con base a esto mediante la revisión de un argumento científico el cual define la propuesta de implementación de un modelo de gestión para empresas textiles artesanales, os dice que “implementar un modelo de gestión, facilitará contar con personal calificado, material y maquinaria adecuada lo cual optimizará recursos y tiempos de entrega, generando lucro adicional para la empresa” (Zambrano, Berzosa, Romero, & Mora, 2020)

Por su parte Chang, M. (2015) en su Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba manifiestan que el desarrollo textil en el Ecuador ha tenido que atravesar por varias etapas para poder convertirse en la actualidad en una las actividades económicas más reconocidas en el país

Tomando como referencia al Autor Stuart Hall y su perspectiva en cuanto a la identidad podemos concluir que la cultura y la identidad son elementos importantes en la industria de la moda, y deben considerarse al desarrollar estrategias de marketing y comunicación. Esto ayuda a comprender la necesidad de conocer teóricamente que es lo que se busca conseguir a través de la moda y confección, que se busca dar a conocer.

Según Loor, C, (2019). en su tesis “creación de una empresa de confección y comercialización de prendas de vestir femenina, cantón la libertad, año 2018” nos dice que la calidad en el servicio significa llevar un control de las actividades que se realizan cuando se brindan los servicios de manera que se cumplan las funciones de forma organizada y eficiente que cliente se sienta satisfecho. En este caso se expresa la importancia de dar un buen servicio de atención al cliente, fundamental en cada proceso de producción y de comercialización.

c. Justificación práctica

Actualmente Salinas se considera atractivo turístico en las costas del país, lo que genera gran afluencia de visitantes que buscan prendas y accesorios únicos. Ecuador cuenta con un mercado que ofrece materia prima calidad. Pese a esto, en la ciudad de Salinas existe poca diversidad en la oferta de ropa debido a la poca existencia de tiendas dedicadas a la confección y ofrecen una selección limitada de prendas lo que genera escasez de opciones para la mayoría de las personas, que tienen que movilizarse fuera de la ciudad para adquirir así sus prendas basadas en sus gustos y comodidad. Ante la necesidad del mercado, se consideró importante crear un taller de costura para elaborar ropa femenina para cubrir la demanda a través de la personalización de ropa con estilos modernos, de calidad y diseño, para desarrollar nuevos talleres de confección en el sector que permitan cumplir las expectativas del consumidor.

La creación de nuevos emprendimientos en diversas áreas genera nuevas plazas de empleo mediante su implementación, lo que beneficia a la comunidad local donde se desarrolla. Según la Asociación de Industrias textiles del Ecuador “El sector textil y confección ecuatoriano ha sido un generador constante de empleo, al 2022, el total de plazas directas de empleo bordeó las 172 mil” (AITE).

Con la creación de este taller se busca generar beneficios en el sector y la comunidad, que se materializarán en nuevas plazas de trabajo que beneficien a personas capacitadas en confección, moda y diseño. Igualmente, con la creación de este emprendimiento se pretende dinamizar la economía local generando ingresos y atraer nuevos clientes mediante promoción y difusión. Entre otros beneficios que se generan mediante la creación de este emprendimiento podremos impulsar la diversidad, creatividad e innovación tanto en el desarrollo teórico como práctico de los factores involucrados.

Según datos publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE) “las provincias con mayor actividad textil y confección son las siguientes con sus respectivos porcentajes actualizados en el año 2020: Pichincha (53% del total), Tungurahua (21% del total), Guayas (14% del total) e Imbabura (5% del total)” (ECUADOR, 2020).

Al combinar la teoría y la práctica se pueden generar estudios que permitan conocer la demanda de prendas a la medida que existe en la ciudad de Salinas, esto se puede conocer a través del análisis de las tendencias de consumo actuales en los consumidores para definir las características del producto o servicio que se quiere ofrecer, considerando las necesidades

actuales del mercado. Estos factores ayudan a tener una formación integral que ayude a la consecución de nuestro objetivo.

En base a estudios de mercados, realizados por los autores mencionados, se evidencia la necesidad de los consumidores de adquirir prendas para diferentes ocasiones, prendas de carácter formal, semi-formal o casuales, lo que determina el impacto positivo que abarca la oferta de este tipo de producto, siendo esta información un fundamento preciso en la creación de un taller de moda y confección de prendas en la ciudad de Salinas.

Por otro lado, con la creación de este emprendimiento, se busca crear un taller dedicado al diseño, confección de prendas formales y venta dentro y fuera de Salinas, para cubrir las necesidades existentes en la localidad, y a la vez poner en práctica los conocimientos, competencias y habilidades adquiridas en la carrera, iniciando un negocio propio que busca beneficios personales y para la comunidad.

2. Descripción de emprendimiento

d. Descripción del emprendimiento

iii. Modelo Canvas

Tabla 1. Modelo CANVAS

SOCIOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materia prima. • Proveedores de maquinarias. • Tiendas comerciales • Instituciones financieras 	ACTIVIDADES CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Selección de materiales de calidad. • Diseño y confección de prendas personalizadas. • Atención personalizada al cliente. • Marketing y ventas. • Administración del negocio. 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> • Creación y personalización de prendas formales y casuales a la medida, elaborados con calidad brindando satisfacción al cliente • Precios competitivos • Alternativa de ventas online y envíos. • Practicas sostenibles. 	RELACIÓN CON CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación personalizada con clientes. • Encuestas y formularios de preferencias y necesidades. • Buzón de comentarios y sugerencias para mejoras. 	SEGMENTOS DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Personas entre 15 y 55 años que estén interesadas en temas de moda, con ingresos fijos que le permitan adquirir prendas de manera regular. • Tiendas comerciales de ropa interesadas en crear alianzas estratégicas.
	RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Personal cualificado en el emprendimiento (Diseñadores, patronistas, costureras). • Personal de atención al cliente. • Taller y Equipamiento • Inventario de materiales e insumos 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> • Canales de venta físicos (en la tienda) y online (envíos de pedidos). • Canales de captación en medios digitales (Redes sociales) • Canales de fidelización. 	
ESTRUCTURA DE COSTOS <ul style="list-style-type: none"> • Costos de materiales (textiles, accesorios, insumos, acondicionamiento) • Mantenimiento de Equipos • Salarios del personal • Servicios públicos • Marketing y ventas 		FUENTE DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Venta de prendas confeccionadas • Servicio único de diseño y confección • Medios de pagos accesibles 		

Nota: Modelo Canvas para el negocio de taller de moda y confección de ropa.

iv. Análisis del Modelo Canvas.

Propuesta de valor

Confección de prendas formales personalizadas al estilo y necesidades del cliente, es importante que el taller cumpla con las expectativas y necesidades de los clientes, haciendo énfasis en los acabados que tendrán las prendas para ofrecer un producto de calidad, esto le dará valor a nuestro producto y servicio, reflejado en la diferencia del resto del mercado, buscamos resaltar entre la competencia en la producción, atención, imagen y los canales de distribución y acceso a nuestros productos. Al ofrecerles a nuestros clientes la posibilidad de personalizar las prendas que desea adquirir por parte del taller, resaltamos la autenticidad y calidad de la prenda. Referente a las prendas casuales y formales, estas brindan a quienes las portan comodidad y practicidad en su estilo personal combinando el estilo personal, confort a la hora de vestir.

Se manejarán precios competitivos en el mercado, buscando un buen posicionamiento y reflejando una buena imagen, combinando este factor con el plazo de entrega, se busca crear en la mente del consumidor una confianza para preferirnos, consolidando así nuestro negocio.

Resaltamos el enfoque de prácticas sostenibles al ser un tema que en la actualidad resalta en el ámbito empresarial, en el taller nos enfocaremos en producir la menor cantidad de residuos posibles además del consumo de energía responsable, dándole un nuevo uso a la materia prima restante para de esta manera minimizar el impacto ambiental que puede generar la industria textil.

Al ofrecer a nuestros clientes prendas formales con calidad de telas y acabados buscamos que estas prendas sean duraderas y a la vez resistentes al uso frecuente, de esta manera planteamos en nuestros clientes el consumo responsable.

Socios clave

Proveedores de materia prima y los proveedores de maquinarias: Debemos enfocarnos en la calidad de los materiales que estos nos suministren para evitar algún tipo de contratiempo en los procesos. En cuanto a los proveedores de telas y materia prima necesaria para las actividades del taller, se encuentran en Guayaquil Ecuador, reconocidas por sus precios y calidad, entre ellas; Distritex distribuidor de telas, Ivantex, Almacén de telas Lafayette y Stefanie almacén de telas. Estas son distribuidoras reconocidas y recomendadas por negocios dedicados en el ambiente textil de la localidad.

Los proveedores de las maquinarias para el taller deberán brindar maquinaria que permita tener una correcta producción, para ello existen varias casas comerciales dedicadas a la venta de maquinarias, se requiere cotizaciones para las máquinas de coser y los equipos necesarios para confección. Macoser es una empresa ecuatoriana ubicada en la ciudad de Guayaquil, comercializadora de máquinas de coser entre otras herramientas para la industria textil, con varias marcas reconocidas además de brindar soluciones para reparaciones de estas, por lo cual es considerada una empresa candidata para una alianza de adquisición de las maquinarias.

Actividades clave

Selección de materiales de calidad, se deberán realizar análisis de la calidad de las telas (texturas, color, durabilidad, etc.), materiales, y maquinarias involucradas en los procesos de confección del taller, este proceso puede realizarse a través de la búsqueda de proveedores confiables que nos ofrezcan productos de calidad a precios competitivos, la calidad en nuestros procesos brindará la oportunidad de ofrecer a nuestros clientes un producto cumpliendo sus expectativas y necesidades.

Analizando el punto del diseño y confección de prendas formales a la medida, el taller ofrecerá este servicio al público que busque adquirir este tipo de prendas, brindando productos diferentes de la competencia, creando prendas personalizadas, sin dejar de lado el estilo clásico, esta actividad se hará posible mediante una interacción directa con el cliente en la que el exprese sus disposiciones para adquirir, factores que varían como la diferencia de telas, colores, texturas, detalles. Realizando de esta manera prendas únicas que le brinden satisfacción al cliente de nuestro taller.

Atención personalizada a clientes, este punto es muy importante para diferenciarnos de la competencia, el personal que estará encargado de interactuar directamente con el cliente debe conocer cómo funcionan los procesos del negocio y debe hacer que el cliente sienta que está en el lugar correcto mediante una buena atención y prestación de servicios, los gustos y preferencias de cada cliente son factores cambiantes e independientes de cada persona, motivo por el cual brindar una atención especial a cada cliente es crucial para cumplir las necesidades de cada uno de ellos.

Respecto al marketing y ventas, ya definido nuestro público objetivo, debemos enfocar las estrategias de marketing tradicional (publicidad impresa, canales digitales) y actual como el uso de las redes sociales o páginas web, una combinación que nos ayudará a llegar a ellos de

manera efectiva, reflejando un estilo único en productos y servicios. Para esto debemos tener establecido, un logotipo, nombre comercial, y un estilo visual que nos permita entrar y quedarnos en la mente del consumidor.

En cuanto a la administración del negocio, se deberá crear un plan de negocios con la, visión, misión, objetivos, estrategias y proyecciones financieras, elementos importantes para que el negocio esté enfocado en su objetivo y pueda tomar decisiones necesarias para su correcta implementación y consecución. Se deberá llevar un control de las finanzas y obligaciones legales para gestionar el negocio de manera eficiente.

Recursos clave

Referente al punto de personal cualificado nos enfocaremos en el recurso humano que colaborará en el negocio, buscando personal con experiencia en el área de costura, moda y confección, administración, y atención al cliente. Se promoverá el trabajo en equipo como elemento esencial, a la vez que se fomentará la creatividad e innovación para la creación de prendas únicas y personalizadas.

En cuanto a los diseñadores, patronistas, y costureras involucradas en el emprendimiento y mencionados en el modelo Canvas, estos serán conformados por familiares dedicados a laborar en el área textil, quienes desempeñan sus labores de manera individual y de manera informal, mediante la creación de este taller se busca realizar una alianza entre estos actores involucrados, para beneficio de las partes interesadas.

El personal de atención al cliente también deberá manejar técnicas que le ayuden a manejar diversos tipos de situaciones que puedan presentar, para poder ofrecer un servicio de calidad.

El espacio donde se desarrollarán las actividades debe contar con las adecuaciones necesarias para el funcionamiento del taller, se debe contar con buena iluminación y un espacio seguro para quienes trabajen. Se deberá tener un correcto manejo de stock, almacenamiento correcto de los materiales necesarios en el taller para disponerlos cuando sean necesarios, evitando perder tiempo o algún cierre de negocio. El espacio en el que se almacenarán los materiales debe estar limpio, seco y ser seguro para cuidar las telas y demás materiales de cualquier imprevisto, se realizarán también revisiones periódicas para verificar el estado de las telas.

Relación con clientes

Debe existir una correcta comunicación por parte del personal de producción con el cliente mediante ello se puede lograr atender las necesidades específicas que requiere cada persona. Así, se puede lograr que el cliente se sienta en confianza desde el momento de requerimiento de la prenda hasta la entrega del producto final.

Para conocer cómo llegar a los clientes de la mejor manera, se llevará a cabo la realización de encuestas y formularios, para conocer las expectativas del negocio, las necesidades que esperan que se satisfagan, etc. Las interacciones de los clientes sobre sus respuestas pueden resultar para el taller una fuente de nuevas ideas para productos, servicios y procesos.

Para implementar mejoras en el servicio ofertado el taller, crearemos un buzón de comentarios y sugerencias tanto para el local físico como en los medios digitales, mediante ello se podrá conocer el punto de vista del cliente en base a nuestro negocio. Esto nos ayudará a lograr que el cliente sienta que cumplimos con sus expectativas mientras nos ayudan a detectar áreas de mejora para tomar medidas correctivas si son necesarias.

Canales

El taller de moda y confección se localizará en la parroquia Anconcito, dentro de la ciudad de Salinas, constará el taller en el cual se podrá ofrecer un servicio personalizado al cliente, en un ambiente en condiciones agradables el cliente podrá sentirse en confianza y podrá expresar sus necesidades de manera efectiva, se tendrá constante comunicación con el cliente y mediante esta modalidad se podrá realizar una venta de manera directa.

En cuanto a la tienda online, se desarrollará a través de plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp, y creando una página web, plataformas de gran alcance que nos permitirán ofertar nuestro negocio atractivo para que los clientes visualicen nuestros productos y realicen compras y pedidos rápida y eficazmente. Los envíos de pedidos realizados a través de las plataformas digitales se realizarán según los requerimientos especificados por nuestros clientes, en base con las alternativas del taller.

Mediante estos medios digitales como redes sociales se podremos llegar de manera efectiva a nuestros clientes potenciales generando interés en los productos y servicios ofrecidos por el taller. A través de contenido informativo para que el cliente conozca las características

del negocio, captar atención lograr que el público objetivo se sienta atraído y convencido de adquirir nuestros productos.

Se busca crear medios de fidelización mediante la atención personalizada a clientes, brindando una comunicación afectiva en la que exprese sus necesidades y requerimientos para cumplir con éxito sus expectativas, esto será de ayuda para que los clientes estén satisfechos con la experiencia general del taller. Para fortalecer la fidelidad de los clientes se realizarán en temporadas específicas programas promocionales, con el fin de tener mejores oportunidades de participación en el mercado, posicionando al taller en el entorno en relación con la competencia.

Con la implementación de estos canales se puede crear una base sólida del público al que va dirigido nuestro negocio, ofreciéndoles la oportunidad de cumplir con sus necesidades adquiriendo un producto específico y a precios accesibles.

Segmento de clientes

Nuestro grupo de clientes objetivos lo forman personas de entre 15 y 55 años interesadas en temas de moda formal, basándonos en este público objetivo podremos enfocar nuestras actividades en ofrecerles prendas modernas con diseños a la medida de cada persona, debemos tener en cuenta también que estas personas deben contar con ingresos fijos que le permiten adquirir prendas regularmente. Personas residentes en Salinas, un público que busca adquirir prendas formales a la medida y pueda conocer nuestro taller.

Dentro del rango de edades especificados, haremos énfasis en las personas entre 35 a 55 años, mayormente conformado por docentes y profesionales, segmento que constantemente busca prendas elegantes y sofisticadas que les permitan proyectar una imagen profesional. De acuerdo con estos segmentos nos podremos enfocar en ofrecerles prendas de alta calidad, con diseños atemporales y que les faciliten su día a día.

Nuestro segundo segmento de clientes estará conformado por tiendas minoristas que se dedican a la comercialización de ropa del ámbito formal, interesadas en crear alianzas estratégicas. Mediante estas alianzas se puede ampliar el alcance que puede generar del taller y de esta manera llegar a un público más amplio y diverso. El aliarnos con negocios minoristas dedicados a la venta de prendas de vestir, ofreceremos nuestros productos de manera directa e indirecta.

Estructura de costos

Dentro de los costos de producción se encontrarán los costos de textiles, accesorios, insumos, herramientas (telas, cierres, botones, forros e insumos en general), materia prima necesaria y fundamental para la producción de cada una de las prendas a ofertar.

Dentro de los costos de operación consideramos la mano de obra, es decir, el salario de las personas que laborarán con y para nosotros.

Consideraremos también los gastos de servicios públicos para el correcto funcionamiento del taller, dentro de este también se incluirán los gastos generados por arriendo del local de ser el caso, y mantenimiento de los equipos.

Dentro de los costos generados en las operaciones del taller se consideran también los costos por empaquetados y embalaje general que servirán para que los productos finales lleguen en buenas condiciones a los clientes.

Dentro de Marketing y ventas se encontrarán los gastos generados por la publicidad tanto de manera física como online, creación de marca e identidad visual, creación de contenido promocional y medios que ayuden en la captación de clientes.

Los costos generados para la producción y comercialización de prendas formales y casuales serán detallados de manera específica en el capítulo siete del presente trabajo, con el fin de observar y analizar de manera precisa estos datos.

Fuente de ingresos

Venta de prendas confeccionadas: Los ingresos se generarán a través del dinero proveniente de las ventas de las prendas confeccionadas por el taller, basándonos en los datos del estudio de mercado.

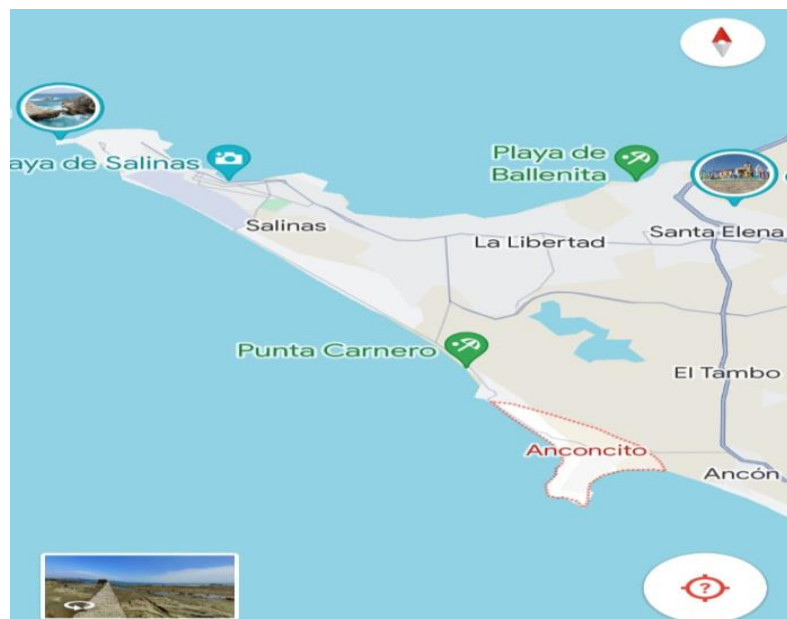
Servicio único de diseño y confección: Al enfocarnos en la personalización y diseño de prendas, los clientes pueden adquirir servicios únicos y este se considera una fuente de ingresos siendo complemento del servicio de personalización en la producción.

Medios de pagos accesibles: Los ingresos se verán reflejados a través de los métodos de pago escogidos por los clientes, para esto consideramos los resultados de la encuesta en cuanto a la preferencia de pago de los clientes.

e. Localización geográfica

El taller de moda y confección de ropa con carácter formal y casual estará ubicado dentro de la parroquia Anconcito, ubicada al sureste del cantón Salinas, perteneciente a la provincia de Santa Elena Ecuador. Según datos del Censo realizado en Ecuador al año 2022, la población de Anconcito es de 15,052 habitantes lo cual representa el 3,90% del total de la población de la Provincia de Santa Elena.

Figura 1. Mapa del Cantón Salinas, ubicación Anconcito.



Nota: Ubicación del negocio, capture tomado de Google maps.

Nota: El gráfico muestra la ubicación de la parroquia Anconcito dentro del cantón Salinas, lugar donde estará ubicado el taller de moda y confección.

La ubicación del taller de moda y confección permitirá abarcar diversas partes de la provincia de Santa Elena y fuera de ella, ya que conecta directamente con Guayaquil una de las más grandes ciudades de Ecuador, además con el alcance de los medios de difusión digitales se podrá facilitar la comunicación y acceso a la adquisición de los productos ofertados.

El taller estará en un área con el espacio adecuado para la infraestructura que permita su adecuamiento y un espacio adecuado para la producción y el almacenamiento de las telas. El lugar donde se implementará el proyecto cuenta con los servicios básicos necesarios para el funcionamiento adecuado del taller.

Dentro de la parroquia Anconcito existe una asociación de costureras, fue creada con el objetivo la fabricación, distribución, venta. Realizan esta actividad en nombre de un gremio,

alianza creada para potenciarse y mantenerse en el mercado, esta asociación se dedica a la fabricación de prendas en su mayoría conformada por uniformes tanto para instituciones educativas y proyectos que requieran uniformes distintivos dentro y fuera de la parroquia.

Dentro del sector en el cual estará situado el proyecto de emprendimiento, existen escuelas cuatro instituciones educativas fiscales, estas son: Luisa Martín Gonzáles, Virginia Reyes González y Gral. César Rohón Sandoval, y el colegio de educación básica superior Pedro Franco Dávila, consideramos también la presencia de la Universidad Estatal Península de Santa Elena como factor importante dentro de la ubicación del taller, dentro de estas instituciones mencionadas, podemos considerar parte del público objetivo al cual va dirigido el proyecto, conformado mayormente por estudiantes en su etapa final de grado y docentes o áreas administrativas que requieran del uso de prendas formales para la realización de sus actividades.

f. Justificación

Para la creación de un taller de moda y confección en el cantón Salinas se aprovechan las oportunidades y se toman en consideración las condiciones presentadas para su implementación, con su respectivo elemento diferenciador de la competencia, tanto la calidad del producto y precios existentes dentro del mercado. Se busca cubrir las necesidades existentes que tienen las personas al adquirir prendas que cumplan sus expectativas a través de la personalización y confección a la medida, mediante la implementación del taller se confeccionarán prendas a la medida del cliente.

Con lo expuesto en la determinación del proyecto de emprendimiento, se creará el taller de moda y confección, para elaborar diseños, confección y venta de prendas dirigidas al público que busca adquirir prendas de carácter formal dentro y fuera del cantón Salinas, con este emprendimiento se busca cubrir la necesidad de las personas al buscar prendas basándose en su estilo personal, siendo estas prendas de calidad y a un precio accesible.

Hoy surgen cada vez más tendencias de moda de un ciclo corto de vida, conocida como moda rápida, por la que muchas personas suelen caer en tendencias de uniformidad. Con base en esto, con la creación de este taller buscamos crear un producto que identifique a cada persona que portará nuestras prendas con enfoque en la sostenibilidad, esto será posible mediante la personalización, diseño y calidad que nos creará un valor diferenciado de la competencia. Con la aplicación de estos elementos le ofreceremos al cliente una prenda diferenciada cumpliendo sus expectativas y logrando una satisfacción al público.

3. Estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado se busca obtener información sobre las preferencias del mercado al momento de adquirir productos referentes a nuestro taller. Lo cual reflejará la factibilidad al implementar el proyecto, lo que permitirá conocer diferentes áreas del mercado al cual nos vamos a dirigir.

b. Análisis del entorno

i. Macroentorno.

Se utilizará la herramienta PESTEL y se realizará su respectivo análisis con el fin de demostrar cuales son los aspectos del macroentorno que pueden afectar directa o indirectamente al taller de moda y confección, al utilizar esta herramienta podremos tener una visión más amplia o global del negocio.

Análisis PESTEL.

A través de este análisis se conocerán los aspectos macro en el contexto del proyecto para conocer la viabilidad de la implementación del taller de ropa formal en la ciudad de Salinas, los elementos que se analizan son los siguientes: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal del sector. Las iniciales de estos elementos forman el acrónimo PESTEL.

Factores políticos.

Dentro de los factores políticos podemos identificar los constantes cambios en los mandatos a nivel nacional, la inestabilidad política presentada actualmente puede causar que los emprendimientos no cuenten con la certeza de estabilidad al momento de iniciar sus actividades.

Ecuador cuenta con medidas implementadas con el fin de apoyar a las pequeñas y medianas empresas que buscan iniciar emprendimientos, a través de políticas que intervienen en la reducción de impuestos en determinadas áreas, así mismo la creación de programas de financiamiento que ayudan a pequeños negocios a implementarse y llevar a cabo sus actividades

Factor económico

Ecuador en los últimos años ha crecido económicamente y la inflación presentada se considera baja, representado un factor positivo para las personas que desean emprender, se

debe considerar que las tasas de interés que las entidades financieras solicitan para financiar proyectos pueden considerarse altas para los negocios que no tienen una economía estable o apenas están iniciando sus actividades.

La economía en Ecuador en el segundo trimestre de 2023 presentó una variación positiva de 3,3% en comparación con el mismo período del año 2022. (BCE, 2023), esto puede ser considerado un factor positivo en la creación de nuevos negocios. El sector textil ecuatoriano es competitivo, tanto a nivel nacional como internacional.

Factor social

En el factor social podemos considerar que la población del Ecuador crece siempre mientras surgen nuevas tendencias y estilos al vestir, lo que puede significar un elemento positivo cuando quiere emprender en la confección de prendas, las necesidades de las personas especialmente de adultos y jóvenes cambian según van cambiando los estilos de vida, lo que produce nuevas tendencias de consumo.

A pesar de que en Ecuador el sector textil contribuye tanto a la generación de empleos y al desarrollo local, la inseguridad que actualmente atraviesa el país genera un impacto negativo dentro del sector textil y fuera de este, afectando mayormente a pequeños y medianos negocios entre los cuales se encuentran los emprendimientos.

Factor tecnológico

Las nuevas tecnologías surgen de una manera más rápida, aunque adquirirlas nuevas tecnologías representen una inversión muy grande en costos de adquisición, pueden ayudar significativamente en el área de producción del taller. El uso de la Inteligencia artificial y de las nuevas tecnologías como la impresión en 3D ayudan a la creación de productos innovadores en el sector de la moda, este factor obliga a las empresas a adquirir nueva tecnología para cubrir las nuevas demandas y no quedarse estancados.

Factor ecológico

El factor ecológico que más podría afectar en el negocio son las posibles lluvias que dañen los canales de distribución de los proveedores para entregarnos la materia prima, las telas e hilos, que puede significar al negocio aumentar los costos de producción, elevando los precios finales del producto.

Según información publicada por Pacheco, A. Mediante Investora Foundation nos expresa que “durante la producción de las prendas se obtiene residuos como son agujas, carretes, bobinas, cuchillas, hilos, fundas plásticas, remanentes textiles, producidos durante el corte y confección final, liadas con la producción que tenga la fábrica o un taller” (Pacheco, 2024) en los procesos de producción del taller de moda y confección de prendas formales se recolectarán los residuos y sobrantes de los procesos productivos para que estos sean reutilizados en áreas referentes al reciclaje.

“El impacto positivo agrega un valor de identidad como marca, infundiendo confianza a los consumidores, quienes son las personas que adquieren marcas, productos y servicios que abordan problemas globales y hacen la diferencia.” (Bravo Donoso & Caiza Changoluisa, 2022)

Factor legal

Podemos considerar que el marco legal en Ecuador es favorable para la creación de empresas, debido a que cuentan con leyes que facilitan el registro y la operación de negocios y emprendimientos. Podemos considerar como factor a favor las leyes de propiedad intelectual en Ecuador, que protegen las propiedades como las marcas comerciales y los diseños.

Leyes de protección del consumidor

“La innovación disruptiva; inestabilidad económica; agitación social; cambios en los depositarios del poder; degradación ambiental; globalización; cambios demográficos son factores que afectan los emprendimientos a nivel global” (Vizueta Tomalá, 2020)

ii. Microentorno.

Para analizar el microentorno del taller de moda, se aplicará el análisis de la competencia basado en las cinco fuerzas de Porter, para analizar el microentorno competitivo en el que operará el taller.

Análisis de las fuerzas de Porter.

Poder de negociación con proveedores.

El poder de negociación con proveedores es alto, porque dentro del proyecto se consideran diversos proveedores de materia prima y maquinaria necesaria para la producción. Habrá diversos proveedores para evitar inconvenientes al requerir materiales y que represente una falla o tarda en nuestros procesos. Otro de los beneficios que tenemos al tener este poder

es la variación que existe entre precios, modelos, calidad, etc. Factores que representan beneficios para el taller.

Poder de negociación con clientes

El poder de negociación con clientes o compradores es alto porque en Salinas hay poca oferta de centros dedicados a la confección de prendas personalizadas a los clientes, esto permite atraer a los clientes y adquirir nuestros productos con atención personalizada a sus diferentes estilos, necesidades, requerimientos. Se utilizarán medios de captación de clientes a través de redes sociales y se implementarán alternativas de compra de manera física y online lo cual permitirá llegar a clientes potenciales y convertirlos en clientes.

Amenaza de nuevos entrantes

Considerando que el mercado de la moda está en constantes cambios, la posibilidad de que aparezcan nuevos competidores es considerable debido a que estos pueden llegar al mercado con nueva tecnología que les permite dar productos a un precio mas bajo que el del taller, sin embargo, el taller se enfoca en ser un negocio que busca brindar un servicio y producto personalizado a los clientes, lo cual diferencia nuestro producto de la competencia que pueda entrar al mercado.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es moderada a alta, ya que actualmente surgen nuevas plataformas de venta online como Shein y Temu, que actualmente son competidores entre sí, estas plataformas ofrecen productos de moda rápida a un bajo costo lo cual puede representar una amenaza para el taller, sin embargo estas no se enfocan en ofrecer un producto con características específicas para cada cliente, lo que representa una baja variedad al momento de seleccionar algo que represente la esencia de cada persona. El taller busca satisfacer esa necesidad de brindarle diferenciación a nuestros clientes.

Rivalidad entre competidores existentes.

La rivalidad entre competidores existentes es media porque hay negocios dedicados a vender productos similares al nuestro, lo que puede generar al taller y a más negocios, una competencia de precios para posicionarse en el mercado, lo que reduciría los márgenes de ganancias en el taller y en la competencia, nuestro taller se enfoca en la diferenciación brindándole alternativas a nuestros clientes al querer adquirir una prenda personalizada.

c. Metodología de la investigación de mercado.

i. Determinación de objetivos de la investigación

- Conocer las necesidades y preferencias del consumidor de prendas formales en la ciudad de Salinas.
- Identificar la competencia de negocios relacionados con la industria de confección de prendas de sastrería en la ciudad de Salinas.

ii. Segmentación de mercado.

Dentro de la segmentación de mercado al cual va a dirigirse el emprendimiento para ofertar sus servicios de confección personalizada de prendas formales se tomará en cuenta los siguientes segmentos:

Segmentación geográfica

La población perteneciente al cantón Salinas que según datos publicados por INEC al año 2022 cuenta con 86.801 habitantes.

Segmentación demográfica

Conformada por hombres y mujeres de edades comprendidas de 15 a 55 años, abarcando jóvenes, adolescentes y adultos, personas que fueron consideradas debido a las actividades que realizan las cuales implican el uso de prendas formales entre ellas el estudio, trabajo o simplemente ocasiones que así lo requieran o por gusto personal.

Se consideran las características que estos grupos de personas comparten que es la capacidad adquisitiva y el nivel educativo o laboral por el que cursan buscando prendas formales.

Segmentación económica

El público objetivo principal debe contar ingresos medios a altos, lo cual les permita acceder a productos de mayor valor como lo son las prendas formales confeccionadas a la medida. El emprendimiento se enfocará en personas con un estilo de vida activo y exigente que buscan prendas formales a la medida y duraderas. Se considerarán la ocupación y profesiones del público que requiera la adquisición de vestimenta formal, como ejecutivos, empresarios, y como ya se ha especificado anteriormente, estudiantes que requieran de estas prendas para el desarrollo de sus actividades.

Identificación de la Población

Para identificar correctamente la población se utilizaron datos del Censo Ecuador con datos del año 2022, que dan datos referentes a la población total de habitantes hasta su emisión. En el siguiente cuadro se detalla de manera específica la información proporcionada respecto a la población del Cantón Salinas, por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022).

Tabla 2. Población del Cantón Salinas.

Población total del Cantón Salinas		Porcentajes
Habitantes	86.801	100%
Género		
Femenino	43.508	50,12%
Masculino	43.293	49,88%

Nota: Población del cantón Salinas, extraído de los resultados del censo en la Provincia de Santa Elena (INEC, 2022).

Del total de la población perteneciente al Cantón Salinas al año 2022, se considerará como población objetivo, a las personas de edades entre 15 a 55 años, el cual representa un segmento significativo de la población total, esta población es de importancia para las actividades del taller debido a las actividades que desempeñan y que requieren en uso de vestimenta formal o casual.

Tabla 3. Segmento de la población objetivo.

Rango de edades	Número de habitantes
De 15-19	5.452
De 20-24	5.098
De 26-29	4.807
De 30-34	4.663
De 35-39	4.419
De 40-44	4.125
De 45-49	3.776
De 50-54	3.502
Población de 15 a 55 años	35,842

Nota: Número de habitantes del cantón Salinas con edades entre 15 a 55 años, que forman parte de la población objetivo, con resultados obtenidos de (INEC, 2022).

Mediante los datos representados en el cuadro, podemos observar que las personas de edades entre 15 y 55 años representan el 41.6% del total de la población perteneciente al cantón Salinas

Muestra de investigación.

Cálculo de la muestra

La muestra se calcula tomando como referencia al cien por ciento de la población de personas entre 15 a 55 años del Cantón Salinas y se aplicó la siguiente fórmula estadística para su cálculo.

Fórmula para el cálculo de la muestra

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

Donde:

n = Muestra

N = Población de estudio = 35.842

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir. 6% = 0.06

$$n = \frac{35.842 * (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(35.842 - 1) * (0.06)^2 + (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{34.422}{130}$$

n = 265 personas a encuestar

iv. Técnicas de investigación.

La investigación pertinente para la realización de este proyecto está basada en el Cantón Salinas donde estará ubicado el taller de sastrería o prendas formales, la información a recolectar permite conocer cómo se encuentra la competencia dentro del cantón referente al sector textil formal, de igual manera permite conocer cuáles son las necesidades y preferencias del consumidor de prendas formales dentro del sector. Para conocer estos y más datos de importancia para la realización de este proyecto se realizará la aplicación de encuestas dirigidas al público objetivo y observación directa.

Encuesta

La encuesta ayuda a conocer directamente a los clientes sus necesidades y preferencias en cuanto a prendas de sastrería o prendas formales en Salinas. Para su aplicación previamente se realizó un cálculo de la muestra para conocer el número de personas a las cuales se les aplicará la encuesta.

La información que se recabe a través de esta herramienta sirve de apoyo para la toma de decisiones en los procesos técnicos de la realización de este proyecto. Para esto en la encuesta se detallarán los datos a recolectar, de manera que se entienda al público al que se dirigirá.

Para el taller de confección y venta de ropa sastrería se realizó una encuesta dirigida a los clientes potenciales, en la que se tomaron en cuenta aspectos relacionados con sus preferencias al adquirir prendas formales, y necesidades acordes a sus requerimientos, etc. Esta información por conocer es necesaria para conocer el mercado antes de iniciar la creación del taller de confección y venta de prendas en Salinas.

La encuesta se realizó a través de la plataforma Forms, fue dirigida al total de 265 personas, muestra de la población comprendida de habitantes de 15 a 55 años pertenecientes al cantón Salinas.

v. Resultados descriptivos de la investigación

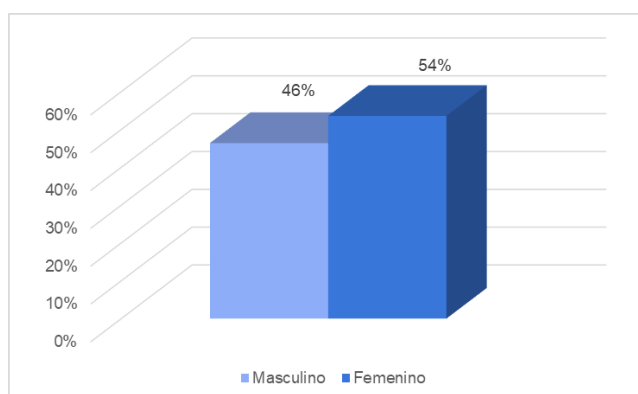
Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 4. Género de los encuestados

Alternativa	f	%
Masculino	123	46%
Femenino	142	54%
Total	265	100%

Nota: Respuesta de la encuesta sobre el género de los encuestados, habitantes con edades entre 15 a 55 años del cantón Salinas.

Figura 2: Género de los encuestados



Nota: Gráfico de las respuestas de la tabla #4 sobre el género de los encuestados.

Análisis e interpretación

De acuerdo con las respuestas de las encuestas realizadas a nuestro público objetivo comprendido por personas de edades entre 15 a 55 años residentes de la ciudad de Salinas se puede conocer que, la mayoría de encuestados son mujeres es decir un 54% de la población encuestada, este dato sirve para deducir que la producción de prendas femeninas puede ser mayor que las prendas de carácter masculino.

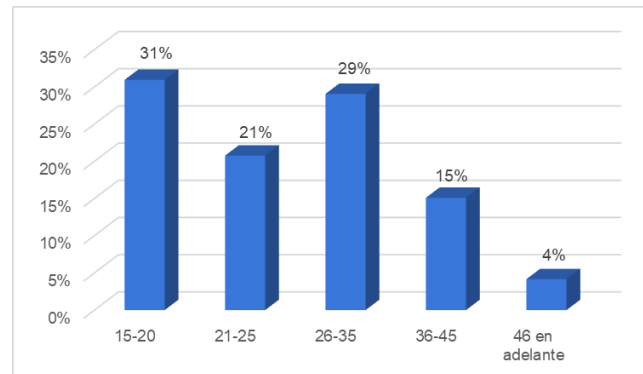
Pregunta 2: ¿Dentro de que rango de edad se encuentra usted?

Tabla 5. Edad

Alternativa	f	%
15-20	82	31%
21-25	55	21%
26-35	77	29%
36-45	40	15%
46 en adelante	11	4%
Total	265	100%

Nota: Respuesta de la pregunta sobre el rango de edad del público objetivo del negocio.

Figura 3: Edad



Nota: Gráfico de las respuestas de la tabla #5 sobre el rango de edad de los encuestados.

Análisis e interpretación

Los resultados de las encuestas aplicadas muestran que el rango de edades dominante está conformado por personas de edades entre 15 a 20 años con un 31% del total de encuestados. Podemos identificar que estas personas son el público en el cual nos enfocaremos para desarrollo de las estrategias de captación y retención adaptando las actividades según sus necesidades y preferencias.

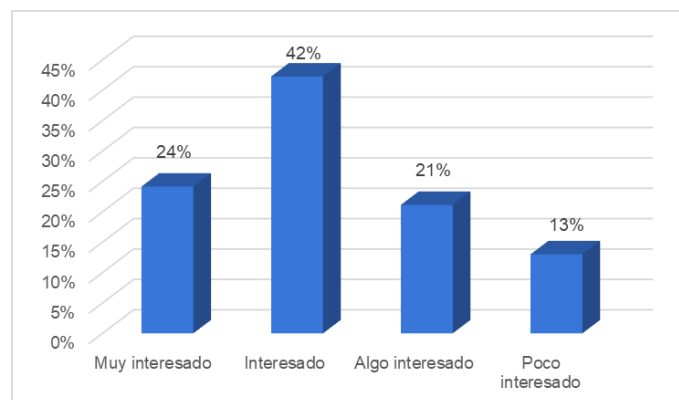
Pregunta 3: ¿Cuál es su nivel de interés referente a prendas formales?

Tabla 6. Interés en prendas formales

Alternativa	f	%
Muy interesado	64	24%
Interesado	112	42%
Algo interesado	56	21%
Poco interesado	33	13%
Total	265	100%

Nota: Nivel de interés en prendas formales por parte de los encuestados.

Figura 4. Interés en prendas formales



Nota: El gráfico muestra los resultados de la tabla #6 de acuerdo a el nivel de interés en prendas formales por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

Mediante los resultados de las encuestas aplicadas podemos notar que un 24% de personas se encuentran muy interesadas y un 42% se encuentran interesadas a comparación de un porcentaje reducido de personas poco interesadas en prendas formales. Se considera que el interés de las personas por las prendas de carácter formal es sólido para el direccionamiento de las actividades del taller.

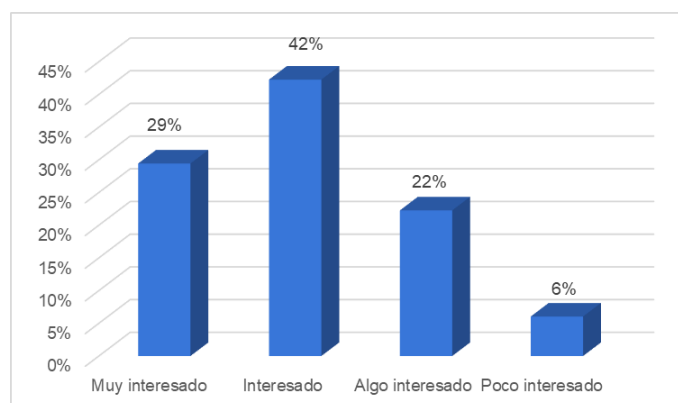
Pregunta 4: ¿Cuál es su nivel de interés referente a prendas casuales?

Tabla 7: Interés en prendas casuales

Alternativa	f	%
Muy interesado	78	29%
Interesado	112	42%
Algo interesado	59	22%
Poco interesado	16	6%
Total	265	100%

Nota: Nivel de interés en prendas casuales por parte de los encuestados.

Figura 5: Interés en prendas casuales



Nota: El gráfico muestra los resultados de la tabla #7 de acuerdo a el nivel de interés en prendas casuales por parte de los encuestados

Análisis e interpretación

Los resultados del nivel de interés en prendas casuales predominan con un 42% de personas que se encuentran interesadas lo cual nos indica que las prendas de carácter casual tienen buena aceptación por parte de nuestro público objetivo. Esta información proporcionada sirve para el enfoque de los servicios ofrecidos por el taller de moda y confección.

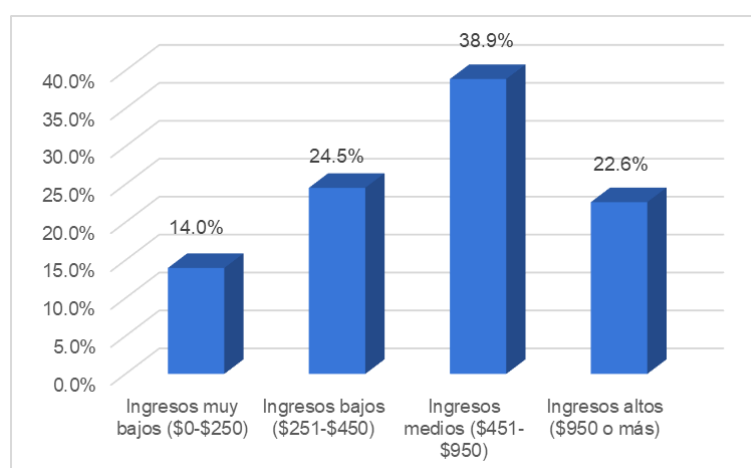
Pregunta 5: Nivel de ingresos que percibe de acuerdo con su nivel socioeconómico.

Tabla 8: Nivel de ingresos

Alternativa	f	%
Ingresos muy bajos (\$0-\$250)	37	14%
Ingresos bajos (\$251-\$450)	65	24%
Ingresos medios (\$451-\$950)	103	39%
Ingresos altos (\$950 o más)	60	23%
Total	265	100%

Nota: Respuesta sobre el nivel de ingresos al cual pertenecen los encuestados.

Figura 6: Nivel de ingresos



Nota: El gráfico muestra los resultados de la tabla #8 de acuerdo al nivel de ingresos que percibe el público objetivo del negocio.

Análisis e interpretación.

Los resultados demuestran que un 38.9% de las personas encuestadas perciben ingresos medios comprendidos entre \$451 a \$950 mientras que un porcentaje mínimo de encuestados percibe ingresos mínimos, lo cual nos permite deducir un gran porcentaje de personas se encuentra en la posibilidad de adquirir los servicios ofrecidos en el taller.

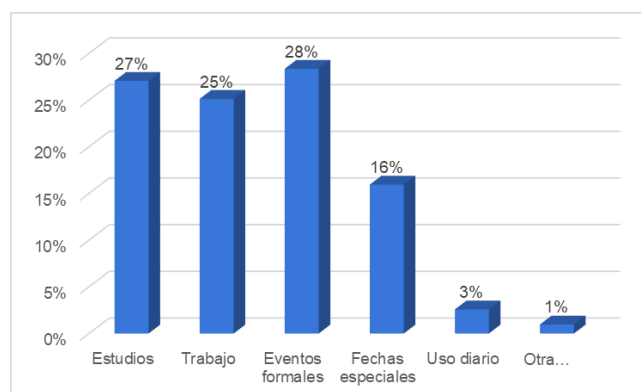
Pregunta 6: ¿Cuáles son las razones de compra o uso de prendas FORMALES? (puede escoger más de una opción)

Tabla 9: Razones de compra de prendas formales

Alternativas	f	%
Estudios	168	27%
Trabajo	156	25%
Eventos formales	176	28%
Fechas especiales	99	16%
Uso diario	16	3%
Otra...	6	1%
Total	621	100%

Nota: En la tabla se muestran las razones de compra de prendas formales.

Figura 7: Razones de compra de prendas formales



Nota: En el gráfico se muestran los resultados de la tabla #9, referente a las razones de compra de prendas formales por parte del público objetivo.

Análisis e interpretación

Mediante los datos obtenidos por las encuestas podemos identificar que el 28% del total de las 621 respuestas adquieren sus prendas para eventos formales, seguidos por una mínima diferencia en los estudios y trabajo con 27% y 25% respectivamente. Con estos resultados podemos enfocar los procesos de creación de prendas con el fin de satisfacer estas necesidades.

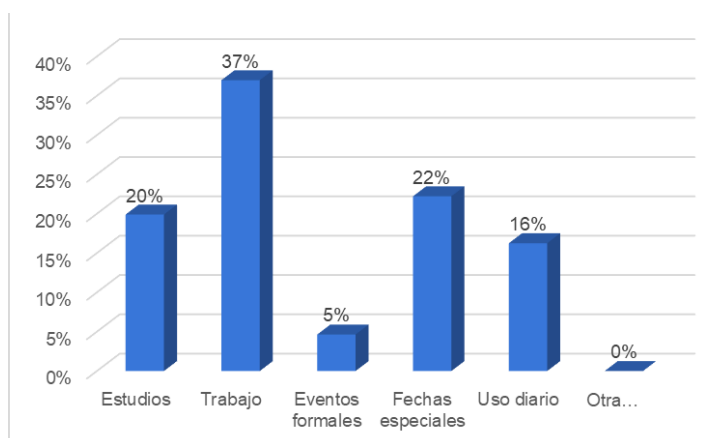
Pregunta 7: ¿Cuáles son las razones de compra o uso de prendas CASUALES? (puede escoger más de una opción)

Tabla 10: Razones de compra de prendas casuales

Alternativas	f	%
Estudios	120	20%
Trabajo	223	37%
Eventos formales	28	5%
Fechas especiales	134	22%
Uso diario	98	16%
Otra...	0	0%
Total	603	100%

Nota: Resultados sobre las razones de compra de prendas casuales por parte del público objetivo del negocio.

Figura 8: Razones de compra de prendas casuales



Nota: En el gráfico se muestran los resultados de la tabla #10 sobre las razones de compra de prendas casuales por parte del público objetivo del negocio.

Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos mediante las encuestas demuestran que el 37% del total de las 603 respuestas adquieren sus prendas casuales para desempeñar sus actividades en el trabajo. Con estos resultados podemos enfocar los procesos de creación de prendas con el fin de satisfacer estas necesidades de este público objetivo.

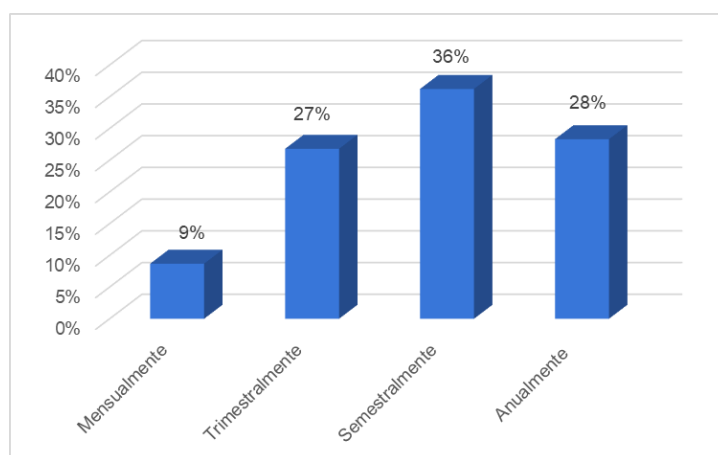
Pregunta 8: ¿Cuál es su frecuencia de consumo de prendas FORMALES?

Tabla 11: Frecuencia de consumo de prendas formales

Alternativa	f	%
Mensualmente	23	9%
Trimestralmente	71	27%
Semestralmente	96	36%
Anualmente	75	28%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de acuerdo a la frecuencia de consumo de prendas formales por parte de los encuestados.

Figura 9: Frecuencia de consumo de prendas formales



Nota: El gráfico muestra las respuestas de la tabla #11 de acuerdo a la frecuencia de consumo de prendas formales por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

Podemos notar que en 36% del total de encuestados adquiere sus prendas formales de manera semestral. Notamos que existe consumo moderado de estas prendas al año, estos datos son de importancia para el taller ya que este deberá enfocar sus procesos productivos en consideración a la demanda.

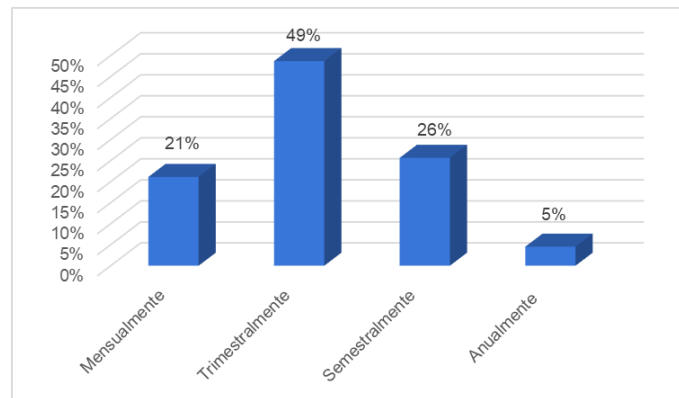
Pregunta 9: ¿Cuál es su frecuencia de consumo de prendas CASUALES?

Tabla 12: Frecuencia de consumo de prendas casuales

Alternativa	f	%
Mensualmente	56	21%
Trimestralmente	129	49%
Semestralmente	68	26%
Anualmente	12	5%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de acuerdo a la frecuencia de consumo de prendas formales por parte de los encuestados.

Figura 10. Frecuencia de consumo de prendas casuales



Nota: En el gráfico se muestran las respuestas de la tabla #12 de acuerdo a la frecuencia de consumo de prendas formales por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

Mediante los resultados se puede observar que el 49% de los encuestados adquiere sus prendas de carácter formal de manera trimestral, es decir 4 veces al año. Con estos datos el taller debe ajustar su nivel de producción en base a la demanda de la audiencia. Podemos notar que la frecuencia de consumo de prendas casuales es superior al de las prendas formales.

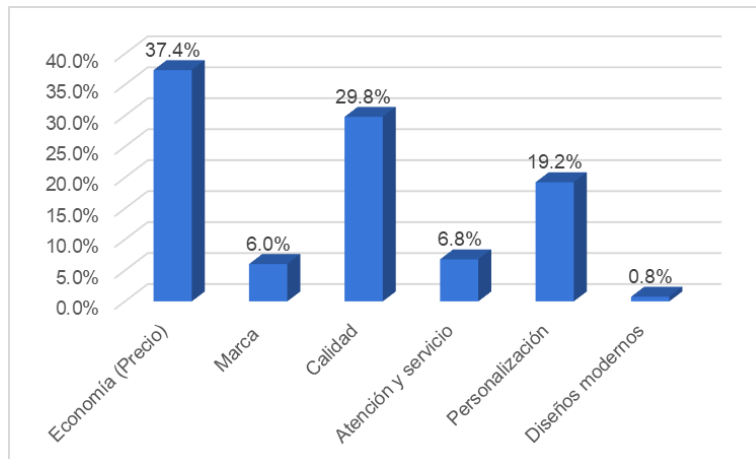
Pregunta 10: ¿Cuál de las siguientes opciones es el principal factor que usted considera para adquirir una prenda FORMAL?

Tabla 13: Factor de compra de prenda formal

Alternativa	f	%
Economía (Precio)	99	37.4%
Marca	16	6.0%
Calidad	79	29.8%
Atención y servicio	18	6.8%
Personalización (prendas a la medida)	51	19.2%
Diseños modernos	2	0.8%
Total	265	100%

Nota: Principal razón de compra por parte del consumidor de prendas formales en el Cantón Salinas.

Figura 11. Factor de compra de prenda formal



Nota: El gráfico muestra los principales factores de compra de prenda formal por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados a esta pregunta, podemos notar que un gran porcentaje de encuestados se enfoca en el factor de la economía al momento de adquirir sus prendas formales, seguido de la calidad y la personalización. El taller debe enfocarse en la percepción que los clientes tienen con estos factores para lograr retención y fidelización del público objetivo.

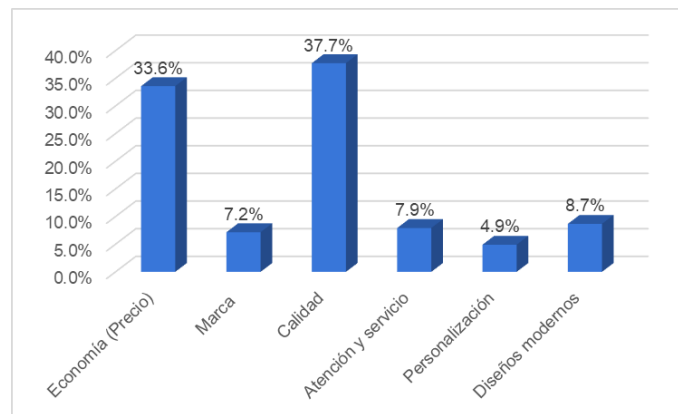
Pregunta 11: ¿Cuál de las siguientes opciones es el principal factor que usted considera para adquirir una prenda CASUAL?

Tabla 14: Factor de compra de prenda casual

Alternativa	f	%
Economía (Precio)	89	33.6%
Marca	19	7.2%
Calidad	100	37.7%
Atención y servicio	21	7.9%
Personalización (prendas a la medida)	13	4.9%
Diseños modernos	23	8.7%
Total	265	100%

Nota: Principal factor de compra de prendas casuales.

Figura 12: Factor de compra de prenda casual



Nota: El gráfico muestra los principales factores de compra de prendas casuales por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

Mediante los resultados a esta pregunta, podemos notar que el 37.7% de encuestados se enfoca en el factor de la calidad al momento de adquirir sus prendas casuales, seguido del factor del precio. Podemos observar que estos dos factores son muy considerados por los clientes, por lo cual el taller deberá tener mayor cuidado en estos.

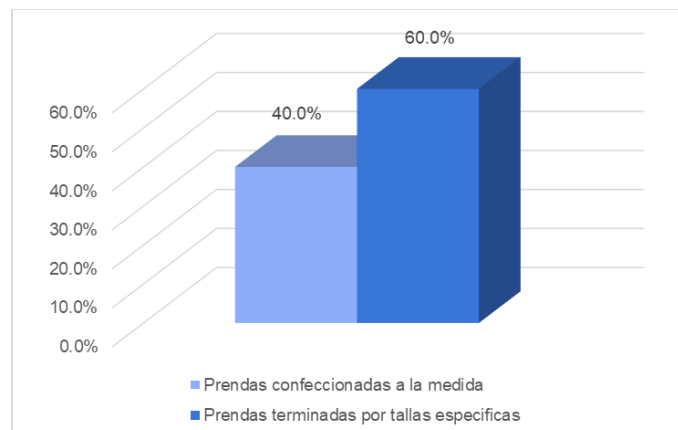
Pregunta 12: ¿Cuál es su preferencia de compra al momento de adquirir prendas formales y casuales?

Tabla 15: Preferencia de compra

Alternativa	f	%
Prendas confeccionadas a la medida	106	40.0%
Prendas terminadas por tallas específicas	159	60.0%
Total	265	100%

Nota: Respuestas sobre la preferencia de compra al adquirir prendas.

Figura 13: Preferencia de compra



Nota: El gráfico muestra la preferencia de compra por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación.

De acuerdo con los resultados de preferencia de compra podemos observar que la mayoría de los encuestados prefiere adquirir sus prendas terminadas por tallas específicas, el taller debe enfocar su producción en este sentido para garantizar una buena experiencia de compra en los clientes

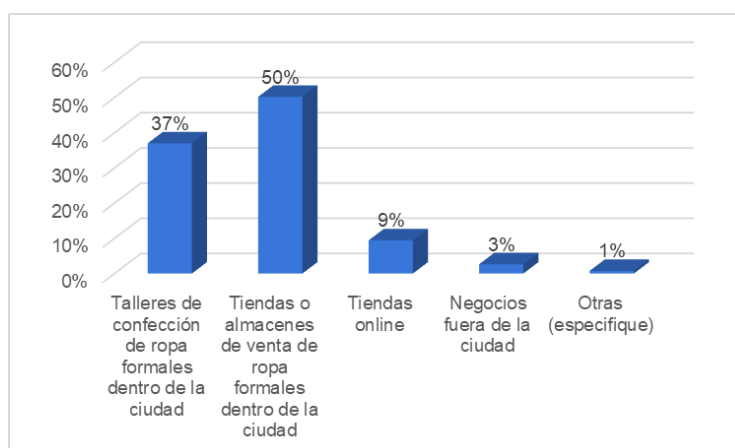
Pregunta 13: ¿Actualmente dónde adquiere usted sus prendas formales o casuales?

Tabla 16: Lugar de adquisición de prendas

Alternativa	f	%
Talleres de confección de ropa formales dentro de la ciudad	98	37%
Tiendas o almacenes de venta de ropa formales dentro de la ciudad	133	50%
Tiendas online	25	9%
Negocios fuera de la ciudad	7	3%
Otras (especifique)	2	1%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de los encuestados sobre el lugar o medio por el cual adquieren prendas de carácter formal y casual.

Figura 14: Lugar de adquisición de prendas



Nota: El gráfico muestra los resultados de la tabla #16 sobre el lugar o medio por el cual adquieren prendas de carácter formal y casual.

Análisis e interpretación

El 50% de los encuestados adquiere sus prendas de carácter formal y casual en tiendas o almacenes ubicados dentro de la Ciudad de Salinas, seguido de un 37% que adquiere sus prendas en talleres de confección, esta poca diferencia le da la oportunidad al taller de moda y confección a crear estrategias para captar la atención del público objetivo. En la opción “otras” los clientes manifestaron que cuentan con familiares que les realizan la confección de estas prendas de manera personalizada.

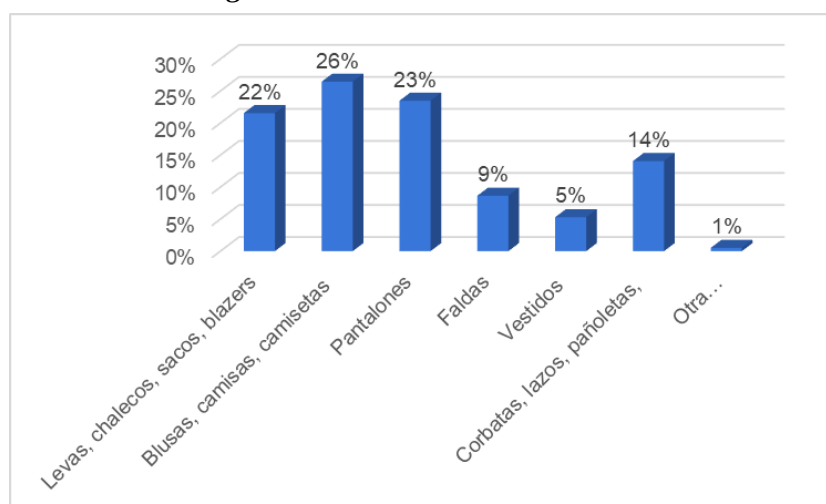
Pregunta 14: ¿Qué prendas son las que más utiliza o adquiere con mayor frecuencia? (una o varias opciones)

Tabla 17: Prendas más utilizadas

Alternativas	f	%
Levas, chalecos, sacos, blazers	167	22%
Blusas, camisas, camisetas	205	26%
Pantalones	182	23%
Faldas	67	9%
Vestidos	41	5%
Corbatas, lazos, pañoletas,	109	14%
Otra...	4	1%
Total	775	100%

Nota: Respuestas sobre las prendas mayormente utilizadas o adquiridas con mayor frecuencia por parte de los encuestados

Figura 15: Prendas más utilizadas



Nota: Respuestas de la tabla 17 sobre las prendas mayormente utilizadas o adquiridas con mayor frecuencia por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

En base a las 775 respuestas obtenidas de esta pregunta, podemos notar que la prenda que más predomina en uso son las blusa, camisas y camisetas, seguidas de cerca por las levas, chalecos, sacos o blazers y por los pantalones, estos en conjunto crean trajes completos que el taller puede ofrecer para satisfacer las necesidades de los clientes.

En las respuestas a la opción “otras” los encuestados especificaron opciones como gorros como complemento de uniformes.

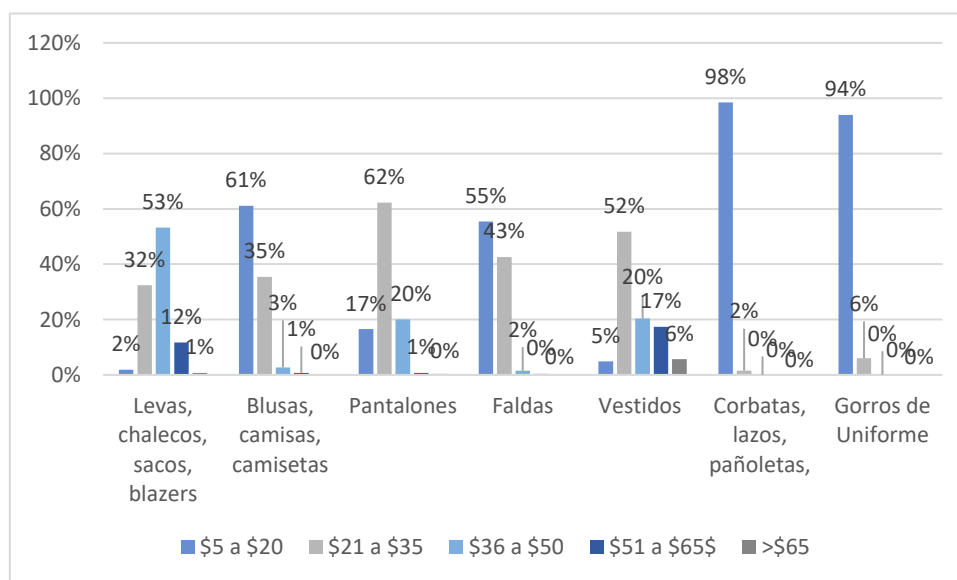
Pregunta 16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por prenda confeccionada, seleccione el valor según la prenda seleccionada?

Tabla 18. Pago por prenda confeccionada

Aletnativa	Frecuencia					porcentaje				
	\$5 a \$20	\$21 a \$35	\$36 a \$50	\$51 a \$65\$	>\$65	\$5 a \$20	\$21 a \$35	\$36 a \$50	\$51 a \$65\$	>\$65
Levas, chalec	5	86	141	31	2	2%	32%	53%	12%	1%
Blusas, cami:	162	94	7	2	0	61%	35%	3%	1%	0%
Pantalones	44	165	53	2	1	17%	62%	20%	1%	0%
Faldas	147	113	4	1	0	55%	43%	2%	0%	0%
Vestidos	13	137	54	46	15	5%	52%	20%	17%	6%
Corbatas, laz	261	4	0	0	0	98%	2%	0%	0%	0%
Gorros de Un	249	16	0	0	0	94%	6%	0%	0%	0%

Nota: Resultados de los precios que los clientes están dispuestos a pagar en relación a las prendas seleccionadas.

Figura 16: Pago por prenda confeccionada



Nota: El gráfico muestra los resultados referentes a los precios que los clientes están dispuestos a pagar en relación a las prendas seleccionadas.

Análisis e interpretación

En base a las respuestas de cuánto estarían dispuestos a pagar por un traje formal completo, el mayor porcentaje de respuestas sugiere que los clientes pagarían valores de \$51 a \$100 seguido por personas dispuestas a pagar menos de \$50, datos que el taller considerará para establecer los precios de las prendas a ofertar.

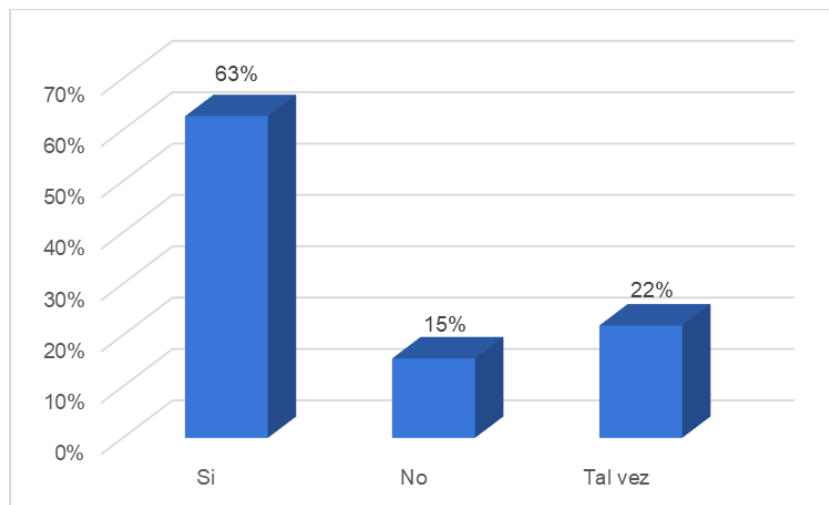
Pregunta 16: ¿Considera usted importante la atención personalizada al momento de adquirir prendas de vestir?

Tabla 19. Importancia de la atención personalizada

Alternativa	f	%
Si	166	63%
No	41	15%
Tal vez	58	22%
Total	265	100%

Nota: Percepción de los clientes sobre la importancia de la atención personalizada al momento de adquirir prendas de vestir.

Figura 17: Importancia de la atención personalizada



Nota: El gráfico muestra los resultados de la tabla #19 de la percepción de los clientes sobre la importancia de la atención personalizada al momento de adquirir prendas de vestir..

Análisis e interpretación

Mediante los resultados podemos notar que existe un porcentaje considerado alto respecto a la importancia que le dan los clientes a una atención personalizada al momento de adquirir prendas de carácter formal o casual, mientras que un porcentaje bajo en comparación a este no lo considera importante. Es importante que el taller ofrezca una atención personalizada que cumpla con las expectativas del público objetivo.

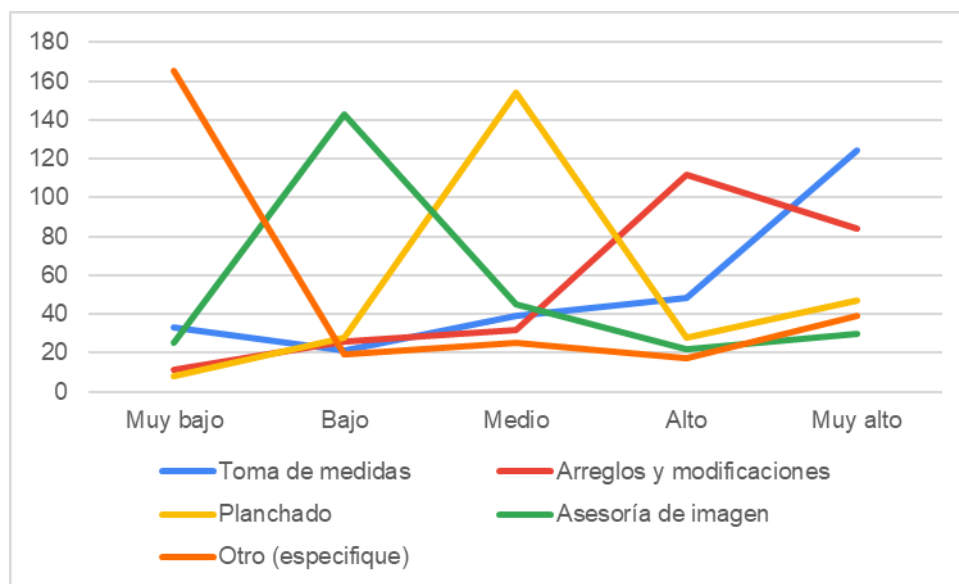
Pregunta 17: ¿Qué servicios le gustaría que se ofrecieran en el taller de moda y confección? (Pregunta de ranking, califique del 1 al 5, según el grado de importancia siendo 5 la mayor calificación)

Tabla 20. Servicios preferidos para taller.

Alternativa	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Toma de medidas	33	21	39	48	124
Arreglos y modificaciones	11	26	32	112	84
Planchado	8	28	154	28	47
Asesoría de imagen	25	143	45	22	30
Otro (especifique)	165	19	25	17	39

Nota: Respuestas sobre los servicios que los encuestados prefieren que se ofrezcan en el taller.

Figura 18: Servicios preferidos para el taller



Nota: El grafico muestra los resultados de la pregunta de ranking presentada en la tabla #20, de acuerdo con los servicios que le gustaría que se ofrecieran en el taller.

Análisis e interpretación

Con base a las respuestas a esta pregunta de ranking los encuestados manifestaron el grado de importancia de cada servicio complementario a la confección de prendas formales y casuales, quedando como resultado de mayor interés la toma de medidas para trajes a la medida, seguido de los arreglos y modificaciones como servicio del taller, continuando con el servicio de planchado de las prendas y la asesoría de imagen.

Dentro de la opción “otro” los encuestados sugirieron opciones de bordados, ajuste de medidas, empaquetado, tinturado y buena atención. El taller debe considerar estas opciones dentro de sus actividades para cumplir con los requerimientos y preferencias del cliente.

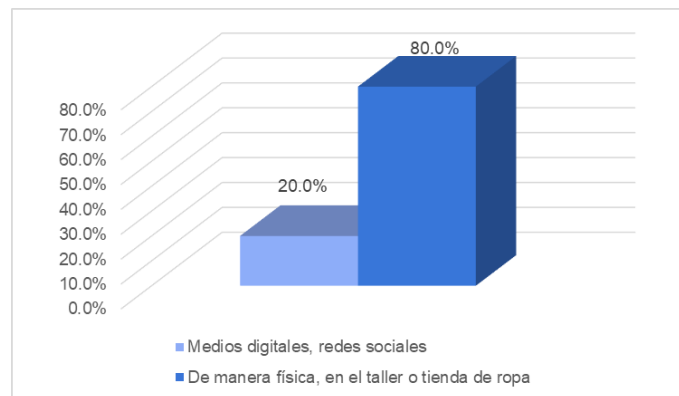
Pregunta 18: ¿Por qué medio le resulta más accesible realizar la compra de prendas de vestir?

Tabla 21. Medio de compra preferido

Alternativa	f	%
Medios digitales, redes sociales	53	20.0%
De manera física, en el taller o tienda de ropa	212	80.0%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de los encuestados sobre el medio más accesible para realizar compras de prendas de vestir.

Figura 19: Medio de compra preferido



Nota: El gráfico muestra las respuestas de los encuestados sobre el medio de compra más accesible para adquirir prendas de vestir.

Análisis e interpretación

Respecto a la modalidad de compra elegida por los clientes, un gran porcentaje de encuestados comprendido por el 80%, prefiere realizar la compra de sus prendas de manera presencial o física en talleres o tiendas de ropa, lo cual beneficia a la implementación del taller de manera física en la Ciudad de Salinas, sin dejar de lado la opción de manejar una tienda virtual en la cual se puedan dar a conocer los servicios ofrecidos por el taller.

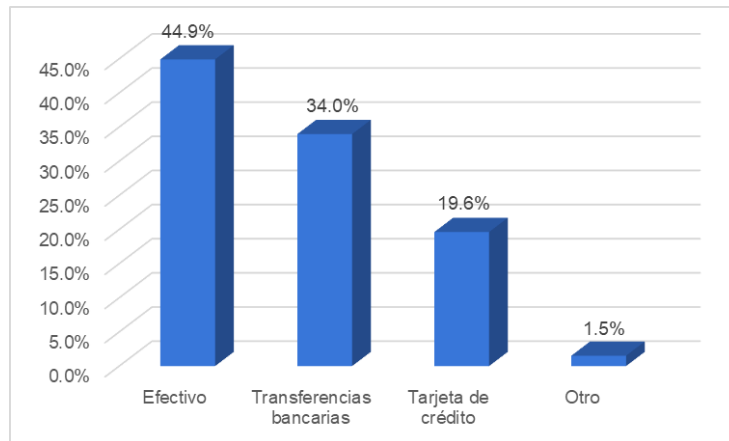
Pregunta 19: ¿Cuál es su preferencia al momento de realizar un pago?

Tabla 22: Preferencia de método de pago

Alternativa	f	%
Efectivo	119	44.9%
Transferencias bancarias	90	34.0%
Tarjeta de crédito	52	19.6%
Otro...	4	1.5%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de la preferencia de método de pago por parte de los encuestados.

Figura 20. Preferencia de método de pago



Nota: En el grafico se muestran las respuestas de la preferencia de método de pago por parte de los encuestados.

Análisis e interpretación

Mediante las respuestas podemos notar que la mayoría de los encuestados prefieren realizar su pago mediante efectivo, seguido por pagos a través de transferencias bancarias y por tarjeta de crédito. Al ser el pago en efectivo el método preferido por los clientes permite al taller manejar efectivo al instante y tener un buen flujo de caja

En la opción otros, los encuestados consideraron opciones como pagos a través de tarjetas de débito y cheques.

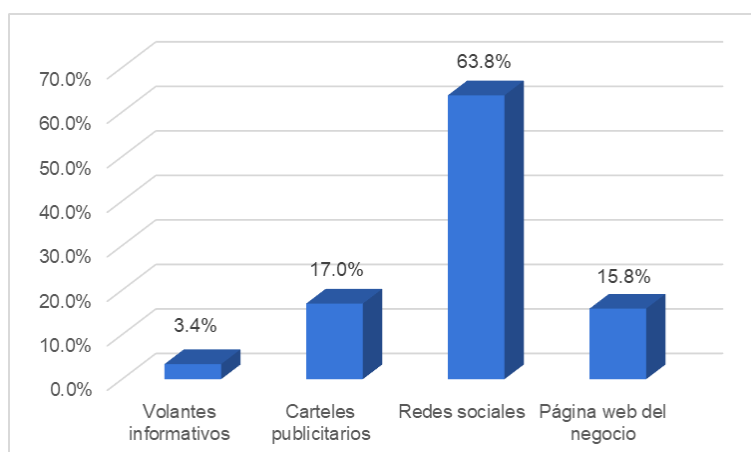
Pregunta 20: ¿Cuál es el medio publicitario al cual usted accede y por el que le gustaría informarse sobre nuestras prendas?

Tabla 23: Medio publicitario más utilizado

Alternativa	f	%
Volantes informativos	9	3.4%
Carteles publicitarios	45	17.0%
Redes sociales	169	63.8%
Página web del negocio	42	15.8%
Total	265	100%

Nota: Respuestas de los encuestados del medio publicitario por el cual le gustaría recibir información sobre las prendas ofertadas por el negocio.

Figura 21: Medio publicitario más utilizado



Nota: En el gráfico se muestran las respuestas de los encuestados del medio publicitario por el cual le gustaría recibir información sobre las prendas ofertadas por el negocio

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que la mayoría de encuestados considera las redes sociales como un medio publicitario más utilizado al momento de buscar información sobre prendas de vestir, este dato permite al taller de moda y confección aprovechar el uso de esta herramienta para llegar a un público objetivo más amplio.

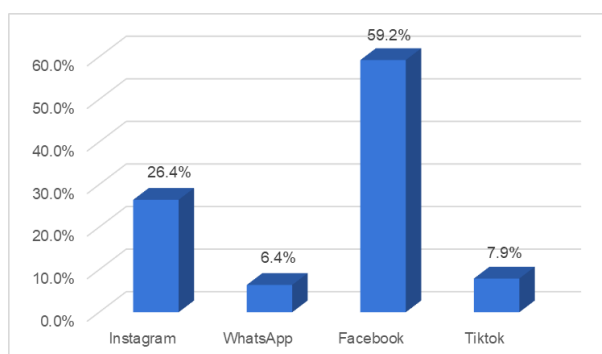
Pregunta 21: ¿Cuál es la red social que utiliza con mayor frecuencia al momento de buscar prendas de vestir?

Tabla 24. Red social más utilizada

Alternativa	f	%
Instagram	70	26.4%
WhatsApp	17	6.4%
Facebook	157	59.2%
Tiktok	21	7.9%
Total	265	100%

Nota: Respuestas sobre la red social más utilizada al momento de buscar adquirir prendas de vestir de carácter formal y casual.

Figura 22: Red social más utilizada



Nota: Se muestra los resultados de la tabla #24.

Análisis e interpretación

Las respuestas de las personas encuestadas demuestran que la red social más utilizada al momento de buscar prendas de vestir es Facebook, seguida de la red social Instagram. Estos datos permiten al taller crear estrategias para aprovechar la difusión que tienen estas redes sociales y así atraer más clientes a través de una tienda virtual.

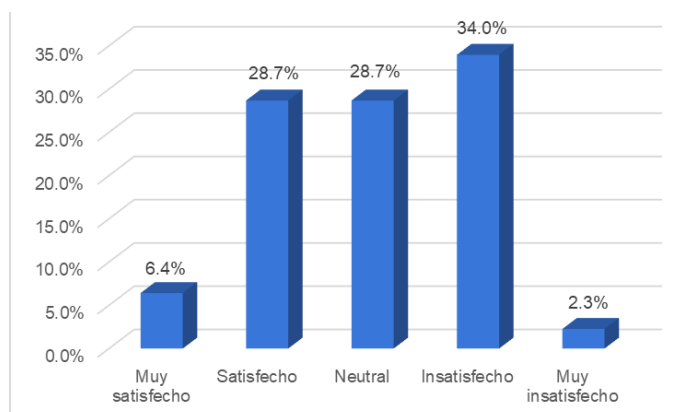
Pregunta 22: ¿En general, está satisfecho con la calidad de la ropa formal y casual que encuentra en Salinas?

Tabla 25: Nivel de satisfacción

Alternativa	f	%
Muy satisfecho	17	6.4%
Satisfecho	76	28.7%
Neutral	76	28.7%
Insatisfecho	90	34.0%
Muy insatisfecho	6	2.3%
Total	265	100%

Nota: Nivel de satisfacción de la calidad de prendas formales y casuales ofertadas en Salinas.

Figura 23. Nivel de satisfacción



Nota: El grafico muestra el nivel de satisfacción de los consumidores respecto a la calidad de prendas formales y casuales ofertadas en la ciudad de Salinas.

Análisis e interpretación

A través de los resultados podemos notar que un gran porcentaje de personas se encuentra insatisfecho con la calidad de la ropa de carácter formal y casual que encuentran en la ciudad de Salinas, seguido de cerca por porcentajes iguales de personas que seleccionaron la opción satisfecho y neutral. Estos resultados permiten al taller crear estrategias para atraer y retener a ese público objetivo, a través de una buena experiencia de compra que satisfaga sus necesidades y preferencias.

d. Análisis de la demanda

i. Características de la demanda

En este apartado se analiza el comportamiento de los consumidores respecto a la adquisición de prendas formales y casuales, de acuerdo con la muestra de investigación comprendida por personas de edades entre 15 a 55 años de la Ciudad de Salinas. Para determinar las características de la demanda de prendas formales y casuales al año, se tomará en cuenta los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a la muestra de la población.

Tabla 26. Demanda de prendas formales y casuales por personas

Condición	Demanda según la muestra	Demanda población total
Adquieren frecuentemente prendas formales y casuales	219	29.749
No adquieren frecuentemente prendas formales y casuales	46	6.093
Total	265	35.842

Nota: En esta tabla se muestra la demanda actual de las prendas según la muestra y la población total comprendida por personas de edades entre 15 a 55 años.

Mediante los datos representados en la tabla 26 se puede observar que un 83% de la población total adquiere frecuentemente prendas formales, mientras que el 17% de la población no adquiere este tipo de prendas, estos datos fueron tomados de los resultados de las encuestas realizadas a la muestra y relacionadas al porcentaje de la población total.

Tabla 27. Promedio de frecuencia de consumo de prendas formales y casuales.

Opciones	Porcentaje	Veces por año	Promedio ponderado
Mensualmente	21%	12	2.52
Trimestralmente	49%	4	1.96
Semestralmente	26%	2	0.52
Anualmente	5%	1	0.05
Total	100%		5.05

Según datos publicados del último censo (2022) el cantón Salinas presenta una tasa de crecimiento poblacional del 2,3%

ii. Proyección de la demanda

Tabla 28. Demanda proyectada de prendas formales y casuales

Año	Población potencial consumidora de ropa formal y casual	Demanda proyectada
2024	29.749	150.232
2025	30.403	153.688
2026	31.133	157.223
2027	31.849	160.839
2028	32.582	164.538
2029	33.331	168.322
2030	34.098	172.194
2031	34.882	176.154
2032	35.684	180.206
2033	36.505	184.351
2034	37.345	188.591

Nota: Demanda proyectada de productos en base a la población total con edades entre 15 a 55 años, en base al promedio de compra anual

Análisis de proyección de la demanda.

Mediante los resultados obtenidos a través de las respuestas de los encuestados, del estudio de mercado se procede a realizar un análisis de la demanda usando el método de ecuación lineal, combinando las variables del precio y cantidad que las personas escogieron al momento de adquirir prendas formales y casuales en la ciudad de Salinas.

Se procedió con el cálculo de la demanda potencial, multiplicando el valor de la población por el porcentaje de personas encuestadas que dijeron que si adquieren frecuentemente estas prendas. Luego se correlacionó con la frecuencia de la población que acuden en tiempos periódicos a talleres o tiendas a adquirir sus prendas, al ser de manera trimestral el resultado es multiplicado por 4 para identificar los casos de cuántas personas acuden a adquirir sus prendas al año

Por último, se correlaciona el resultado obtenido de todas las personas que adquieren prendas casuales y formales con el grado de preferencia de las prendas que se ofrecen y una vez que se haya distribuido cuanta demanda le corresponde a cada prenda que se oferta se relaciona con los intervalos de precios para determinar que, del total de personas que asisten a tiendas y talleres o de manera online para adquirir sus prendas y así se llega a calcular cuánto pagaría la población calculada por cada prenda confeccionada.

Con los resultados obtenidos podemos observar la cantidad de la demanda en función a la población segmentada en el estudio de mercado. Población total, 29.749

Demanda potencial en relación a las prendas demandadas.

- Levas, chalecos, sacos, blazers: 10.647
- Blusas, camisas, camisetas: 12.583
- Pantalones: 11.131
- Faldas: 4.356
- Vestidos: 2.420
- Corbatas, lazos, pañoletas: 6.775
- Otra Gorros de uniforme: 484

Tabla 29: Análisis de la demanda 1.

Variable	Porcentaje (Demanda Potencial %)					Cantidades en función de la población					Total Q
	\$5 a \$20	\$21 a \$35	\$36 a \$50	\$51 a \$65	>\$65	\$5 a \$20	\$21 a \$35	\$36 a \$50	\$51 a \$65	>\$65	
Levas, chalecos, sacos, blazers	2%	32%	53%	12%	1%	201	3455	5665	1246	80	10647
Blusas, camisas, camisetas	61%	35%	3%	1%	0%	7692	4463	332	95	0	12583
Pantalones	17%	62%	20%	1%	0%	1848	6931	2226	84	0	11131
Faldas	55%	43%	2%	0%	0%	2416	1857	66	16	0	4356
Vestidos	5%	52%	20%	17%	6%	119	1251	493	420	137	2420
Corbatas, lazos, pañoletas,	98%	2%	0%	0%	0%	6673	102	0	0	0	6775
Gorros de Uniforme	94%	6%	0%	0%	0%	455	29	0	0	0	484

Nota: Análisis de la demanda proyectada en relación de las prendas con sus porcentajes de demanda potencial con relación a los precios que los clientes están dispuestos a pagar relativamente.

Una vez realizado este análisis se procede a establecer la relación que existe entre los precios promedios preferidos por los clientes en relación a las prendas demandadas, y la cantidad de personas que buscan adquirir prendas formales y casuales en Salinas.

A continuación, se establece la relación de la cantidad de prendas demandadas y el precio promedio que el público objetivo está dispuesto a pagar por cada una de las prendas.

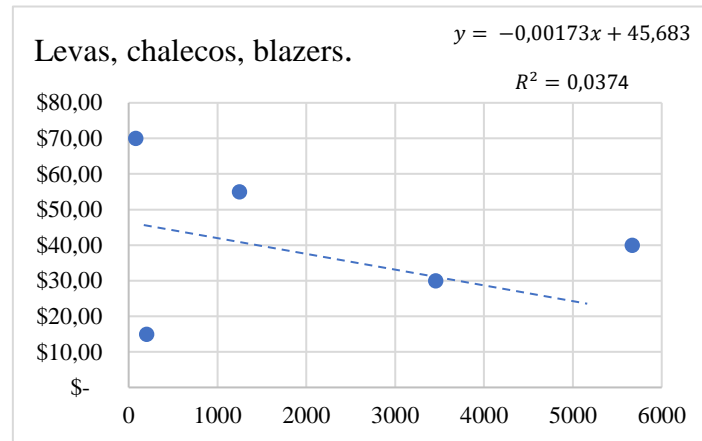
Tabla 30: Análisis de la demanda 2

Levas, chalecos, blazers, sacos
--

Q	201	3455	5665	1246	80
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de levas, chalecos, blazers y sacos en relación a la cantidad demandada y precios.

Figura 24: Análisis de la demanda 2



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de levas, chalecos y blazers

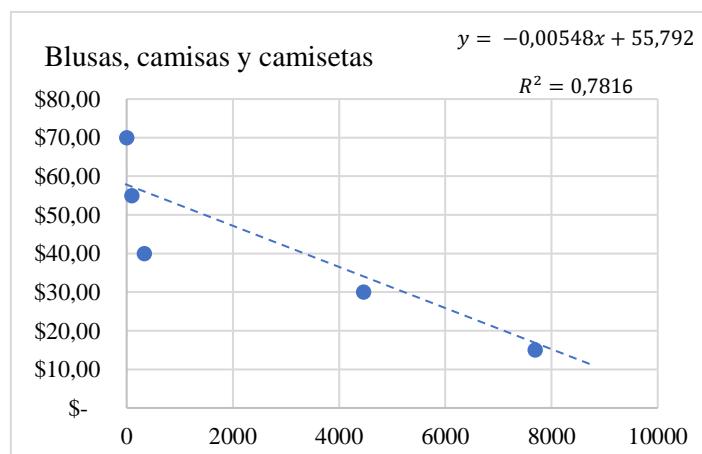
Al tener un resultado de Recuadrado 0,0374 explica que existe poca variabilidad en los precios determinados por Q, lo cual se debe a las diferentes variables de precios en relación a las diferentes prendas, los costos de producción, competencia, marca y valor percibido entre otros factores que influyen en la percepción del precio y valor del producto.

Tabla 31: Análisis de la demanda 3

Blusas, camisas, camisetas					
Q	7692	4463	332	95	0
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de blusas, camisas y camisetas.

Figura 25: Analisis de la demanda 3



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de camisas, camisetas y blusas.

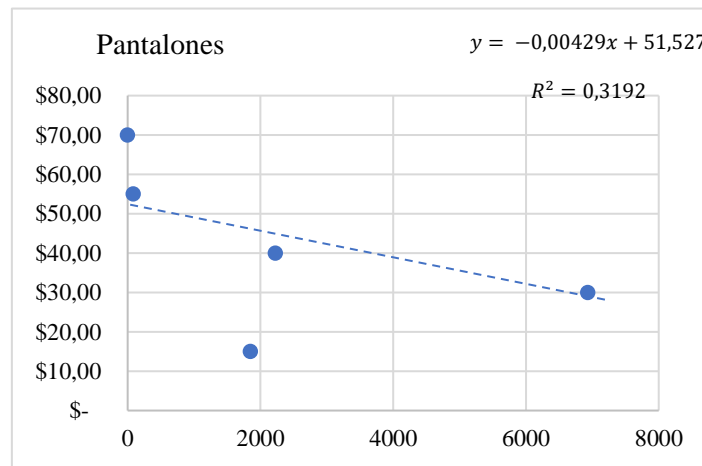
Mediante la gráfica y la fórmula podemos observar que existe relación y el modelo es confiable a través de la prueba estadística Recuadrado, con un resultado de 0,7816 que explica en gran porcentaje la variabilidad de precios siendo este un resultado confiable para las proyecciones.

Tabla 32: Análisis de la demanda 4

Pantalones					
Q	1848	6931	2226	84	0
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de pantalones.

Figura 26: Análisis de la demanda 4



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de pantalones.

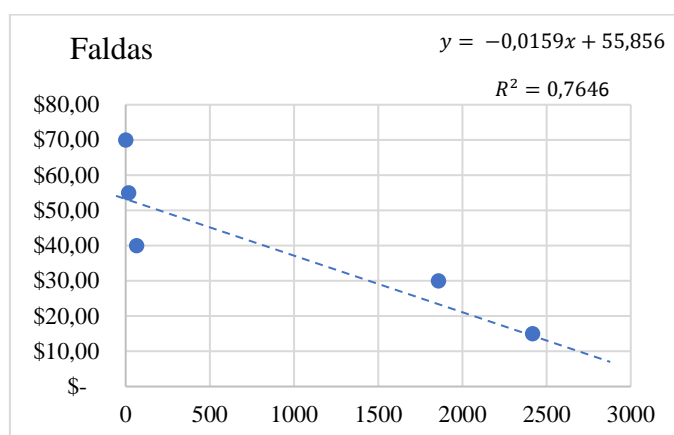
Mediante la gráfica y la fórmula podemos observar que existe relación y el modelo es confiable a través de la prueba estadística Recuadrado, con un resultado de 0,3192 que explica en porcentaje moderado la variabilidad de precios siendo este un resultado confiable para las proyecciones.

Tabla 33: Análisis de la demanda 4

Faldas					
Q	2416	1857	66	16	0
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de faldas.

Figura 27: Análisis de la demanda 4



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de faldas.

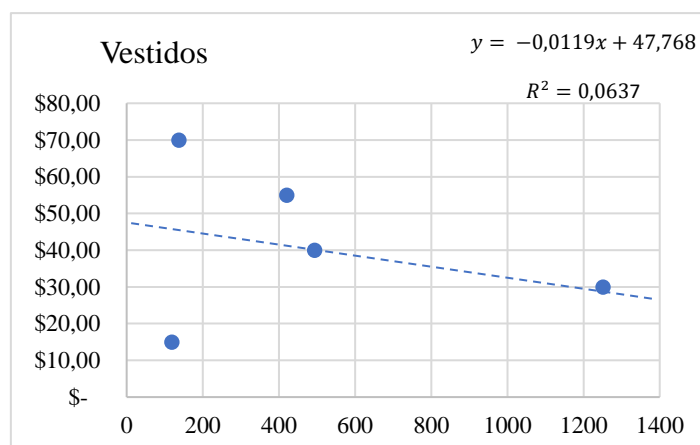
Mediante la gráfica podemos observar que existe relación y el modelo es confiable a través de la prueba estadística Recuadrado, con un resultado de 0,7646 que explica en gran porcentaje la variabilidad de precios siendo este un resultado confiable para las proyecciones.

Tabla 34: Análisis de la demanda 5

Vestidos					
Q	119	1251	493	420	137
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de vestidos.

Figura 28: Análisis de la demanda 5



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de los vestidos.

Mediante el gráfico podemos observar un resultado de Recuadrado 0,0637 que explica que existe poca variabilidad en los precios determinados por Q, lo cual se debe a las diferentes variables de precios en relación a los diferentes costos de producción, competencia, marca y

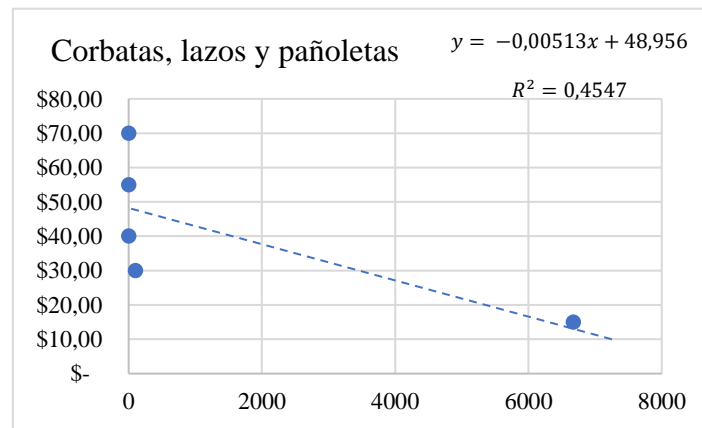
valor percibido entre otros factores que influyen en la percepción del precio y valor del producto.

Tabla 35. Análisis de la demanda 6.

Corbatas, lazos, pañoletas.					
Q	6673	102	0	0	0
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de corbatas, lazos y pañoletas.

Figura 29: Análisis de la demanda 6.



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de corbatas, lazos y pañoletas.

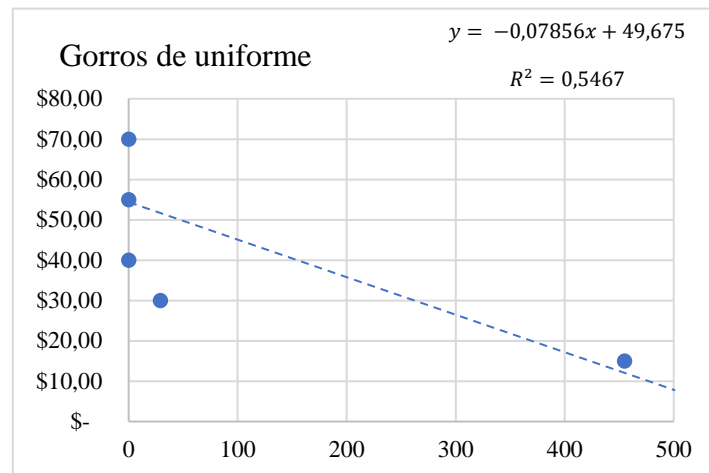
Mediante la gráfica y la fórmula podemos observar que existe relación y el modelo es confiable a través de la prueba estadística Recuadrado, con un resultado de 0,4547 que explica en porcentaje moderado la variabilidad de precios siendo este un resultado confiable para las proyecciones.

Tabla 36. Análisis de la demanda 7

Gorros de Uniforme					
Q	455	29	0	0	0
P	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 55,00	\$ 70,00

Nota: Análisis de la demanda de gorros de uniforme que fue una opción por parte de los encuestados.

Figura 30. Análisis de la demanda 7



Nota: El gráfico muestra la relación de los precios con la cantidad demandada de corbatas, lazos y pañoletas.

Con la fórmula generada del Recuadrado se observa que la relación existente se considera moderada, siendo el resultado de 0,5467 siendo moderada su confiabilidad en las proyecciones.

e. Análisis de la oferta

i. Características de la oferta actual

Para la realización de este análisis de oferta se toma en consideración los emprendimientos y negocios similares que presentan una oferta directa e indirecta.

En la siguiente tabla se detallan de manera estructurada, los nombres de los negocios que se dedican a la confección de prendas formales y casuales en la ciudad de Salinas.

Tabla 37. Análisis de la Oferta

Análisis de la oferta actual			
Nombre de la empresa	Ubicación	Descripción	Productos que oferta
Confecciones JOHN	Salinas, Santa Elena A vei., Salinas	Sastrería y confección de ropa	Ternos para dama y caballero, uniformes escolares e instituciones militares
Jony confecciones	Salinas, Santa Elena	Sastre a la medida	Trajes hechos a la medida para todo compromiso social para damas, caballeros y niños.
Confecciones Recalde	Salinas, Santa Elena Av. San José y calle Plácido Lainez	Confección de uniformes a la medida.	Confección de vestimenta militar, accesorios y productos varios.

Nota: Negocios que ofrecen servicios similares en la ciudad de Salinas.

f. oportunidad de emprender.

Mediante los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a la población, se puede deducir que existe oportunidad de emprender en el sector textil, específicamente con la creación del taller de moda y confección de ropa. Si bien en el cantón Salinas existen lugares que se dedican a la confección de prendas de carácter formal y casual, podemos observar que los encuestados manifiestan no sentirse tan satisfechos con el servicio que estos ofrecen, es así que aprovechando esta necesidad en cierta manera insatisfecha podemos considerar que la oportunidad de emprender es viable.

4. Estudio técnico

a. Tamaño del proyecto

Se considera la creación del taller de moda y confección un proyecto de microempresa, en el cual serán tomadas en cuenta las características correspondientes al número de trabajadores, el capital necesario para llevarlo a cabo, la cantidad de materia prima a utilizar al igual que la tecnología necesaria, el financiamiento requerido, entre otras disposiciones.

Tabla 38. Tamaño actual

	Población	Muestra	Resultados
	35.842	265	
Consumo	29.749	83%	Si
Cuánto paga	19.713	55%	\$51 a \$100
Frecuencia	17.563	49%	Trimestralmente

Nota: Tabla sobre el tamaño actual del proyecto, se muestra los resultados sobre el consumo, valor que los clientes están dispuestos a pagar y la frecuencia de consumo de las prendas.

Para la determinación del tamaño del proyecto se tomó en cuenta la información obtenida a través de las encuestas en la cual podemos establecer que de las 35.842 personas residentes del cantón Salinas con edades comprendidas entre 15 a 55 años, el 83% correspondiente a 29.749 personas es el tamaño actual de la adquisición de prendas formales y casuales, siendo el 55% de personas que está dispuesta a pagar dentro de un rango de \$51 a \$100 por traje formal o casual completo, mayormente con una frecuencia bimestral.

Capacidad de producción

Para determinar la capacidad instalada en el tamaño del proyecto se considera la disponibilidad de maquinaria en el espacio en que se desarrollarán las actividades de producción, en el caso del taller de moda y confección se cuenta con cuatro máquinas de coser, una máquina bordadora, cuatro trabajadoras con días laborables de ocho horas diarias, elaborando 18 prendas diariamente los 5 días de la semana, siendo 49 las semanas del año una vez restados los días festivos no laborables. Con estos datos podemos determinar lo siguiente:

La capacidad teórica de producción es de 4410 prendas al año

La capacidad nominal es del 90%, siendo como resultado 3969 prendas al año

La capacidad real del primer año es de un 81%, esto indica que el taller puede producir anualmente 3572 prendas.

Tabla 39. Capacidad instalada.

Capacidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad teórica	4410	4410	4410	4410	4410
Capacidad nominal (90%)	3969	3969	3969	3969	3969
Capacidad real	81%	84%	88%	86%	90%
Prendas confeccionadas.	3572	3704	3881	3781	3969

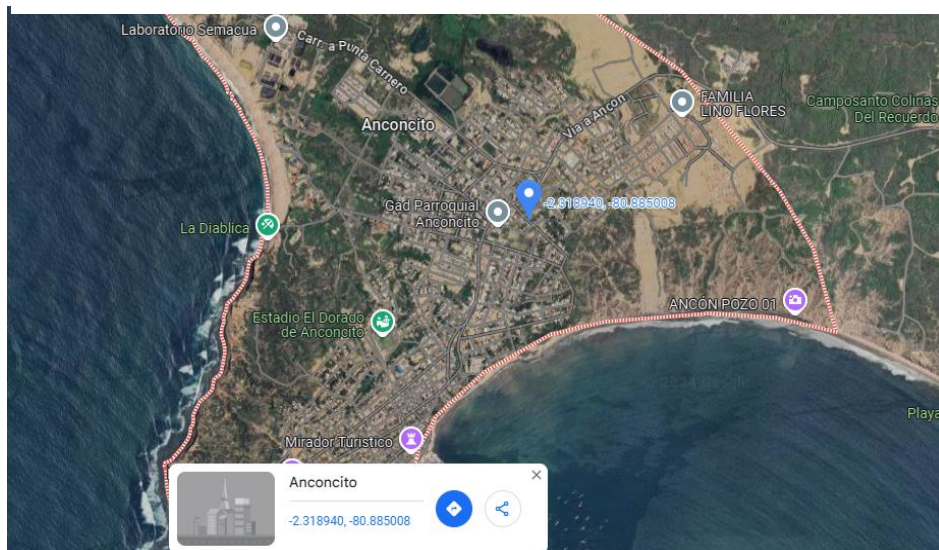
Nota: Capacidad instalada o tamaño del negocio de taller de moda y confección de prendas.

Con los datos representados en la tabla se puede evidenciar que el taller de moda y confección cuanta con una capacidad real con porcentajes de producción de un 81% al primer año hasta un 90% al quinto año.

Al tener estos porcentajes de capacidad de producción, el taller puede realizar sus actividades utilizando de manera eficiente los recursos instalados.

b. Localización del proyecto

Figura 31: Ubicación específica del taller de moda y confección de ropa



Nota: Ubicación del taller de moda y confección, capture tomado de Google maps.

La localización del taller de moda y confección de ropa llevará a cabo sus actividades dentro de un espacio adecuado para ofrecer los servicios, ubicado en la calle 26 de junio perteneciente al barrio de la parroquia Anconcito, atrás del Gad parroquial, se considera esta ubicación estratégica debido al acceso de servicios básicos y a su cercanía y fácil acceso a las carreteras principales que conectan a Anconcito con el cantón Libertad y la parroquia Ancón. En esta ubicación se establecerá el taller de moda y confección de prendas formales y casuales

entre otros servicios, en este espacio se llevará a cabo la atención al cliente y la entrega de las prendas confeccionadas.

c. Ingeniería del proyecto

i. Proceso de producción y/o generación del servicio

El proceso de producción requerido para que el taller de moda y confección de ropa pueda operar correctamente, se encuentra representado a través de diagramas de flujo referentes al proyecto.

De esta manera podemos definir el siguiente proceso para la confección de prendas formales y casuales.

1. Recepción del pedido por parte del cliente.

El cliente se pone en contacto con el taller para solicitar el servicio de confección de una o varias prendas. Se recoge la información de la prenda requerida por parte del cliente y presupuesto. En este también se llega a un acuerdo con el cliente sobre los plazos de entrega de la prenda.

2. Toma de medidas y especificaciones.

Se realiza la toma de medidas de la persona que portará la prenda (busto, cadera, cintura, largo de la prenda, cuello, etc.)

Se discute con el cliente las especificaciones y detalles de la prenda solicitada (bolsillos, botones, cierres, tipo de ajustes) se pone a disposición de los clientes detalles únicos de personalización que estos puedan requerir.

3. Verificación de materia prima en stock

Se verifica que los materiales a utilizar en la confección de la prenda solicitada como telas e insumos se encuentre dentro del inventario del taller.

4. Adquisición de insumos extras

En caso de no contar con los insumos requeridos en las especificaciones del cliente en el punto anterior, se realiza la adquisición necesaria para llevar el proceso de confección de manera correcta y evitar que el proceso se atrase.

5. Selección y preparación de la tela

Se selecciona la tela en base a los requerimientos y preferencias del cliente (color, textura, precio). La tela es llevada a la mesa de trabajo para el proceso de patronaje y corte de esta.

6. Trazado de patrones.

Se elaboran los patrones de las prendas a confeccionar con las medidas específicas del cliente o en caso de ser por tallas específicas se realizarán los cortes en base a los patrones existentes con la talla solicitada.

7. Corte de la tela patronada

Una vez trazados los patrones se realiza el proceso de corte de estos.

8. Armado de la prenda a confeccionar (confección)

Se lleva a cabo el proceso de unir cada pieza de los patrones anteriormente cortados, una vez terminada la prenda se verifica que los ajuste y costuras sean adecuados y precisos.

9. Acabado y detalles de la prenda

Se procede con los cortes de hilos sueltos que pudieran quedar tras el proceso de costura, se añaden los botones, cierres, y demás especificaciones en caso de haber sido requeridas por el cliente.

10. Etiquetado de la prenda

Una vez se verifica que la prenda esté en condiciones óptimas se procede con el etiquetado, en este se incluyen detalles como nombre del taller, talla de la prenda, composición de la tela y especificaciones de cuidado

11. Control de calidad

Se realiza la última revisión a la prenda para verificar que cumpla con los requerimientos y especificaciones para de esta manera garantizar que la prenda sea de calidad y conformidad para los clientes.

12. Planchado

Dentro de este proceso se realiza también un planchado de la prenda para que esta esté presentable para su entrega.

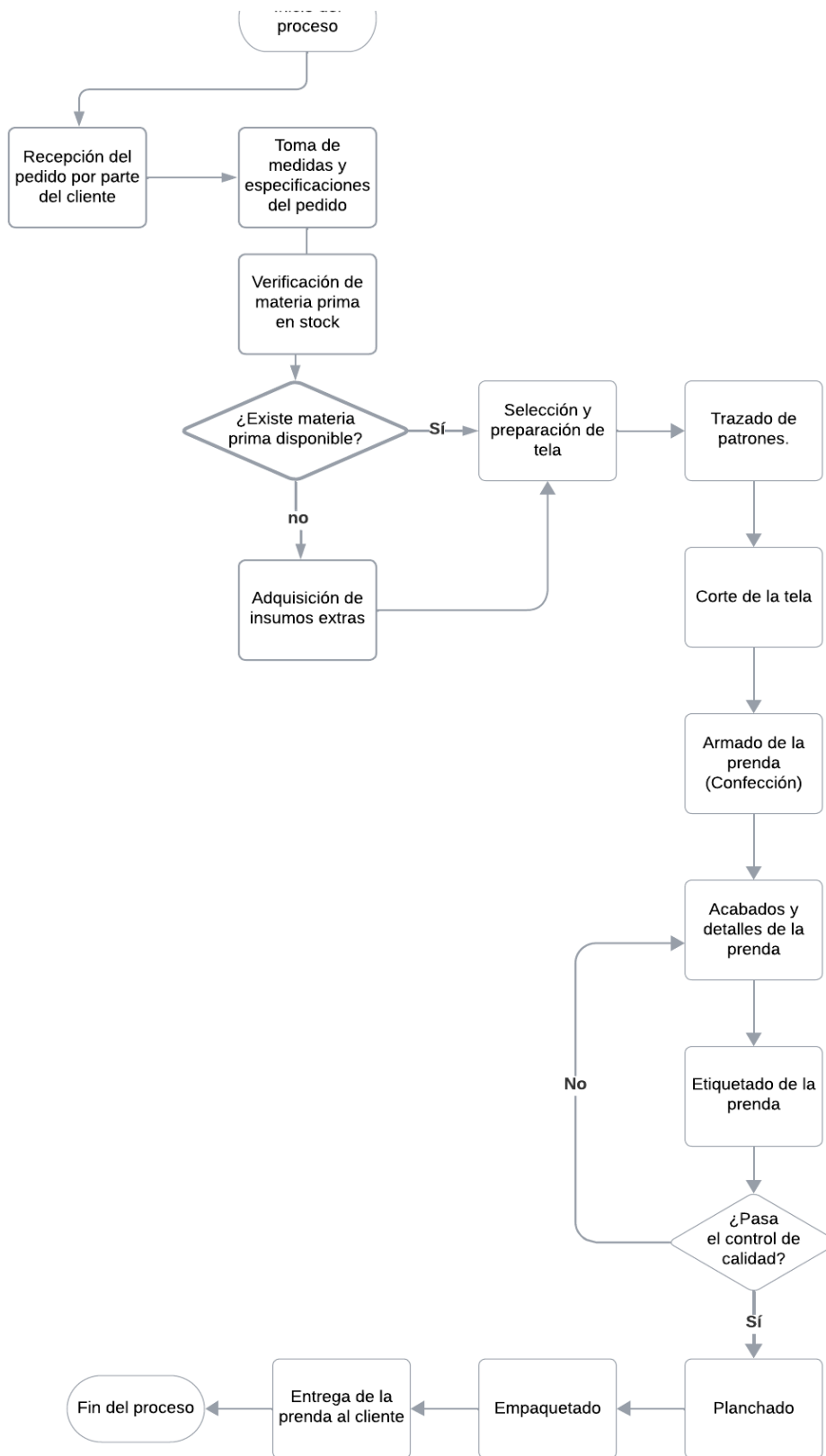
13. Empaquetado.

En este proceso se incluyen los elementos necesarios para la presentación final del producto terminado al cliente, se procede a ubicar la prenda en una bolsa o caja, utilizando materiales adecuados para la protección de la prenda.

14. Entrega de la prenda al cliente

Una vez que el producto final esté listo, se realiza la entrega al cliente de manera personal o por envío a la dirección proporcionada de ser el caso.

Figura 32. Diagrama de Flujo Proceso de producción



Nota: El gráfico muestra el proceso de producción para la confección y comercialización de prendas formales y casuales en el taller.

ii. Balance de mano de obra y materiales.

Mano de obra

La mano de obra del taller de moda y confección estará representada por personas locales con conocimientos y experiencia en costura y confección de prendas formales y casuales. Se clasifica la mano de obra requerida de manera directa e indirecta tomando en cuenta el tamaño del taller.

- La mano de obra directa estará conformada por las personas que intervienen directamente en el proceso de confección de las prendas, es decir el personal encargado de transformar la materia prima en un producto final. En el caso del taller se contará con tres personas encargadas de la confección de prendas.
- La mano de obra indirecta se encuentra conformada por administración y ventas. En este caso habrá una persona encargada de estos procesos.

En la siguiente tabla se especifican los sueldos de las personas encargadas tanto del área de administración y ventas como del personal encargado de la producción del producto final. En este apartado se consideran los beneficios a los cuales el personal accede como el décimo tercero, décimo cuarto, fondo de reserva, aporte patronal y vacaciones por un periodo de 5 años

Tabla 40. Nómina mensual

Roles	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo mensual por cantidad de empleados	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	IESS Patronal	Vacaciones	Egreso total sueldo mensual año 1
Nómina administrativa									
Gerente	1	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 58.33	\$ 38.33	\$ 58.31	\$ 78.05	\$ 29.17	\$ 903.88
Total									\$ 903.88
Nómina de producción									
Patronista	1	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 38.33	\$ 38.33	\$ 38.32	\$ 51.29	\$ 19.17	\$ 607.12
Costurera	2	\$ 460.00	\$ 920.00	\$ 76.67	\$ 38.33	\$ 76.64	\$ 102.58	\$ 38.33	\$ 1,175.91
Total									\$ 1,783.03

Nota: Nómina mensual de los trabajadores del área administrativa y área de producción.

Tabla 41. Nómina a cinco años

Roles	1.57% Año 1	1.57% Año 2	1.57% Año 3	1.57% Año 4	1.57% Año 5
Nómina administrativa					
Gerente	\$ 10,846.56	\$ 11,733.72	\$ 11,914.42	\$ 12,097.90	\$ 12,284.21
Total	\$ 10,846.56	\$ 11,733.72	\$ 11,914.42	\$ 12,097.90	\$ 12,284.21
Nómina de producción					
Patronista	\$ 7,285.44	\$ 7,881.33	\$ 8,002.70	\$ 8,125.94	\$ 8,251.08
Costurera	\$ 14,110.92	\$ 15,265.08	\$ 15,500.16	\$ 15,738.87	\$ 15,981.24
Total	\$ 21,396.36	\$ 23,146.41	\$ 23,502.87	\$ 23,864.81	\$ 24,232.33

Nota: Nómina proyectada a cinco años, de los trabajadores del área administrativa y área de producción

Materiales

Materia prima

Tabla 42: Materia prima

Detalle	Cantidad en metros	Precio	Total
Telas			
Teteron	686.74	\$ 6.50	\$ 4,463.79
Winsor	851.55	\$ 3.00	\$ 2,554.66
Lino	132.17	\$ 3.00	\$ 396.50
Tafeta	225.04	\$ 4.00	\$ 900.17
Fashion	787.01	\$ 6.50	\$ 5,115.53
Gabardina	302.16	\$ 9.00	\$ 2,719.48
Pique	432.08	\$ 6.00	\$ 2,592.49
Yersej	324.06	\$ 6.00	\$ 1,944.37
Carolina (forro)	851.55	\$ 2.70	\$ 2,299.19
Pellon	54.94	\$ 4.00	\$ 219.76
Total	4,647.30		\$ 23,205.93

Nota: Materia prima necesaria para la producción de prendas en el negocio.

Insumos de costura

Tabla 43. Insumos de costura

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	P. Unitario	Total
Hilos de algodón	Cono	8	\$ 3.95	\$ 31.60
Hilos de poliester	Cono	8	\$ 3.50	\$ 28.00
Hilos de nylon	Cono	8	\$ 4.00	\$ 32.00
Botones (camisas)	Ciento	3	\$ 8.00	\$ 24.00
Botones (pantalones)	Ciento	2	\$ 7.00	\$ 14.00
Botones (chaquetas)	Ciento	3	\$ 11.00	\$ 33.00
Cierres (pantalones)	Ciento	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Cierres (Faldas)	Ciento	2	\$ 1.40	\$ 2.80
Agujas overlock	Pack 12	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Agujas	Pack 12	2	\$ 2.00	\$ 4.00
Alfileres	Paquete	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Tijera de tela	Unidad	4	\$ 7.00	\$ 28.00
Kit de reglas	Unidad	2	\$ 6.00	\$ 12.00
Cinta métrica	Unidad	3	\$ 0.50	\$ 1.50
Caja de tizas	Unidad	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Papel de patronaje	Rollo	3	\$ 30.00	\$ 90.00
Cajas de empaque	Ciento	4	\$ 102.60	\$ 410.40
Fundas boutique 25cm x 38cm	Ciento	4	\$ 41.90	\$ 167.60
Etiquetas	Millar	3	\$ 19.00	\$ 57.00
Total				\$ 981.90

Nota: Insumos de costura necesarios en el proceso de producción de prendas en el negocio.

iii. Maquinaria y equipo.

Tabla 44. Maquinaria

Especificaciones	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Maquina industrial recta Jack	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Maquina industrial overlock Jack	1	\$ 900.00	\$ 900.00
Maquina industrial recubridora Jack	1	\$ 680.00	\$ 680.00
Maquina bordadora	1	\$ 6,200.00	\$ 6,200.00
Plancha de vapor	1	\$ 45.00	\$ 45.00
Total			\$ 8,425.00

Nota: Maquinaria necesaria en el proceso de producción del taller.

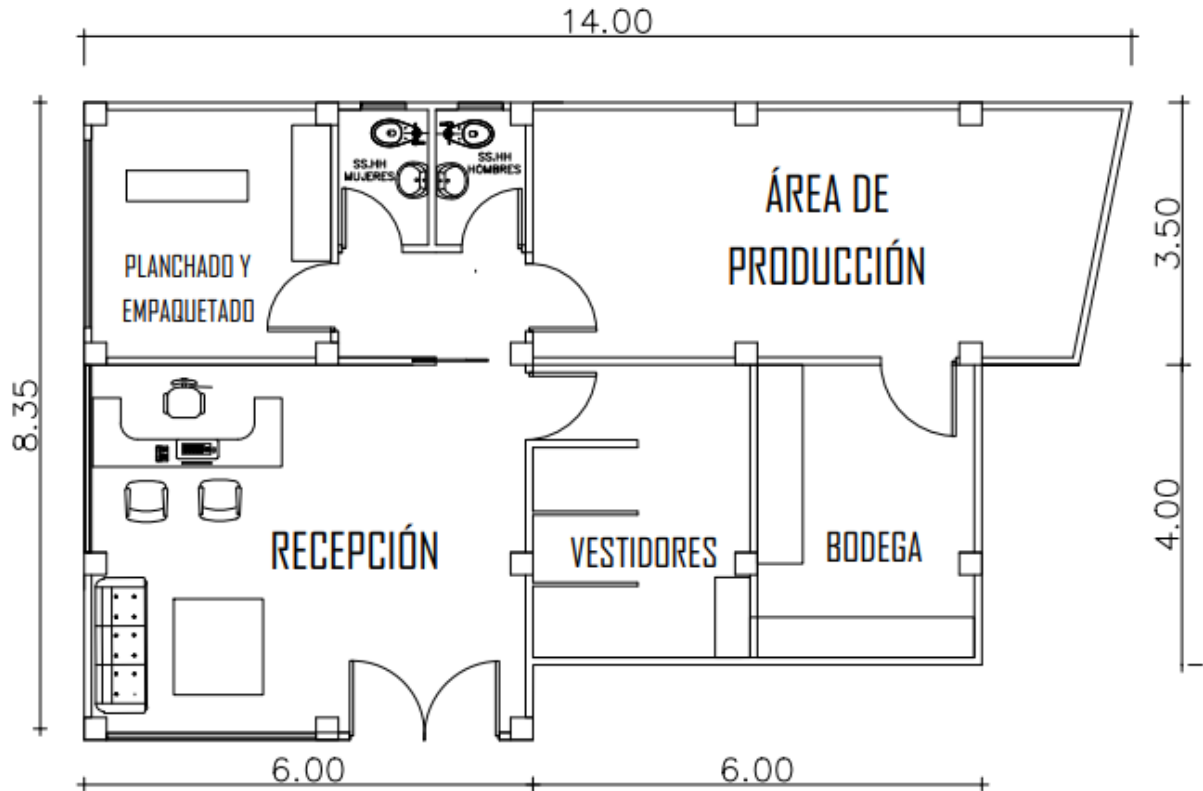
Tabla 45. Equipos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Adecuación del local	1	\$ 900.00	\$ 900.00
Mesa de trabajo	2	\$ 170.00	\$ 340.00
Estante para insumos	1	\$ 95.00	\$ 95.00
Perchero	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Espejo	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Maniquí	2	\$ 75.00	\$ 150.00
Escritorio	1	\$ 115.00	\$ 115.00
silla de oficina	1	\$ 18.00	\$ 18.00
Sillas	5	\$ 12.00	\$ 60.00
Aire acondicionado	2	\$ 430.00	\$ 860.00
Dispensador de agua	1	\$ 65.00	\$ 65.00
laptop	1	\$ 700.00	\$ 700.00
IPad	1	\$ 910.00	\$ 910.00
Router	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Total			\$ 4,323.00

Nota: Equipo necesario en el proceso de producción del taller.

iv. Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio.

Figura 33. Dsitribución interna del taller de moda y confección



Nota: En el grafico se muestran las medidas y las divisiones de las diferentes áreas de trabajo en el taller de moda y confección.

El taller de moda y confección estará distribuido en cinco espacios diseñados para el correcto manejo del área de producción y administración, iniciando con el área destinada para el espacio de recepción en el cual se ejecutará el contacto del cliente con el administrador o equipo de ventas, cuenta con asiento y adecuaciones para que el cliente se sienta cómodo.

El área de producción cuenta con el espacio y adecuaciones necesarias para que el desarrollo de las actividades productivas pueda realizarse de la mejor manera optimizando tiempo y espacios. El área de vestidores contará con la capacidad de abarcar tres personas al mismo tiempo, este espacio contará con cortinas y espejos para la comodidad del cliente. El área de bodega está diseñada para el correcto almacenamiento de los materiales e insumos requeridos para la producción. El área de etiquetado y planchado cuenta con espacios óptimos para la realización de actividades, en este espacio estarán ubicados los baños para uso del personal de la planta.

5. Estudio organizacional

a. Visión

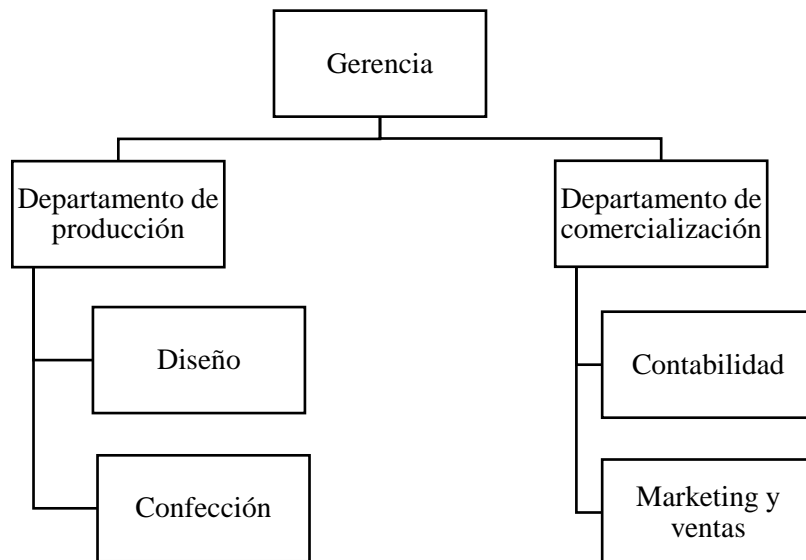
“Para el año 2035 nos convertiremos en un gran referente de la moda y confección de prendas formales y casuales a nivel nacional, promoviendo el desarrollo personal y mejorando constantemente la calidad de producción y presentación de nuestras prendas brindando satisfacción a nuestros clientes.”

b. Misión

“Somos una microempresa local dedicada a la confección y comercialización de prendas formales y casuales, nos enfocamos en la calidad de nuestros productos, brindando a nuestros clientes variedad y comodidad al vestir.”

c. Estructura organizacional

Figura 34. Organigrama funcional



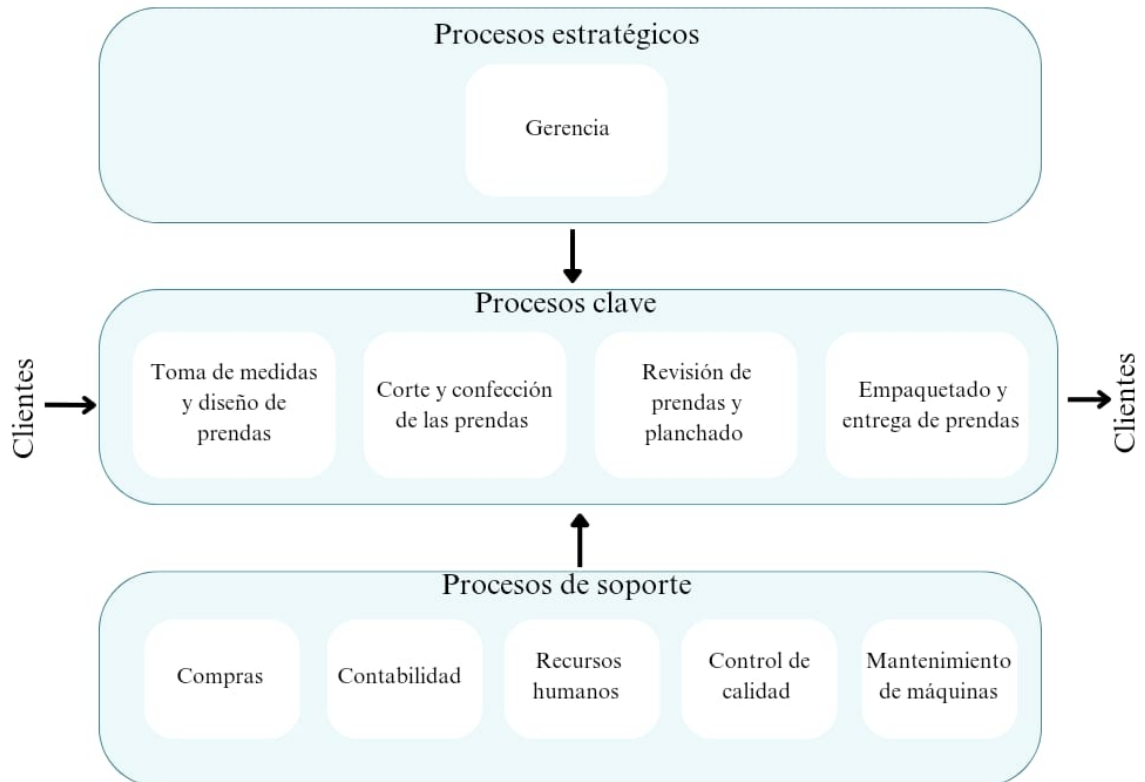
Nota: Organigrama funcional del taller de moda y confección de prendas.

Descripción

En el organigrama se detallan las áreas por las cuales estará conformada la microempresa, empezando por el área de gerencia que será representada por el propietario y administrador del taller de moda y confección, a partir de allí se encuentran los dos subniveles conformados por el área de producción y área de comercialización, estas dos áreas son fundamentales para que las actividades puedan desarrollarse en la microempresa.

d. Mapa de procesos

Figura 35. Mapa de Procesos del taller de moda y confección



Nota: El gráfico muestra el mapa de procesos del taller de moda y confección de ropa.

e. Funciones y productos esperados

Tabla 46. Funciones de Gerente

Nombre del puesto	Conocimientos y/o requisitos	Funciones	Productos esperados
Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> Estudios superiores en Administración de empresa, contabilidad, comercio o similares Conocimientos en el área de administración y gestión, atención al cliente y dirección. Habilidades de liderazgo, comunicación y trabajo en equipo Puntualidad, responsabilidad, ética y puntualidad 	<ul style="list-style-type: none"> Representar legalmente al taller. Coordinar las actividades de cada área del taller. Administrar de manera eficaz los recursos del taller. Mantener un adecuado ambiente laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión administrativa. Planeación estratégica. Toma de decisiones. Supervisión de procesos.

Nota: Funciones y productos esperados del gerente del taller de moda y confección.

Tabla 47. Departamento de producción

Nombre del puesto	Conocimientos y/o requisitos	Funciones	Productos esperados
Diseño Modista	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento en toma de medidas y patronaje. Experiencia en diseño, innovación y confección. Habilidades de liderazgo, comunicación y trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar la toma de medida de los clientes Realizar bocetos de patrones de las prendas a diseñar Asesorar a los clientes en diseño y presupuesto de lo solicitado Tener constante comunicación con el equipo de confección y gerencia. Supervisar el proceso de confección. Pruebas de vestuario a los clientes 	Creación de diseños y bocetos de las prendas solicitada por los clientes
Confección	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento en temas de costura y manejo de telas. Experiencia en patronaje y control de calidad. Experiencia en el manejo de máquinas de coser 	<ul style="list-style-type: none"> Cortar los bocetos de patrones Confeccionar las prendas. Verificar calidad y acabados de las prendas. Gestionar la limpieza y 	Confección y verificación de calidad de las prendas

- presentación de prendas.
- Responsable de la limpieza y cuidado de la maquinaria a su cargo.

Nota: Funciones y productos esperados de la modista y costureras del taller de moda y confección de ropa.

Tabla 48. Departamento de comercialización

Nombre del puesto	Conocimientos y/o requisitos	Funciones	Productos esperados
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Contabilidad o carreras afines. • Experiencia en manejo del área de contabilidad. • Conocimientos de análisis financieros, legislación fiscal y tributaria. • Habilidades de comunicación y trabajo en equipo • Puntualidad, honestidad, responsabilidad y ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar registro adecuado de costos e ingresos • Elaborar informes financieros. • Cumplir con las obligaciones del SRI • Llevar un control del área legal y tributaria del taller. • Trabajar en equipo con el departamento de gerencia y de producción • Llevar registro de la materia prima e insumos en stock 	Analizar y controlar correctamente las operaciones financieras del taller.
Marketing y ventas	<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dominio en el manejo de redes sociales, herramientas de diseño gráfico, gestión de redes sociales y página web. <p>Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en moda y confección. • Habilidades de comunicación y trabajo en equipo • Puntualidad, honestidad, responsabilidad y ética. • Experiencia en ventas, preferiblemente en el sector de la moda y textiles. • Poder de relación, técnica de venta y negociación con los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estrategias para promover los productos y servicios. • Fortalecer el nombre del taller a través de la creación de contenido atractivo • Administrar el presupuesto necesario para la aplicación de las estrategias de marketing • Brindar atención personalizada y asesoría a los clientes • Organizar y mantener limpia el área de recepción y venta • Llevar control de los productos que salen del taller • Gestionar los pagos de los clientes 	Lograr que la marca del taller se posicione en el mercado de la moda Brindar a los clientes una experiencia de compra memorable.

Nota: Funciones y productos esperados del área de contabilidad y marketing.

f. Constitución jurídica

El taller de moda y confección de ropa trabajará bajo la forma jurídica de Sociedad por acciones simplificadas (SAS), esto le permite al taller de moda y confección la formalización del emprendimiento, haciendo que este sea sujeto que pueda acceder a crédito para en un futuro poder ampliar los niveles de producción.

“La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo.” (Gob.ec, 2024)

El optar por esta forma jurídica le brinda al taller la posibilidad de constituirse sin un capital que represente mayor gasto. El taller de moda y confección de ropa será conformado por una persona natural, mismo que será el encargado de administrar de manera eficiente el emprendimiento, así como llevar todas las obligaciones legales correspondientes.

g. Obligaciones tributarias

Dentro de las obligaciones tributarias que el taller de moda y confección debe cumplir para su puesta en marcha, se encuentran:

- Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Acogerse a un Régimen tributario (Régimen general o RIMPE)
- Obligada a llevar contabilidad
- Presentación de declaraciones fiscales de manera periódica
- Gestión y pago de impuestos
- Cobertura de responsabilidades

h. Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento

Dentro de los permisos requeridos para el funcionamiento del emprendimiento de taller de moda y confección se encuentran los siguientes:

- Patente municipal
- Estar inscrito al RUC
- Permiso del cuerpo de bomberos vigente
- Permiso de funcionamiento por parte de la alcaldía de Salinas
- Registro de marca.

6. Marketing estratégico

a. Estrategias de producto y diseño.

(Yépez Galarza, Quimis Izquierdo, & Suma Bustamante, 2021) Definen al producto como un bien o servicio diseñado por la empresa con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, lo cual permite generar una ventaja para la empresa.

Las estrategias del producto y diseño en el taller de moda y confección de prendas de carácter formal y casual se enfocarán principalmente en brindarle al cliente la opción personalización de sus prendas, cumpliendo en mayor medida con las expectativas de este. A través de diferentes estrategias el taller de moda y confección podrá competir en el mercado y destacar de la competencia.

Dentro de las estrategias de producto y diseño a implementar en el taller se encuentran las siguientes:

- Brindar servicio de personalización del producto en base a los gustos, preferencias y necesidades del cliente.
- Ofrecer a nuestros clientes una respuesta a sus necesidades en términos de prendas formales y casuales.
- Seleccionar materia prima e insumos de calidad con la que serán elaboradas las prendas.
- Implementar prácticas sostenibles en el taller, minimizando los residuos y reutilizando materiales.
- Ofrecer al cliente una experiencia de compra única desde el pedido hasta la entrega del producto final.
- Garantizar la durabilidad y comodidad de las prendas a los clientes.
- Investigar constantemente sobre las nuevas tendencias de la moda de prendas formales y casuales.
- Involucrar al cliente en los procesos, a través de opiniones y sugerencias en la producción y diseño de prendas.
- Desarrollar una marca que logre posicionarse en la mente del consumidor.

- Entregar los productos finales en un empaque que asegure el estado de la prenda y a la vez este sea un factor que eleve la experiencia de compra del cliente.

Para lograr que el producto se diferencie y se posicione en el mercado, se incluirá dentro de las estrategias la creación de la marca y logotipo, lo cual ayudará a que nuestros productos sean reconocidos y diferenciados.

Marca

“Taller de moda y confección Elíseo”

Se escogió este nombre para el taller de confección de prendas formales y casuales haciendo referencia al mensaje y experiencia que el taller busca transmitir en a los clientes, un toque de distinción y personalidad que se busca brindar a través de una experiencia de compra memorable y la entrega de un producto único y de calidad.

Figura 36. Nombre del taller de moda y confección



TALLER DE MODA Y CONFECCIÓN ELISEO

Nota: Diseño de elaboración propia del logo del taller de moda y confección

Descripción del producto

Se presentan prototipos e imágenes de referencia de los productos que el taller se enfoca en brindar respecto a prendas de carácter formal y casual, cabe recalcar que el taller se enfoca también en la personalización de diseño que los clientes requieran de acuerdo a las necesidades presentadas en sus actividades.

Estos productos pertenecen a una misma línea con ligeras variaciones en su producción, sin embargo, sus usos o destinos varían de acuerdo a la persona que los porta. Las prendas serán confeccionadas de acuerdo a las necesidades y preferencias del cliente, tomando en cuenta sus requerimientos y especificaciones, las imágenes son solo referencias de lo que el taller busca ofrecer al público objetivo.

- **Blazers, sacos, chaquetas, levass.**

Figura 37: Producto preferencial 1



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (levass, chalecos, blazers) Tomado de Pinterest.

- **Camisas, camisetas y blusas**

Figura 38: Producto preferencial 2



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (camisas, camisetas y blusas) Tomado de Pinterest.

- **Pantalones**

Figura 39: Producto preferencial 3



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (Pantalones) Tomado de Pinterest.

- **Faldas**

Figura 40: Producto preferencial 4



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (Faldas) Tomado de Pinterest.

- **Vestidos**

Figura 41: Producto preferencial 5



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (Faldas) Tomado de Pinterest.

- **Corbatas, lazos y pañoletas**

Figura 42: Producto preferencial 6



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (Corbatas, lazos y pañoletas) Tomado de Pinterest.

- **Gorros de uniforme**

Figura 43: Producto preferencial 7



Nota: Se muestran ejemplos de los productos a ofrecer. (Gorros de uniforme) Tomado de Pinterest.

b. Estrategias de precio.

(Campines Barría , 2024) Considera que el precio es el valor asignado a un producto o servicio, añade además que este es un elemento fundamental en la decisión de compra siendo así necesario establecer estrategias de marketing de precio para lograr los objetivos.

Para la estrategia de los precios a manejar en el taller de moda y confección se considerarán los datos obtenidos por los resultados de las encuestas aplicadas al público objetivo, mediante estos resultados se concluye que los clientes están dispuestos a pagar por un traje formal o casual completo (camisa, pantalón y chaqueta o blusa, falda y blazer) valores entre 50 a 100 dólares.

Para establecer el precio también se considerarán diversos elementos como las siguientes estrategias:

- Aplicar benchmarking para conocer cuáles son los precios manejados por la competencia que nos servirá de guía para el establecer los precios en nuestras prendas.
- Considerar el valor percibido por el cliente, incluyendo la calidad de prendas, diseño solicitado y percepción de la marca.
- Ofrecer a los clientes variedad de precios acorde a sus necesidades y economía.
- Ofrecer descuentos para comodidad de compra de los estudiantes en inicios de ciclos escolares.
- Ofrecer descuentos de acuerdo con la demanda o un volumen de producción alto solicitado.
- Considerar el costo total de producción de las prendas y el margen de ganancia que se espera obtener.

c. Estrategias de plaza y canales de distribución

Dentro de las estrategias de plaza y distribución se consideran varias opciones

- Localizar el taller de moda y confección de ropa en un lugar visible y accesible para los clientes y proveedores.
- Verificar que el lugar donde estará ubicado el taller cuente con los servicios básicos necesarios para realizar los procesos de producción.
- Adecuar el área de atención al cliente de manera que este pueda estar en un ambiente acogedor y llamativo en su proceso de compra.
- Ubicar una tienda donde se oferte los productos del taller en una zona comercial, en este caso la tienda estaría ubicada de manera estratégica en el área comercial del cantón la libertad, Santa Elena.
- Participar en eventos locales con afluencia de personas, con el fin de dar a conocer las características de los productos que oferta el taller.
- Ofertar los productos del taller a través de una tienda online en redes sociales creando contenido atractivo, utilizando medios como Marketplace entre otras herramientas que estas nos brinden.
- Desarrollar una página web accesible y dinámica que le permita a los clientes navegar con facilidad por ella mientras realiza el proceso de selección y compra de nuestras prendas.
- Ofrecer a los clientes diversos métodos de pago que permitan al consumidor facilitar el proceso de compra de las prendas.

d. Estrategias de promoción

- Utilizar a nuestro favor las redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok para ofertar nuestros productos y llegar a un público más amplio.
- Crear contenido llamativo y de calidad para las redes sociales del emprendimiento.
- Utilizar medios tradicionales de comunicación para dar a conocer al público las actividades realizadas en el taller.
- Adecuar el exterior del taller con rótulos o letreros que permitan que los peatones se puedan interesar en nuestro taller o recomendarnos.
- Ofrecer a los clientes opciones de productos complementarios para sus prendas.

7. Análisis financiero

a. Presupuesto de inversión

Para determinar el total de la inversión requerida para el proyecto del taller de moda y confección de ropa, se deben realizar los cálculos referentes a los activos fijos y activos circulantes y sus porcentajes respectivos.

Tabla 49: Inversiones

	Inversión	
Inversión	\$	%
Activo Fijo	\$ 13,123.00	56%
Activo Circulante	\$ 10,185.89	44%
Total	\$ 23,308.89	100%

Nota: Inversiones en activos fijos y circulantes para el negocio del taller de moda y confección.

Análisis de Inversiones

A continuación, se detallan las inversiones correspondientes a los activos fijos y activos circulantes.

Tabla 50: Análisis de las inversiones

Análisis de Inversiones		
Activos Fijos	Dólares	%
Activo Tangible		
Maquinarias	\$ 8,425.00	36%
Muebles y enseres	\$ 1,773.00	8%
Equipo de computación	\$ 1,650.00	7%
Total Activo Tangible	\$ 11,848.00	51%
Activo Intangible		
Gastos constitucionales	\$ 375.00	2%
Gastos de adecuación	\$ 900.00	4%
Total activos Intangibles	\$ 1,275.00	5%
Total activos Fijos	\$ 13,123.00	11%
Activo circulante		
Capital de trabajo	\$ 10,185.89	44%
Total activo circulante	\$ 10,185.89	44%
Total Activos	\$ 23,308.89	100%

Nota: Desglose de los activos fijos y circulantes del negocio.

b. Presupuesto de ingresos

Para el presupuesto de ingresos se consideran la cantidad de prendas y sus precios, estos datos fueron proyectados en base a los resultados del estudio de mercado.

Tabla 51: Presupuesto de Ventas del taller de moda y confección

Ingresos por ventas \$	2%	3%	4%	5%	
Producto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Levas, chalecos, sacos...	\$ 47,151.72	\$ 48,094.75	\$ 49,537.60	\$ 51,519.10	\$ 54,095.06
Blusas, camisas, camisetas	\$ 23,218.65	\$ 23,683.02	\$ 24,393.51	\$ 25,369.25	\$ 26,637.72
Pantalones	\$ 23,825.91	\$ 24,302.43	\$ 25,031.50	\$ 26,032.76	\$ 27,334.40
Faldas	\$ 4,822.34	\$ 24,302.43	\$ 25,031.50	\$ 26,032.76	\$ 27,334.40
Vestidos	\$ 8,037.23	\$ 8,197.97	\$ 8,443.91	\$ 8,781.66	\$ 9,220.75
Corbatas, lazos, pañoletas	\$ 2,500.47	\$ 2,550.48	\$ 2,626.99	\$ 2,732.07	\$ 2,868.68
Gorros de uniforme	\$ 214.33	\$ 218.61	\$ 225.17	\$ 234.18	\$ 245.89
TOTAL	\$109,770.63	\$111,966.05	\$ 115,325.03	\$ 119,938.03	\$ 125,934.93

Nota: Presupuesto de Ventas del taller de moda y confección proyectado a cinco años

Tabla 52: Presupuesto de ventas Q del taller de moda y confección

Ingresos por ventas Q	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Levas, chalecos, sacos...	785.86	1,591.22	1,666.99	1,629.10	1,704.87
Blusas, camisas, camisetas	928.75	783.55	820.87	802.21	839.52
Pantalones	821.58	804.05	842.33	823.19	861.48
Faldas	321.49	804.05	842.33	823.19	861.48
Vestidos	178.61	271.23	284.15	277.69	290.60
Corbatas, lazos, pañoletas	500.09	84.38	88.40	86.39	90.41
Gorros de uniforme	35.72	7.23	7.58	7.41	7.75
TOTAL	3572	3704	3881	3793	3969

Nota: Presupuesto de ventas por cantidades vendidas del taller de moda y confección

c. Presupuesto de egresos

Dentro del presupuesto de egresos se consideran los costos y gastos que se generan al poner en marcha las operaciones del taller de moda y confección, para los cálculos correspondientes se tomará en cuenta el porcentaje de inflación (1,54%), también se puntualizaran las respectivas depreciaciones y amortizaciones.

Tabla 53: Presupuesto de Costos Fijos del taller de moda y confección

Costos fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nómina	\$ 21,396.36	\$ 23,146.41	\$ 23,502.87	\$ 23,864.81	\$ 24,232.33
Depreciación	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07
Amortización	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
Insumos	\$ 981.90	\$ 997.02	\$ 1,012.38	\$ 1,027.97	\$ 1,043.80
Mantenimiento	\$ 125.00	\$ 126.93	\$ 128.88	\$ 130.86	\$ 132.88
TOTAL	\$ 23,880.33	\$ 25,647.42	\$ 26,021.19	\$ 26,400.71	\$ 26,786.07

Nota: Presupuesto de Costos Fijos del taller de moda y confección proyectado a cinco años

Tabla 54: Presupuesto de Costos Variables del taller de moda y confección

Costos variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$ 19,338.27	\$ 19,636.08	\$ 19,938.48	\$ 20,245.53	\$ 20,557.31
Insumos accesorios	\$ 3,720.94	\$ 3,778.24	\$ 3,836.42	\$ 3,895.51	\$ 3,955.50
TOTAL	\$ 23,059.21	\$ 23,414.32	\$ 23,774.90	\$ 24,141.04	\$ 24,512.81

Nota: Presupuesto de Costos Variables del taller de moda y confección proyectado a cinco años

Tabla 55: Presupuesto de Gastos fijos del taller de moda y confección

		1.54%	1.54%	1.54%	1.54%
Gastos fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nómina	\$ 10,846.56	\$ 11,733.72	\$ 11,914.42	\$ 12,097.90	\$ 12,284.21
Depreciación	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73
Amortización	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00
Luz	\$ 792.01	\$ 804.21	\$ 816.59	\$ 829.17	\$ 841.94
Agua	\$ 182.77	\$ 185.59	\$ 188.44	\$ 191.35	\$ 194.29
Internet	\$ 243.70	\$ 247.45	\$ 251.26	\$ 255.13	\$ 259.06
Publicidad	\$ 219.33	\$ 222.70	\$ 226.13	\$ 229.62	\$ 233.15
Materiales de oficina	\$ 121.85	\$ 123.72	\$ 125.63	\$ 127.56	\$ 129.53
Materiales de limpieza	\$ 121.85	\$ 123.72	\$ 125.63	\$ 127.56	\$ 129.53
Asistente contable	\$ 1,200.00	\$ 1,218.48	\$ 1,237.24	\$ 1,256.30	\$ 1,275.65
TOTAL	\$ 14,175.80	\$ 15,107.33	\$ 15,333.09	\$ 15,562.33	\$ 15,795.09

Nota: Presupuesto de Gastos fijos del taller de moda y confección proyectado a cinco años con una inflación de 1.54%

Resumen de Egresos.

Tabla 56: Resumen de Egresos

EGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Fijos	\$ 14,175.80	\$ 15,107.33	\$ 15,333.09	\$ 15,562.33	\$ 15,795.09
Costos Fijos	\$ 23,880.33	\$ 25,647.42	\$ 26,021.19	\$ 26,400.71	\$ 26,786.07
Costos Variables	\$ 23,059.21	\$ 23,414.32	\$ 23,774.90	\$ 24,141.04	\$ 24,512.81
TOTAL	\$ 61,115.33	\$ 64,169.08	\$ 65,129.18	\$ 66,104.07	\$ 67,093.97

Nota: Resumen de Egresos del negocio proyectado a cinco años

Tabla 57: Depreciación de bienes administrativos y de producción

Depreciación	Monto de inversión inicial	Tiempo de depreciación	Valor de Rescate	Nueva inversión	2025 Año 1	2026 Año 2	2027 Año 3	2028 Año 4	2029 Año 5	Total depreciado	Valor residual
Inversión administrativa											
Equipos de computación	\$ 910.00	3		\$ 910.00	\$ 303.33	\$ 303.33	\$ 303.33	\$ 303.33	\$ 303.33	\$ 1,516.67	\$ 303.33
Muebles y enseres	694.00	10			\$ 69.40	\$ 69.40	\$ 69.40	\$ 69.40	\$ 69.40	\$ 3 47.00	\$ 347.00
Total depreciación administración	\$ 1,604.00				\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 372.73	\$ 1,863.67	\$ 650.33
Inversión de producción											
Maquinarias	\$ 8,425.00	10			\$ 842.50	\$ 842.50	\$ 842.50	\$ 842.50	\$ 842.50	\$ 4,212.50	\$ 4,212.50
Equipos de computación	\$ 740.00	3		\$ 740.00	\$ 246.67	\$ 246.67	\$ 246.67	\$ 246.67	\$ 246.67	\$ 1,233.33	\$ 246.67
Muebles y enseres	\$ 1,079.00	10			\$ 107.90	\$ 107.90	\$ 107.90	\$ 107.90	\$ 107.90	\$ 539.50	\$ 539.50
Total depreciación producción	\$ 10,244.00				\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 1,197.07	\$ 5,985.33	\$ 4,998.67
TOTAL DEPRECIACIÓN					\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 7,849.00	\$ 5,649.00

Nota: Depreciación de bienes administrativos y de producción proyectado a cinco años.

Tabla 58: Amortización de bienes administrativos y de producción

Amortización	Monto de Inversión inicial	Tiempo de amortización	Valor de rescate	Nueva Inversión	2025 Año 1	2026 Año 2	2027 Año 3	2028 Año 4	2029 Año 5	Total amortizado	Valor residual
Inversión administrativa											
Activos intangibles	\$ 375.00	5			\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 375.00	\$ -
Total					\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 375.00	\$ -
Inversión de producción											
Activos intangibles	\$ 900.00	5			\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 900.00	\$ -
Total					\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 900.00	\$ -
TOTAL	\$ 1,275.00				\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 1,275.00	\$ -

Nota: Amortización de bienes administrativos y de producción

d. Presupuesto de capital de trabajo

Para iniciar se requiere de un capital de trabajo de \$10.185,89 Se detallan los presupuestos necesarios para iniciar las actividades del taller de moda y confección al primer año en área administrativa y área de producción.

Tabla 59: Presupuesto de capital de trabajo (Área administrativa)

Año 1	
Meses	2
Egresos Anuales	\$ 14,175.80
Promedio de Egresos Bimestrales	\$ 2,362.63

Nota: Presupuesto de capital de trabajo (Área administrativa)

Tabla 60: Presupuesto de capital de trabajo (Área de producción)

Año 1	
Meses	2
Egresos Anuales	\$ 46,939.54
Promedio de Egresos Bimestrales	\$ 7,823.26

Nota: Presupuesto de capital de trabajo (Área de producción)

e. Estructura de la inversión

La estructura de la inversión del proyecto de taller de moda y confección de ropa se maneja por dos fuentes de financiamiento: El financiamiento bancario y Capital propio, detallados a continuación:

Tabla 61: Estructura de la Inversión

Inversión inicial	\$ 23,308.89	100%
Financiamiento bancario	\$ 16,316.22	70%
Capital propio	\$ 6,992.67	30%

Nota: Estructura de la Inversión del negocio.

Se consideró la posibilidad de financiamiento bancario a través de la Institución financiera BanEcuador, esta ofrece una tasa de interés accesible en comparación con otras instituciones financieras. A continuación, se detallan datos relevantes del financiamiento.

Tabla 62: Detalles del crédito

Monto de crédito	\$ 16,316.22
Tipo de Amortización	Francés
Tasa de interés anual	12%
Plazo años	5
Tasa de interés mensual	0.01
Plazo meses	60
Cuota mensual	\$362.95

Nota: Detalles del crédito para el negocio.

Tabla de amortización

Tabla 63: Amortización de crédito bancario

Periodo	Cuota total	Interés	Capital	Saldo
				\$16,316.22
1	-\$362.95	-\$163.16	-\$199.78	\$16,116.44
2	-\$362.95	-\$161.16	-\$201.78	\$15,914.66
3	-\$362.95	-\$159.15	-\$203.80	\$15,710.86
4	-\$362.95	-\$157.11	-\$205.84	\$15,505.02
5	-\$362.95	-\$155.05	-\$207.90	\$15,297.13
6	-\$362.95	-\$152.97	-\$209.97	\$15,087.15
7	-\$362.95	-\$150.87	-\$212.07	\$14,875.08
8	-\$362.95	-\$148.75	-\$214.19	\$14,660.89
9	-\$362.95	-\$146.61	-\$216.34	\$14,444.55
10	-\$362.95	-\$144.45	-\$218.50	\$14,226.05
11	-\$362.95	-\$142.26	-\$220.68	\$14,005.36
12	-\$362.95	-\$140.05	-\$222.89	\$13,782.47
13	-\$362.95	-\$137.82	-\$225.12	\$13,557.35
14	-\$362.95	-\$135.57	-\$227.37	\$13,329.98
15	-\$362.95	-\$133.30	-\$229.65	\$13,100.33
16	-\$362.95	\$126.34	-\$489.29	\$12,868.39
17	-\$362.95	-\$128.68	-\$234.26	\$12,634.13
18	-\$362.95	-\$126.34	-\$236.60	\$12,397.53
19	-\$362.95	-\$123.98	-\$238.97	\$12,158.56
20	-\$362.95	-\$121.59	-\$241.36	\$11,917.20
21	-\$362.95	-\$119.17	-\$243.77	\$11,673.42
22	-\$362.95	\$116.73	-\$479.68	\$11,427.21
23	-\$362.95	-\$114.27	-\$248.67	\$11,178.54
24	-\$362.95	-\$111.79	-\$251.16	\$10,927.38
25	-\$362.95	-\$109.27	-\$253.67	\$10,673.71
26	-\$362.95	-\$106.74	-\$256.21	\$10,417.50
27	-\$362.95	-\$104.18	-\$258.77	\$10,158.73
28	-\$362.95	-\$101.59	-\$261.36	\$9,897.37
29	-\$362.95	-\$98.97	-\$263.97	\$9,633.40
30	-\$362.95	-\$96.33	-\$266.61	\$9,366.79
31	-\$362.95	-\$93.67	-\$269.28	\$9,097.51
32	-\$362.95	-\$90.98	-\$271.97	\$8,825.54
33	-\$362.95	-\$88.26	-\$274.69	\$8,550.85
34	-\$362.95	-\$85.51	-\$277.44	\$8,273.42

35	-\$362.95	-\$82.73	-\$280.21	\$7,993.20
36	-\$362.95	-\$79.93	-\$283.01	\$7,710.19
37	-\$362.95	-\$77.10	-\$285.84	\$7,424.35
38	-\$362.95	-\$74.24	-\$288.70	\$7,135.65
39	-\$362.95	-\$71.36	-\$291.59	\$6,844.06
40	-\$362.95	-\$68.44	-\$294.50	\$6,549.55
41	-\$362.95	-\$65.50	-\$297.45	\$6,252.10
42	-\$362.95	-\$62.52	-\$300.42	\$5,951.68
43	-\$362.95	-\$59.52	-\$303.43	\$5,648.25
44	-\$362.95	-\$56.48	-\$306.46	\$5,341.79
45	-\$362.95	-\$53.42	-\$309.53	\$5,032.26
46	-\$362.95	-\$50.32	-\$312.62	\$4,719.64
47	-\$362.95	-\$47.20	-\$315.75	\$4,403.89
48	-\$362.95	-\$44.04	-\$318.91	\$4,084.98
49	-\$362.95	-\$40.85	-\$322.10	\$3,762.89
50	-\$362.95	-\$37.63	-\$325.32	\$3,437.57
51	-\$362.95	-\$34.38	-\$328.57	\$3,109.00
52	-\$362.95	-\$31.09	-\$331.86	\$2,777.14
53	-\$362.95	-\$27.77	-\$335.17	\$2,441.97
54	-\$362.95	-\$24.42	-\$338.53	\$2,103.44
55	-\$362.95	-\$21.03	-\$341.91	\$1,761.53
56	-\$362.95	-\$17.62	-\$345.33	\$1,416.20
57	-\$362.95	-\$14.16	-\$348.78	\$1,067.42
58	-\$362.95	-\$10.67	-\$352.27	\$715.15
59	-\$362.95	-\$7.15	-\$355.79	\$359.36
60	-\$362.95	-\$3.59	-\$359.35	\$0.00

Nota: Tabla de amortización francesa.

Tabla 64: Resumen de la tabla de amortización

Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago de Interés	\$ 1,821.59	\$ 1,500.25	\$ 1,138.15	\$ 730.13	\$ 270.37
Pago de Capital	\$ 2,533.75	\$ 2,855.09	\$ 3,217.19	\$ 3,625.21	\$ 4,084.98

Nota: Resumen de la tabla de amortización del taller.

f. Estados financieros

i. Estado de resultado integral.

Tabla 65: Estado de resultado integral del taller de moda y confección

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL	0	1	2	3	4	5				
Ventas	\$	109,770.63	\$	111,966.05	\$	115,325.03	\$	119,938.03	\$	125,934.93
Costos	\$	51,551.38	\$	53,744.61	\$	54,551.07	\$	55,369.95	\$	56,201.44
Utilidad Bruta	\$	58,219.26	\$	58,221.44	\$	60,773.96	\$	64,568.08	\$	69,733.49
Gastos fijos	\$	14,175.80	\$	15,107.33	\$	15,333.09	\$	15,562.33	\$	15,795.09
Gastos financieros	\$	1,889.83	\$	1,577.14	\$	1,224.80	\$	827.77	\$	380.38
Utilidad Operacional	\$	42,153.63	\$	41,536.96	\$	44,216.07	\$	48,177.99	\$	53,558.02
15% de participación de trabajadores	\$	6,323.04	\$	6,230.54	\$	6,632.41	\$	7,226.70	\$	8,033.70
Utilidad antes de impuestos a la renta	\$	35,830.58	\$	35,306.42	\$	37,583.66	\$	40,951.29	\$	45,524.32
25% Impuesto a la Renta	\$	8,957.65	\$	8,826.60	\$	9,395.91	\$	10,237.82	\$	11,381.08
Utilidad Neta del Ejercicio	\$	26,872.94	\$	26,479.81	\$	28,187.74	\$	30,713.47	\$	34,143.24
Pago Utilidades accionistas	\$	18,811.06	\$	18,535.87	\$	19,731.42	\$	21,499.43	\$	23,900.27
Utilidad después de repartición	\$	8,061.88	\$	7,943.94	\$	8,456.32	\$	9,214.04	\$	10,242.97

Nota: Estado de resultado integral del taller de moda y confección

El estado de resultado integral muestra los valores de pérdidas y ganancias proyectadas en el cual se puede observar que al año 1 se cuenta con una utilidad de \$ 26,872.94 lo cual representa el 24,48% de las ventas totales efectuadas en dicho periodo. Podemos evidenciar también que entre los años de 2-5 existe un incremento progresivo de utilidad, a pesar del incremento de inflación presentado. Para concluir observamos que en el año cinco la proyección muestra una utilidad neta de \$ 34,143.24, este resultado representa el 27,11% de las ventas de este periodo.

ii. Estado de situación general.
 Tabla 66. Estado de Situación General

		ESTADO DE SITUACIÓN GENERAL					
Activos		2024	2025	2026	2027	2028	2029
	Activos corrientes						
	Caja	\$ 10,954.53	\$ 33,656.39	\$ 40,423.39	\$ 48,545.14	\$ 59,142.60	\$ 69,185.67
	Activos fijos						
	Maquinarias	\$ 8,425.00	\$ 7,582.50	\$ 6,740.00	\$ 5,897.50	\$ 5,055.00	\$ 4,212.50
	Equipos de computación	\$ 1,650.00	\$ 1,100.00	\$ 550.00	\$ 493.33	\$ -56.67	\$ -606.67
	Muebles y enseres	\$ 1,773.00	\$ 1,595.70	\$ 1,418.40	\$ 1,241.10	\$ 1,063.80	\$ 886.50
	Activos intangibles	\$ 1,275.00	\$ 1,020.00	\$ 765.00	\$ 510.00	\$ 255.00	\$ -
Total Activos		\$ 24,077.53	\$ 44,954.59	\$ 49,896.79	\$ 56,687.08	\$ 65,459.74	\$ 73,678.01
	Pasivos						
	Pasivos a corto plazo						
	Préstamo bancario	\$ 2,465.51	\$ 2,778.20	\$ 3,130.55	\$ 3,527.58	\$ 3,974.96	
	Participación trab. Por pagar		\$ 6,323.04	\$ 6,230.54	\$ 6,632.41	\$ 7,226.70	\$ 8,033.70
	Impuesto a la Renta por pagar		\$ 8,957.65	\$ 8,826.60	\$ 9,395.91	\$ 10,237.82	\$ 11,381.08
	Pasivos a Largo plazo						
	Préstamo bancario	\$ 14,388.76	\$ 11,610.56	\$ 8,480.01	\$ 4,952.44	\$ -	\$ -
Total Pasivos		\$ 16,854.27	\$ 29,669.45	\$ 26,667.71	\$ 24,608.34	\$ 21,439.48	\$ 19,414.78
	Patrimonio						
	Capital accionario	\$ 7,223.26	\$ 7,223.26	\$ 7,223.26	\$ 7,223.26	\$ 7,223.26	\$ 7,223.26
	Utilidad del ejercicio		\$ 8,061.88	\$ 7,943.94	\$ 8,456.32	\$ 9,214.04	\$ 10,242.97
	Utilidades retenidas			\$ 8,061.88	\$ 16,005.82	\$ 24,462.15	\$ 33,676.19
Total Patrimonio		\$ 7,223.26	\$ 15,285.14	\$ 23,229.08	\$ 32,078.74	\$ 44,020.48	\$ 54,263.23
Total Pasivo y Patrimonio		\$ 24,077.53	\$ 44,954.59	\$ 49,896.79	\$ 56,687.08	\$ 65,459.74	\$ 73,678.01

Nota: Estado de Situación General del taller de moda y confección

iii. Estado de flujo de efectivo.

		ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
Fuente de uso de fondos		0	1	2	3	4	5	
Actividades de operación								
	Utilidad neta	\$ 26,872.94	\$ 26,479.81	\$ 28,187.74	\$ 30,713.47	\$ 34,143.24		
	Depreciación	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80	\$ 1,569.80		
	Amortización	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00	\$ 255.00		
	15% Participación de trabajadores	\$ 6,323.04	\$ -92.50	\$ 401.87	\$ 594.29	\$ 807.00		
	25% Impuesto a la Renta	\$ 8,957.65	\$ -131.04	\$ 569.31	\$ 841.91	\$ 1,143.26		
Total de actividades de operación		\$ 43,978.43	\$ 28,081.07	\$ 30,983.72	\$ 33,974.46	\$ 37,918.30		
Actividades de Inversión								
	Compra de activos fijos	-\$ 13,123.00			\$ 1,650.00			
	Venta de activos fijos							
Total de actividades de inversión		-\$ 13,123.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,650.00	\$ -	
Actividades de financiamiento								
	Financiamiento externo	\$ 16,854.27	-\$ 2,465.51	-\$ 2,778.20	-\$ 3,130.55	-\$ 3,527.58	-\$ 3,974.96	
	Financiamiento accionario	\$ 7,223.26						
	Pago a accionistas		-\$ 18,811.06	-\$ 18,535.87	-\$ 19,731.42	-\$ 21,499.43	-\$ 23,900.27	
Total de Actividades de Financiamiento		\$ 24,077.53	-\$ 21,276.57	-\$ 21,314.07	-\$ 22,861.97	-\$ 25,027.00	-\$ 27,875.23	
Fujo neto		\$ 10,954.53	\$ 22,701.86	\$ 6,767.00	\$ 8,121.75	\$ 10,597.46	\$ 10,043.07	

Nota: Estado de flujo de efectivo del taller de moda y confección.

g. Costo de oportunidad

A continuación, se detallan los datos para el cálculo del costo de Oportunidad. El valor obtenido servirá como dato para el cálculo del valor actual neto (VAN)

Tabla 67. Costo de Oportunidad

Ke	Costo de oportunidad de los accionistas
CAA	Capital aportado por los accionistas
D	Financiamiento Externo
Kd	Costo Financiero
T	Tasa efectiva de impuestos

Nota: Costo de Oportunidad del taller de moda y confección.

Para calcular el costo de oportunidad usaremos los siguientes valores reemplazando la siguiente fórmula: $((k_e * (CAA / (CAA + D))) + (K_d * (1 - T)) * (D / (CAA + D)))$

Tabla 68. Costo de oportunidad para el taller de moda y confección.

Ke	20%
CAA	\$6,992.67
D	\$16,316.22
Kd	12%
T	33.70%
WACC(CPP)	11.57%

Nota: Costo de oportunidad para el taller de moda y confección

Este cálculo fue realizado para una vez encontrado el costo de oportunidad, llevar a cabo el cálculo del VAN y el TIR para determinar la viabilidad del proyecto de la creación del taller de moda y confección de ropa.

Una vez realizado el cálculo del costo de oportunidad podemos notar que este dio como resultado un 11.57%.

h. Evaluación financiera

Tabla 69: Evaluación del Proyecto de Inversión

		0	1	2	3	4	5
FÓRMULAS APLICADAS	FLUJO PARA EVALUACIÓN	- \$23,308.89	\$6,687.59	\$5,698.13	\$6,297.68	\$9,001.18	\$8,905.90
$VP=VF/((1+I)^N)$	FLUJO ACTUALIZADO	- \$23,308.89	\$5,994.12	\$5,698.13	\$4,534.69	\$5,809.28	\$8,905.90
VAN = FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN INICIAL	VAN	\$7,633.22	VAN > 0 = PROYECTO FACTIBLE				
VAN = 0	TIR	16%	TIR > COSTO OPORTUNIDAD = PROYECTO FACTIBLE				

Nota: Evaluación del Proyecto de Inversión para el taller de moda y confección.

El cálculo del valor actual neto (VAN) sirve para determinar la viabilidad que tiene el proyecto de creación del taller de moda y confección. El resultado obtenido fue de \$7,633.22 lo cual muestra que es un proyecto rentable.

En cuanto a la tasa interna de retorno (TIR) muestra el rendimiento que se espera por parte de los accionistas para justificar el proyecto. Una vez realizados los cálculos, muestran un resultado positivo de 16% siendo este mayor que el costo de oportunidad que es de 11.57%, concluyendo así con la viabilidad del proyecto.

i. Periodo de recuperación de inversión

Para calcular el periodo de recuperación de la inversión (PIR), se consideran datos del financiamiento por parte de los accionistas, el pago a accionistas y el flujo de pago a accionistas acumulado. Se consideran periodos desde el año 0 que representa la inversión de financiamiento accionario, hasta el periodo del año 5 del proyecto de creación del taller de moda y confección de ropa.

Tabla 70: Periodo de recuperación de la inversión

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Financiamiento accionario	\$ 6,992.67					
Pago a accionistas		\$2,554.56	\$2,323.81	\$2,655.94	\$3,160.71	\$3,856.46
Flujo de Pago a accionistas acumulado		\$2,554.56	\$4,878.37	\$4,979.75	\$5,816.64	\$7,017.16
Periodo de recuperación de la inversión	1.65	Año				

Nota: Periodo de recuperación de la inversión

Mediante los resultados mostrados en la tabla podemos notar que el periodo de recuperación del proyecto está en el año cinco con 7,017.16, aunque este resultado sobrepasa el valor de la Inversión inicial. Para poder calcular el valor exacto de recuperación debemos realizar el cálculo, restando el flujo de caja del periodo del año 4 menos el valor de la inversión

inicial, dando un resultado de 3,831.96, este resultado muestra que después del año cuatro aún falta un saldo pendiente por recuperar en el año cinco. Este resultado debe dividirse sobre el valor del flujo del año 4, lo que da un resultado de 1.65 que representa el periodo necesario para recuperar o invertido por los accionistas. Multiplicamos este valor por doce para conocer los meses exactos en los que se recuperará la inversión, el cual nos da como resultado 19,8 que son diecinueve meses y ocho días, siendo 1 año, 7 meses y 8 días.

j. Punto de equilibrio anual

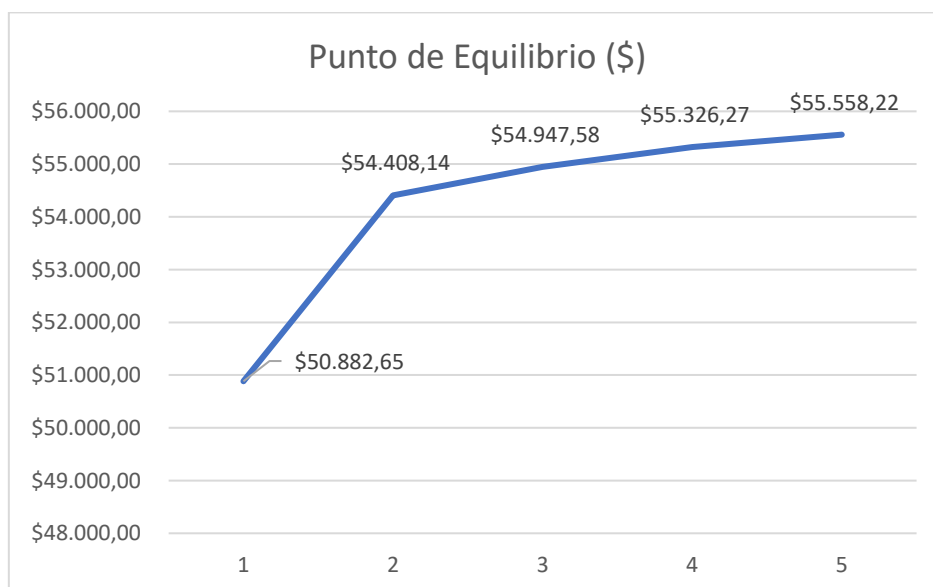
Tabla 71: Punto de equilibrio

	1	2	3	4	5
CF	\$ 23,880.33	\$ 25,647.42	\$ 26,021.19	\$ 26,400.71	\$ 26,786.07
GF	\$ 14,175.80	\$ 15,107.33	\$ 15,333.09	\$ 15,562.33	\$ 15,795.09
CV	\$ 27,671.05	\$ 28,097.19	\$ 28,529.88	\$ 28,969.24	\$ 29,415.37
IxV	\$ 109,770.63	\$ 111,966.05	\$ 115,325.03	\$ 119,938.03	\$ 125,934.93
MC%	75%	75%	75%	76%	77%
PE (\$)	\$ 50,882.65	\$ 54,408.14	\$ 54,947.58	\$ 55,326.27	\$ 55,558.22

Nota: Punto de equilibrio del taller de moda y confección en ingresos por ventas

Para el cálculo del punto de equilibrio se clasificaron las proyecciones correspondientes a Costos fijos, Costos variables y Gastos fijos del proyecto de creación del taller de moda y confección de ropa. Se fluctúan los ingresos por las cantidades de ventas proyectadas. Este cálculo ayuda a determinar el punto en el cual los ingresos y egresos del proyecto de emprendimiento se igualan, es decir, no existen ni pérdidas ni ganancias.

Figura 44: Punto de equilibrio del año 1 al 5



Nota: Punto de equilibrio del taller de moda y confección

Una vez realizados los cálculos correspondientes al punto de equilibrio de cada periodo proyectado podemos observar que el primer año se obtiene un punto de equilibrio de \$50,882,65 este punto representa la igualdad de los ingresos y egresos, indicando que después de este valor los resultados de valores obtenidos serán ganancias para el taller de moda y confección de ropa.

8. Conclusiones

La realización del estudio para la creación del proyecto de emprendimiento sirve de guía para la posterior creación del taller de moda y confección de ropa en la ciudad de Salinas, de esta manera se cumple con el objetivo del proyecto de titulación bajo la modalidad de emprendimiento.

- El desarrollo de la idea de negocio a través de la herramienta Canvas ha sido fundamental para visualizar la estructura de negocio del taller de moda y confección, los posteriores estudios fueron de soporte para realizar ajustes necesarios que ayudaron a mejorar la propuesta de valor y las diferentes áreas de este modelo.
- Se cumplió de manera satisfactoria con los objetivos propuestos en la investigación de mercado, mediante la realización de encuestas a la muestra del total de la población objetivo del emprendimiento y se pudo obtener información respecto a las necesidades y preferencias de prendas formales y casuales en la ciudad
- En el desarrollo del proyecto de emprendimiento se establecieron los procesos operativos del taller, tanto en el área administrativa como en la operativa, detallando las características de las maquinarias, equipos, muebles y enseres que garantizan la calidad y eficiencia del desarrollo de las actividades del taller de moda y confección de ropa, proyectando una buena imagen al público objetivo.
- La combinación del estudio de mercado, análisis del entorno y proyecciones de ingresos por ventas demuestran que existe demanda insatisfecha respecto a prendas de carácter formal y casual en la ciudad de Salinas, lo cual garantiza que el proyecto cuenta con sostenibilidad a largo plazo.
- La investigación ayudó a el desarrollo de las estrategias de marketing que pueden se enfocan en desarrollar un modelo de negocios solido mediante el cual se logran resultados positivos para el posicionamiento del taller de moda y confección de ropa ubicado en la ciudad de Salinas.
- El análisis financiero demostró que el proyecto del taller de moda y confección de ropa es financieramente viable, su elaboración ayudó a determinar la rentabilidad y viabilidad que tiene el proyecto para ser ejecutado de manera satisfactoria.

9. Recomendaciones

Se consideran las siguientes recomendaciones:

- Tomar en consideración medidas respecto a los aspectos externos que pueden afectar el desarrollo de las actividades en la creación del taller de moda y confección de ropa.
- Monitorear constantemente los cambios que pueden presentarse en el mercado de la moda de prendas formales y casuales, para en base a aquello poder identificar nuevas tendencias a nuestro favor, al igual que esto permite ajustar las estrategias de marketing para conservar y mejorar el posicionamiento.
- Considerar los resultados de las encuestas con las respuestas del público objetivo, mismas que permitirán tomar decisiones precisas al ofertar los productos cumpliendo con las necesidades y preferencias del consumidor.
- Realizar seguimiento a los procesos operativos con el fin de determinar el correcto manejo de recursos y tiempos necesarios en el proceso de producción del negocio.
- Invertir en nueva tecnología a medida que el negocio aumente sus niveles de producción, esto ayuda a que el taller de moda y confección pueda optimizar sus procesos y mejorar su eficiencia.
- Llevar una correcta documentación en el manejo del área legal y constitucional del emprendimiento.
- Considerar los resultados positivos en el análisis financiero para el correcto uso de los presupuestos asignados al emprendimiento.
- Considerar la expansión del taller a través de desarrollo de canales de distribución como tiendas online y opciones de venta al mayoreo, acciones que permitirán al taller llegar a un público más amplio y mejorar sus niveles de ventas.

10. Anexos

a. Encuesta

Instrumento de recolección de datos para el estudio de mercado, realizada a través de la herramienta Forms.

CREACIÓN DE UN TALLER DE MODA Y CONFECCIÓN DE ROPA EN LA CIUDAD DE SALINAS

Título de la encuesta: Necesidades y preferencias de consumo de prendas formales y casuales.

Hola. Este cuestionario es dirigido al público con el fin de conocer de manera precisa las necesidades y preferencias que tiene el consumidor de prendas formales y casuales en la Ciudad de Salinas Ecuador. Por lo cual la información proporcionada será de ayuda para este estudio. Gracias por su tiempo y ayuda respondiendo esta encuesta.

1. ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino

2. ¿Dentro de que rango de edad se encuentra usted?
 - 15-20
 - 21-25
 - 26-35
 - 36-45
 - 46 en adelante

3. ¿Usted adquiere de manera frecuente prendas de carácter formal y/o casual?
 - Si
 - No

4. ¿Cuál es su nivel de interés referente a prendas formales?
 - Muy interesado
 - Interesado
 - Algo interesado
 - Poco interesado

5. ¿Cuál es su nivel de interés referente a prendas casuales?

- Muy interesado
 - Interesado
 - Algo interesado
 - Poco interesado
6. Nivel de ingresos que percibe de acuerdo con su nivel socioeconómico.
- Ingresos muy bajos (\$0-\$250)
 - Ingresos bajos (\$251-\$450)
 - Ingresos medios (\$451-\$950)
 - Ingresos altos (\$950 o más)
7. ¿Cuáles son las razones de compra o uso de prendas FORMALES? (puede escoger más de una opción)
- Estudios
 - Trabajo
 - Eventos formales
 - Fechas especiales
 - Uso diario
 - Otra...
8. ¿Cuáles son las razones de compra o uso de prendas CASUALES? (puede escoger más de una opción)
- Estudios
 - Trabajo
 - Eventos formales
 - Fechas especiales
 - Uso diario
 - Otra...
9. ¿Cuál es su frecuencia de consumo de prendas FORMALES?
- Mensualmente
 - Trimestralmente
 - Semestralmente
 - Anualmente

10. ¿Cuál es su frecuencia de consumo de prendas CASUALES?

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

11. ¿Cuál de las siguientes opciones es el principal factor que usted considera para adquirir una prenda FORMAL?

- Economía (Precio)
- Marca
- Calidad
- Atención y servicio
- Personalización (prendas a la medida)
- Diseños modernos

12. ¿Cuál de las siguientes opciones es el principal factor que usted considera para adquirir una prenda CASUAL?

- Economía (Precio)
- Marca
- Calidad
- Atención y servicio
- Personalización (prendas a la medida)
- Diseños modernos

13. ¿Cuál es su preferencia de compra al momento de adquirir prendas formales?

- Prendas confeccionadas a la medida
- Prendas terminadas por tallas específicas

14. ¿Actualmente dónde adquiere usted sus prendas formales o casuales?

- Talleres de confección de ropa formales dentro de la ciudad
- Tiendas o almacenes de venta de ropa formales dentro de la ciudad
- Tiendas online
- Negocios fuera de la ciudad
- Otras (especifique)

15. ¿Qué prendas son las que más utiliza o adquiere con mayor frecuencia? (una o varias opciones)

- Levas, chalecos, sacos, blazers
- Blusas, camisas, camisetas
- Pantalones
- Faldas
- Vestidos
- Corbatas, lazos, pañoletas
- Otro (Especifique)

16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por prenda confeccionada, seleccione el valor según la prenda seleccionada?

- Levas, chalecos, sacos, blazers
- Blusas, camisas, camisetas
- Pantalones
- Faldas
- Vestidos
- Corbatas, lazos, pañoletas
- Gorros de uniforme, accesorios

Pregunta de ranking

Alternativas

1. \$5 a \$20
2. \$21 a \$35
3. \$36 a \$50
4. \$51 a \$65
5. >\$65

17. ¿Considera usted importante la atención personalizada al momento de adquirir prendas de vestir?

- Si
- No
- Tal vez

18. ¿Qué servicios le gustaría que se ofrecieran en el taller de moda y confección?
(Pregunta de ranking, califique del 1 al 5, según el grado de importancia siendo 5 la mayor calificación)
- Toma de medidas
 - Arreglos y modificaciones
 - Planchado
 - Asesoría de imagen
 - Otro (especifique)
19. ¿Por qué medio le resulta más accesible realizar la compra de prendas de vestir?
- Medios digitales, redes sociales
 - De manera física, en el taller o tienda de ropa
20. ¿Cuál es su preferencia al momento de realizar un pago?
- Efectivo
 - Transferencias bancarias
 - Tarjeta de crédito
 - Otro (Indique cuál)
21. ¿Cuál es el medio publicitario al cual usted accede y por el que le gustaría informarse sobre nuestras prendas?
- Volantes
 - Carteles
 - Redes sociales
 - Página web del negocio
 - Otra (Especifique)
22. ¿Cuál es la red social que utiliza con mayor frecuencia al momento de buscar prendas de vestir?
- Instagram
 - WhatsApp
 - Facebook
 - Tiktok
 - Otra (Especifique)

23. ¿En general, está satisfecho con la calidad de la ropa formal y casual que encuentra en Salinas?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

Bibliografía

- AITE. (2023). Obtenido de <https://www.aite.com.ec/industria.html>
- AITE, 2. (19 de Julio de 2024). *Industria Textil en Ecuador: Cifras 2024*. Obtenido de Alexa Tejidos: <https://alexatejidos.com.ec/industria-textil-en-ecuador-cifras-2024/>
- BCE. (2023). *La economía Ecuatoriana registró un crecimiento interanual de 3,3% en el segundo semestre de 2023*. Ecuador: Banco Central del Ecuador. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-3-3-en-el-segundo-trimestre-de-2023#:~:text=BCE-,La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20registr%C3%B3%20un%20crecimiento%20interanual%20de%203%2C3>
- Bravo Donoso, D. N., & Caiza Changoluisa, G. A. (2022). Revisión de la Economía Circular como Modelo Económico del Sector Textil en Ecuador. *REVISTA INGENIO*, 14-23. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/INGENIO/article/view/4231/5071>
- Campines Barría, F. J. (2024). ELEMENTOS DEL MARKETING MIX Y SUS CARACTERÍSTICAS EN BENEFICIO DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES. *Ciencia Latina Internacional*, 1323-1337. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9430058.pdf>
- Chang PARRALES, M. E. (2015). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA*. Riobamba-Ecuador: Escuela Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/6399>
- ECUADOR, B. C. (2020). *BCE*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1353-el-533-de-la-producci%C3%B3n-nacional-se-genera-en-guayas-y-pichincha>
- Gob.ec. (2024). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Ecuador. Obtenido de SCVS: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- INEC, I. N. (2022). *Resultados Principales SANTA ELENA*. Ecuador: Censo 2022. Obtenido de https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Info_Santa_Elena.pdf
- Loor Solorzano, C. P. (2019). *CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y*. La Libertad-Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5168>
- Ortíz, J. C., & Cerón, J. S. (2023). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE*. Antonio José Camacho. Colombia: Institución Universitaria. Obtenido

de <https://repositorio.uniajc.edu.co/server/api/core/bitstreams/477480b9-5b7c-492f-ad3a-ce6b905f5247/content>

Pacheco, A. (27 de Febrero de 2024). *Investora Foundation*. Obtenido de <https://investoria.org/economia-circular-y-la-industria-textil-en-el-ecuador/>

Quiñónez Meza, L. A. (2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA*. Ecuador: Pontifica Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5c86c46e-2b76-4a27-a6b0-0c8303811d91/content>

Villón Ochoa , C. E. (2024). *ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA BOUTIQUE DE ROPA*. UPSE. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12594>

Vizueta Tomalá, V. H. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *Dialnet*, 122-132. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878938>

Yépez Galarza, G. D., Quimis Izquierdo, N. C., & Suma Bustamante, R. Y. (2021). *El marketing mix como estrategia de posicionamiento de las MYPIMES ecuatorianas*. Ecuador: Polo del Conocimiento. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926929>

Zambrano, F. G., Berzosa, J. O., Romero, W. E., & Mora, N. V. (2020). Implementación de un modelo de Gestión para empresas textiles artesanales. *Digital Publisher CEIT*, 229-241. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897666>