

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA:

***“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DE CONFECCIÓN DE ROPA DE DAMAS PARA GENERAR FUENTES DE
EMPLEO EN FLOR DE BASTIÓN, BLOQUE 8 EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL.”***

TUTORA:

- **ECON. MÓNICA JACKELINE LEORO LLERENA**

AUTORA:

- **INGRID MERCEDES OLEAS RIVAS**

GUAYAQUIL–ECUADOR

2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

INGRID MERCEDES OLEAS RIVAS

SE DECLARA QUE:

El proyecto de grado denominado **“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DE DAMAS PARA GENERAR FUENTES DE EMPLEO EN FLOR DE BASTIÓN, BLOQUE 8 EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Guayaquil, 2 de julio del 2013

Ingrid Oleas Rivas
C.I. 0923108955

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios que me ha permitido culminar este trabajo de investigación. Y darme la fortaleza necesaria para no desfallecer en los momentos, en que me sentí desorientada.

A mi familia por sus oraciones y estar siempre conmigo a cada instante, gracias a su amor, apoyo y confianza en cada una de las decisiones que he tomado, especialmente a mi madre el motor de mi existencia.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser mi primordial protección y fuente de inspiración, solo Tú conoces cuáles fueron mis preocupaciones y con amor infinito has dado fuerza y sabiduría para salir adelante.

A mis padres y mis hermanas, porque de ellas he recibido el apoyo, pues hicieron todo cuanto estuvo a su alcance, siempre preocupándose por mi bienestar para hacer realidad el sueño de todas.

Dedico la presente como agradecimiento al apoyo brindado durante estos años de estudio a todos los docentes de la Facultad de Economía de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil; y como un reconocimiento de gratitud al haber finalizado este trabajo a la Economista Mónica Leoro por ser un pilar fundamental en el desarrollo del presente proyecto, gracias por su guía, entereza y amistad.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1 Tema.	1
1.2 Diagnóstico.	1
1.3 Definición del problema de investigación.	6
1.3.1 Formulación del Problema.	8
1.4 Justificación	9
1.5 Objetivos:	10
1.5.1 Objetivo General.	10
1.5.2 Objetivos Específicos	11
1.6 Intencionalidad de la investigación.	11

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Estado del Conocimiento	13
2.1.1 El Enfoque sobre la Microempresa de la OIT y el PREALC.	13
2.1.2 Conferencias del Enfoque de Género y Desarrollo.	15
2.1.2.1 Esferas de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Beijing, año 1995.	16
2.1.2.2 Novena Conferencia Regional sobre la Mujer en México 2004.	18
2.1.2.3 Cuarta Cumbre de las Américas, Declaración de Mar del Plata, Argentina, 2005.	20
2.1.2.4 Décima Conferencia Regional sobre la Mujer en Quito, Ecuador, 2007.	22
2.1.3 Banco Interamericano de Desarrollo. (BID)	25

2.1.3.1	Estrategia para el desarrollo de la microempresa.	25
2.1.3.2	Oportunidades para la Mayoría.	26
2.1.4	Sector textil y confecciones de Brasil.	27
2.1.5	Sector textil y confecciones de Argentina.	28
2.1.6	Sector textil y confecciones de Bolivia	30
2.1.7	Sector textil y confecciones de Colombia	30
2.1.8	Sector textil y confecciones de Perú.	33
2.1.9	Sector textil y confecciones de Ecuador.	34
2.1.10	Informe sobre Microfinanzas del Banco Interamericano de Desarrollo sobre Ecuador.	38
2.1.11	Proyecto SALTO.	40
2.1.12	Importancia de la MIPYME en la economía de la región.	45
2.2	Fundamentación Teórica	47
2.2.1	Marco Teórico.	47
2.2.1.1	Aportes Teóricos sobre Emprendimiento y creación de empresas.	47
2.2.1.2	Teoría del Desarrollo Económico de Schumpeter.	50
2.2.1.3	Innovación y Espíritu Emprendedor.	53
2.2.1.4	Modelo de Timmons para emprender.	56
2.2.1.5	Libertad y Desarrollo	59
2.2.1.6	Estrategia.	61
2.2.1.7	Planificación estratégica.	64
2.2.1.8	Modelo De Las 5 Fuerzas De Porter	67
2.2.2	Marco Legal.	70
2.2.2.1	Código del Trabajo.	70
2.2.2.2	Ley de Seguridad Social.	71
2.2.2.3	Constitución del Ecuador.	72
2.2.2.4	Ley De Creación, Promoción Y Fomento De Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas.	74
2.2.2.5	Normas Generales para la aplicación de la Ley General del Sistema Financiero.	76

2.3 Hipótesis.	79
2.4 Variables.	79
2.4.1 Variable Independiente.	79
2.4.2 Variable Dependiente	79
2.5 Indicadores.	80

CAPÍTULO III

3. Metodología

3.1 Universo Muestral	81
3.1.1 Universo.	91
3.1.2 Muestra.	82
3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos	84
3.2.1 La Encuesta.	84
3.2.2 El Fichaje.	85
3.2.3 Análisis Documental	85
3.3 Aplicación de Instrumentos.	86
3.3.1 Aplicación de Encuestas.	86
3.3.1.1 Análisis de la Demanda.	86
3.3.1.2 Análisis Socioeconómico.	90
3.3.2 Aplicación de la Técnica del Fichaje.	93
3.3.2.1 Análisis para la obtención de un microcrédito.	93
3.3.2.2 Requisitos Legales para la Constitución de Una Microempresa.	105
3.4 Presentación de Resultados	116
3.4.1 Tabulación de la encuesta aplicada para analizar la demanda.	116
3.4.2 Tabulación de la encuesta aplicada para analizar la situación socioeconómica del Bloque 8, Flor de Bastión.	136
3.5 Recursos: Instrumentales, Cronogramas, Presupuesto.	161

3.5.1 Recursos Instrumentales.	161
3.5.1.1 Recursos Fungibles	161
3.1.5.2 Recursos Permanentes	161
3.5.2 Cronograma de Actividades.	162
3.5.3 Presupuesto.	163

CAPÍTULO IV

4. Informe Técnico Final

4.1 Propuesta.	166
4.1.1 Desarrollo de la Microempresa.	167
4.2 Objetivos de la propuesta	167
4.2.1 Objetivo General	167
4.2.2 Objetivos Específicos.	167
4.3 Generalidades de las Asociaciones.	167
4.3.1 Creación de Corporaciones.	168
4.3.2 Clases de Corporaciones.	169
4.3.3 Requisitos para aprobar una Asociación.	169
4.3.4 Estatutos y su aprobación.	170
4.3.5 Directiva de una Asociación.	171
4.3.6 Ingreso y Salida de Miembros y Cambio de Directiva de una Asociación.	172
4.4 Capacitación	173
4.4.1 Datos de la Capacitación.	173
4.4.2 Contenido de la Capacitación.	173
4.4.3 Presupuesto de la Capacitación.	175
4.5 Descripción del Procedimiento.	175
4.5.1 Matriz de Estrategias FODA.	176
4.5.2 Descripción Institucional.	177
4.6 Localización y Distribución de la Microempresa De Confecciones. . .	181
4.7 Estrategia Empresarial.	183

...	
4.7.1 Definición del Producto.	183
4.7.2 Estrategia de Proceso de Producción.	184
4.7.3 Estrategia de Publicidad.	185
4.7.4 Estrategia para la Distribución.	186
4.7.5 Estrategias Corporativas.	187
4.7.5.1 Estrategia de Desarrollo.	187
4.7.5.2 Estrategia de Crecimiento.	188
4.8 Presupuesto para implementación del proyecto	188
4.8.1 Detalle de la Inversión.	189
4.8.2 Costos e Ingresos de Producción.	193
4.9 Viabilidad o Factibilidad del Proyecto.	195
4.9.1 Estado de Situación Inicial	195
4.9.2 Estado de Resultados.	197
4.9.3 Flujo de Caja.	198
4.9.4 Análisis del TIR, VAN Y PRI.	199
4.9.5 Punto de Equilibrio.	200

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones.	203
5.2 Recomendaciones.	204

6. Bibliografía.

7. Anexos.

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº	Tema	Página
1	Mapa de la Ciudad de Guayaquil.	1
2	Mapa de la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8.	4
3	Empresas y su Participación en la Generación de Empleo.	41
4	Porcentajes de empresas por Tamaño en América Latina.	45
5	Modelo de Timmons.	57
6	Elementos de la Estructura de la Industria.	68
7	Ubicación Parque California 2.	86
8	Ubicación Terminal Terrestre de Guayaquil.	87
9	Distribución de la Microempresa De Confecciones Flor.	181

ÍNDICE DE TABLAS

N	Tema	
1	Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores.	80
2	Población Económicamente Activa de Flor de Bastión, bloque 8. . .	82
	Listado De Entidades Privadas Que Conforman El Sistema	
3	Financiero Ecuatoriano.	94
	Listado De Entidades Financieras Públicas Que Conforman El	
4	Sistema Financiero Ecuatoriano.	95
	Listado De Cooperativas de Ahorro y Créditos Que Conforman El	
5	Sistema Financiero Ecuatoriano.	95
	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	
6	microcrédito Banco Pichincha.	97
	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	
7	microcrédito Banco D-Miro.	99
8	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	100

	microcrédito Corporación Financiera Nacional.	
	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	
9	microcrédito Banco Coopnacional.	101
	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	
10	microcrédito Banco Solidario.	103
	Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un	
11	microcrédito Cooperativa Oscus.	104
12	Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes.	106
	Requisitos para la Inscripción del Trabajador con Relación de	
13	Dependencia.	108
14	Requisitos para obtener el Registro Único de Proveedores.	110
15	Requisitos para obtener el Certificado de Seguridad.	111
16	Requisitos para obtener la Patente.	113
17	Requisitos para la Creación de la Microempresa.	115
18	Sector de Residencia de los Encuestados.	117
19	Edad de los Encuestados.	118
20	Principal Ocupación de los Encuestados.	120
21	Frecuencia de adquisición de prendas.	122
22	Cantidad de prendas de Vestir.	123
23	Lugar de adquisición de las prendas de vestir.	125
24	Nueva Microempresa de Confecciones.	126
25	Promedio de compra mensualmente.	128
26	Nivel de Ingresos.	129
27	Tipo de Ropa.	130
28	Tipo de Tejidos.	131
29	Colores que prefiere al comprar una prenda.	132
30	Aspectos que valora al comprar una prenda.	133
31	Medio de publicidad preferido.	134
32	Edad de las Encuestadas en Flor de Bastón, Bloque 8.	137
33	Estado Civil.	138
34	Número de Integrantes de la Familia.	139

35	Nivel de Instrucción Educativa.	140
36	Integrantes de la familia que buscan empleo.	142
37	Propiedad de la vivienda.	143
38	Posee energía Eléctrica.	144
39	Posee Red de Agua.	145
40	Existen suficientes establecimientos educativos.	146
41	Existen suficientes unidades médicas.	148
42	Principales problemas sociales.	149
43	Posee Trabajo Estable.	151
44	Situación Económica de la Familia.	152
45	Ingreso Promedio Mensual Familiar.	154
46	Cuidado de sus hijos.	155
47	Le gustaría formar parte de una microempresa.	156
48	Habilidades que posee.	158
49	Existen Proyectos Microempresariales.	159
	Presupuesto Detallado de los Gastos Generados en Recursos	
50	Fungibles.	163
	Presupuesto Detallado de los Gastos Generados en Recursos	
51	Permanentes.	164
	Presupuesto General de los Gastos Generados para la Realización	
52	del Proyecto.	165
53	Presupuesto de Capacitación.	175
54	Matriz FODA.	176
55	Total de Inversión.	189
56	Detalle Activos Fijos.	191
57	Gastos Fijos de Producción.	192
58	Costos Variables de Producción.	193
59	Depreciación Lineal de Activos Fijos.	194
60	Amortización de Activo Diferido.	194
61	Ingresos por Ventas.	195
62	Estado de Situación Inicial.	196

63	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.	197
64	Flujo de Efectivo.	198
65	Análisis del VAN, TIR, PRI.	199
66	Datos Iniciales del Punto de Equilibrio.	202
67	Datos para el Gráfico del Punto de Equilibrio.	202
68	Gráfico del Punto de Equilibrio.	202

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N	Tema	
1	Sector de Residencia de los Encuestados.	118
2	Edad de los Encuestados.	119
3	Principal Ocupación de los Encuestados.	121
4	Frecuencia de adquisición de prendas.	122
5	Cantidad de prendas de Vestir.	124
6	Lugar de adquisición de las prendas de vestir.	125
7	Nueva Microempresa de Confecciones.	127
8	Promedio de compra mensualmente.	128
9	Nivel de Ingresos.	129
10	Tipo de Ropa.	130
11	Tipo de Tejidos.	132
12	Colores que prefiere al comprar una prenda.	133
13	Aspectos que valora al comprar una prenda.	134
14	Medio de Publicidad preferido.	135
15	Edad de las Encuestadas en Flor de Bastón, Bloque 8.	137
16	Estado Civil.	139
17	Número de Integrantes de la Familia.	140
18	Nivel de Instrucción Educativa.	141
19	Integrantes de la familia que buscan empleo.	142
20	Propiedad de la vivienda.	143

21	Posee energía Eléctrica.	144
22	Posee Red de Agua.	145
23	Existen suficientes establecimientos educativos.	147
24	Existen suficientes unidades médicas.	148
25	Principales problemas sociales.	150
26	Posee Trabajo Estable.	151
27	Situación Económica de la Familia.	153
28	Ingreso Promedio Mensual Familiar.	154
29	Cuidado de sus hijos.	156
30	Le gustaría formar parte de una microempresa.	157
31	Habilidades que posee.	158
32	Existen Proyectos Microempresariales.	160
33	Logo de la Microempresa.	179
34	Estructura Organizacional de la Microempresa.	180
35	Cadena de Valor del Proceso de Producción.	185

RESUMEN

En la actualidad el sector de las confecciones en el mundo se destaca una gran importancia puesto que contribuye a la generación de empleos e ingresos, lo cual lo hace altamente atractivo para las inversiones y los proyectos en los que se aporta a promover la microempresa y a disminuir el desempleo.

El proyecto crea un efecto multiplicador a favor de la sociedad ya que genera un círculo virtuoso, al estimular la generación de empleos, incrementa el ingreso de las familias, estimula el consumo.

El objetivo de la presente investigación es realizar un estudio de la estrategia para la conformación de una microempresa de confección de ropa para mujer en la cooperativa Flor de Bastión, bloque 8; varias y minuciosas investigaciones y cálculos se realizaron para definir el monto de la inversión que se necesitará para realizar este proyecto, la descripción del proceso productivo hasta llegar a la distribución de nuestro producto; analizando las estrategias de distribución. Al cual se ha procedido a segmentarlo en capítulos para su mejor comprensión.

El capítulo I tratará acerca del planteamiento del problema, justificación e importancia, introducción, objetivos generales y específicos de la investigación para “Estrategia para la conformación de una microempresa de confección de ropa de damas para generar fuentes de empleo en Flor de bastión, bloque 8 en la ciudad de Guayaquil”.

El capítulo II, se refiere al Estado del Arte, donde se ha recopilado trabajos realizados en diversos países, que están relacionados con nuestro tema, y su correspondiente análisis y el Marco Teórico en el que se destaca la fundamentación teórica, la base legal en el que se ampara el desarrollo del trabajo.

El capítulo III se hace un enfoque descriptivo de la metodología e investigación, instrumentos de recolección de datos, procesamiento y análisis de la información. Se determinó el tamaño de la muestra de las Mujeres de la Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, quienes son el objeto del estudio socioeconómico mediante la aplicación de la encuesta, además se realizó un análisis de los clientes viables, sus gustos y preferencias, los medios de publicidad y lugares de compra más concurridos.

En el Capítulo IV Se determinó la inversión necesaria y la evaluación financiera, que es una de las partes más importantes para el desarrollo y ejecución del proyecto, permitiendo determinar, si la inversión es factible o no.

Posteriormente luego de haber realizado el estudio del proyecto en el Capítulo V se llegan a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones generales del proyecto en base a los resultados obtenidos.

El presente proyecto realizado, a más de ser viable y rentable, constituye un nuevo beneficio de ingresos y de empleo; aportando de esta manera a disminuir en parte la tasa de desempleo y generar beneficios económicos.

CAPÍTULO I

1.1 TEMA:

ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA DE DAMAS PARA GENERAR FUENTES DE EMPLEO EN FLOR DE BASTIÓN, BLOQUE 8 EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

1.2 Diagnóstico

La ciudad de Guayaquil, oficialmente denominada Santiago de Guayaquil, es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador. El área urbana de Guayaquil se alinea entre las ciudades más grandes de América Latina. Es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, político, cultural, y de entretenimiento. La ciudad es la cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia del Guayas.

Figura N° 1

Mapa de la Ciudad de Guayaquil



Fuente: Google Maps

Localizada en la costa del Pacífico en la Región Litoral de Ecuador, el este de la ciudad está a orillas del Río Guayas, a unos 20 kilómetros de su desembocadura en el Océano Pacífico. Está rodeada por el Estero Salado en su parte suroccidental y el inicio de la cordillera Chongón-Colonche en el noroeste. La ciudad se divide en 16 parroquias urbanas, aunque dentro de una nueva administración municipal, su organización consiste de 74 sectores. Es la ciudad con mayor densidad de población en el Ecuador, con un total de 2'350.915 habitantes de los cuales 1'192.694 corresponde a mujeres, representando un 50,73% y 1'158.221 de habitantes hombres, representando el 49,26%, según el último censo el 28 de noviembre del 2010 en la que incluye la población urbana de Guayaquil, la población urbana de Durán y la parroquia samborondeña de La Puntilla (*excluyendo la parroquia dauleña de La Aurora*). Actualmente la ciudad de Guayaquil tiene una población flotante con la que alcanza los 2.634.016 dentro de su área metropolitana de habitantes, teniendo en cuenta una tasa anual promedio de crecimiento poblacional de 2,70%.¹

Santiago de Guayaquil se destaca entre las ciudades ecuatorianas por su elevado uso de tránsito masivo, y por su densidad total y la diversidad de su población debido a la migración de habitantes que salen del campo buscando mejorar su vida, muchos vienen a la ciudad, provenientes de Manabí, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar, Imbabura, Esmeraldas, Los Ríos, El Oro y otros sitios del país en busca de mejores oportunidades y un trabajo seguro.

Además, por su posición de centro comercial, se ha denominado a la ciudad como la "*capital económica del país*" esto es debido a la cantidad de empresas, fábricas, y locales comerciales que existen en toda la ciudad. Otro apodo muy común entre la población es el de "*La Perla del Pacífico*".²

¹ Instituto Nacional De Estadística Y Censos, VII Censo de Población y VI de Vivienda, realizado el 28 de noviembre del 2010

² Municipalidad de Guayaquil. <http://www.guayaquil.gob.ec/la-ciudad>, 2012

La actividad comercial y los beneficios que brindan se ven también a nivel corporativo, las oportunidades del sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ambiental y social han ido en aumento, convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo para hacer emprendimientos de negocios en el Ecuador.

Los principales ingresos de los guayaquileños son el comercio formal e informal, los negocios, la agricultura y la acuicultura; el comercio de la gran mayoría de la población consta de pymes y microempresas, sumándose de forma importante la economía informal que da ocupación a miles de guayaquileños³

Flor de Bastión está ubicado en el norte de la ciudad en el Km. 14 ½ de la Vía Daule, de la parroquia Tarqui del cantón de Guayaquil, es un sector que se inició en el año 1985, como resultado de las invasiones producidas por la migración de familias procedentes de diferentes partes de la Provincia del Guayas y de otras provincias como Manabí, Esmeraldas y Los Ríos. Está limitada al este por la Vía Perimetral, una autopista con movimiento de multitud de camiones con carga pesada y tiene básicamente una avenida de acceso que la atraviesa por su parte central. En el extremo noroeste de Flor del Bastión está ubicado el Relleno Sanitario de Las Iguanas. Cuenta con más de 1.200 hectáreas, reúne 21 bloques o barrios, cuya principal vía de acceso al sector es la vía Daule entrando por las Iguanas, tiene una geografía irregular, llena de lomas y llanos que se alternan, en verano hace mucho frío y en invierno es casi imposible transitar por la cantidad de lodo.

³ Guayaquil y como el mercado siempre aparece: El retorno de los 'informales', Diario Expreso, 9 de julio de 2007

Figura N° 2

Mapa de la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8



Fuente: Google Maps

Dentro de este contexto, Guayaquil cuenta con una heterogeneidad en la concepción de su arquitectura, puede decirse que el propio desorden urbano viene a conectarse con la presencia de las oleadas migratorias que ha tenido. Quienes viven en este sitio provienen mayoritariamente de zonas rurales en busca de nuevas oportunidades.

Esta es una zona donde sus pobladores no cuentan con los servicios básicos fundamentales. Específicamente en el alcantarillado y en la ineficacia de la recolección de basura que solo pasa por las calles principales y son vertidas en los alrededores.

El Bloque 8 es un barrio urbano marginal que está conformada por 4.503 personas, de las cuales el 51,52% son hombres y el 48,48% son mujeres pero desconocidos por muchos habitantes de nuestra ciudad, quienes para obtener su fuente de ingreso se dedican mayoritariamente al comercio al por mayor y menor en un 25,28% de su población, seguido de trabajos de construcción con un 15,71%, las industrias manufactureras en un 11,95%, confeccionando prendas de vestir realizando productos alimenticios como preparaciones y posterior comercialización de tortas, helados, chocolates, esta actividad la han aprendido debido a que han sido contratados por empresas dedicadas a este rubro y al ser contratos temporales, una vez finalizado, cuentan con el conocimiento elemental para poder seguir realizándolo; carecen de local, tienen limitados sus insumos y distribuyen sus productos a despensas cercanas. Otras familias se dedican al reciclaje de plásticos, cartones, vidrios, entre otros, y con dicha actividad crean un fondo común que luego se distribuye equitativamente entre el grupo.

Además existe un grupo de personas que poseen muchas habilidades y creatividad especialmente en la confección de ropa, son personas que en un 33,31% solo cuentan con estudios primarios, el 29,58% han terminado sus estudios secundarios, y un porcentaje mínimo de 3,39% tiene un nivel superior de estudios, pero su talento humano les permite dedicarse a la confección de prendas de vestir: deportiva, playera, formal, informal. Dentro de las 1.660 personas que se encuentran en la población económicamente activa, 1.515 se encuentran ocupados, siendo oficiales, operarios y artesanos con un 21,19%, trabajadores de servicios y vendedores representados por un 22,77%, en ocupaciones elementales el 29,37%. En la condición de cesantes están 18 personas y 127 son nuevos trabajadores. Las personas que se desempeñan en el área de confecciones están contratados bajo la modalidad a destajo, en esta última el trabajo se realiza por piezas y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor, situación que desean abandonar para invertir toda su fuerza laboral en una actividad propia, podría ser en una empresa familiar.

La necesidad de abastecer a los grandes mercados y el crecimiento de las cadenas de tiendas y almacenes que venden productos de moda han obligado a los grupos de comercialización a comprar las mercancías de forma centralizada. La compra de una cantidad elevada de productos similares posibilita precios muy competitivos.

Las grandes compañías y almacenes controlan todo el proceso, desde el concepto textil y de diseño hasta la fabricación y la comercialización, para asegurarse de que se mantenga la calidad, los costos permanezcan dentro del presupuesto y la mercancía esté disponible en todas sus tiendas.

El talento humano en nuestro país es considerado todavía en las empresas como propiedad suya y no como ente generador y principal factor dentro de la misma para producir. El talento humano en la actualidad es escaso para ciertos tipos de trabajo, ya que, no todo el mundo posee las mismas habilidades, conocimientos, experiencia o motivación. El talento humano es fundamental para el buen funcionamiento de una empresa, ya que una buena o mala gestión en esta área repercutirá en los otros dos pilares de la organización: los recursos técnicos y materiales. Por ello, el talento humano es indispensable para cualquier grupo social, ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

1.3 Definición del Problema

Las características de las familias que habitan en bloque 8 de Flor de Bastión son las siguientes en su gran mayoría practican la religión católica aunque existe también un número considerable de evangélicos; desde el punto de vista de la educación, hay dos Centros Educativos, Gral. Alfredo Molina Arroyo y Lucila Araujo que alberga estudiantes desde Primer hasta Décimo Año de Educación Básica.

Los avances que experimenta esta localidad además de la instalación de agua potable, la construcción de letrinas sanitarias, guardería, existe un subcentro de salud, farmacia, pequeños negocios y la tienda comunitaria, forman parte de instituciones y Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) que han trabajado en la zona, entre las instituciones y ONG's se pueden mencionar al Children International, Misión Alianza de Noruega, Fundacion Cariño, Misión Solidaria Manuela Espejo.

Desde hace algún tiempo se ha podido observar que varias personas están o han sido contratadas para la confección de ropa ya sea esta deportiva, playera, formal, informal, actividad que han aprendido de forma tradicional, es decir que algún miembro mayor de su familia ha traspasado su conocimiento, o han adquirido el conocimiento mediante el desarrollo de destrezas adquiridas a través de la práctica, la fuerza laboral tiene escasa calificación ya que no han realizado estudios, cursos, o talleres de confección.

Este tipo de talleres de confección ha cobrado una mayor relevancia debido a los cambios que se han producido en el proceso productivo del sector. En tal sentido, el modelo productivo ha cambiado drásticamente en los últimos tanto a nivel mundial como local. Las empresas tienden a concentrar sus actividades en las áreas de marca, imagen, diseño, marketing y comercialización, subcontratando la mayor parte de la producción en talleres o mediante costureras que son intermediarios fuera de la empresa. A su vez, el taller intermediario subcontrata a otros talleres y/o trabajadores a domicilio para realizar esas tareas. Por otro lado los talleres más pequeños también requieren a veces de subcontratación de trabajadores a domicilio. Al final de toda la cadena, el taller intermediario es el responsable último de entregar las prendas encargadas a la empresa dadora de trabajo.

De esta situación se benefician los almacenes, debido a que las personas no tienen el conocimiento de métodos o estrategias que les permitan calcular cuál es la remuneración acorde al trabajo que realizan y al tiempo invertido.

En aspectos laborales, es frecuente el trabajo informal, asistentes domésticas en las mujeres, mientras que los hombres carecen de seguridad social y sus contratos son temporales o, en muchas ocasiones, no lo firman pues son parte de un sector con alta vulnerabilidad y poco reconocimiento. Las mujeres son las más afectadas pues, considerando su bajo índice de escolaridad, ha hecho que la población con sus conocimientos básicos desempeñe un oficio en particular y que presionados por la necesidad de generar ingresos participe desde muy joven en el mercado de trabajo donde cada día se hacen más estrechas sus oportunidades laborales, y es cuando se pone de manifiesto la creatividad e ingenio de las personas que buscan por diferentes medios ayudar en la subsistencia de su hogar.

Las confeccionistas en ocasiones se ven en la necesidad de dejar de cumplir su rol de madre, porque tienen que dejar a sus hijos/ as al cuidado de sus familiares o vecinos del sector porque deben entregar en determinado día y hora las prendas ya confeccionadas.

El problema que se aborda en esta investigación se basa en una situación que nos invita a reflexionar sobre una estrategia para la conformación de una microempresa para contribuir en el mejoramiento socioeconómico de las personas desocupadas y subempleadas para que las confeccionistas puedan trabajar independientemente y no deban enfrentarse a situaciones difíciles por no tener ingresos con los cuales sostenerse a sí mismas y a sus familias.

1.3.1 Formulación Del Problema

¿Con la elaboración de una estrategia para la conformación de una microempresa se generará mayores fuentes de trabajo en el sector de Flor de Bastión, bloque 8?

1.4 Justificación

Constituir una microempresa se ha convertido en una opción, para salir de la situación de marginalidad y pobreza en cualquier economía, la constitución en este caso de una microempresa de confecciones de ropa femenina, obedece a un alto desarrollo de este sector en los últimos años y a la constante necesidad de las mujeres de estar bien presentadas en cualquier contexto y dada su creciente inmersión al mercado laboral ecuatoriano.

La tendencia actual demuestra el protagonismo de la mujer en la búsqueda de alternativas sostenibles para administrar recursos, transformarlos y comercializarlos, explorando nuevas fuentes de ingresos y con ello, el bienestar de sus hijos y a su vez para alcanzar un mejor entorno social y familiar.

La presente investigación pretende conformar una microempresa de confección de ropa para damas con los estándares de calidad que el actual mercado exige, para además de proporcionar al cliente otra opción de compra, crear otros ingresos económicos para personas del lugar, creando un círculo de crecimiento económico poblacional. Si bien el actual mercado de vestido es amplio, se ha visto en los últimos tiempos que el consumo se ha incrementado como consecuencia del crecimiento de la población. Los compradores cada día buscan algo diferente, y la producción artesanal refleja esa diferencia, por ello es especial.

Las visitas que se ha realizado al sector de Flor de Bastión, bloque 8, han sido las bases para impulsar la conformación de una microempresa de confección de ropa para damas que promoverá y mejorará las plazas de empleo existentes para que las familias de bajos ingresos puedan escapar de la pobreza por medio de actividades emprendedoras y productivas lo que beneficiará en el incremento de sus ingresos y a su vez incidirá en un cambio positivo en su nivel de vida, basado en el buen vivir que se preocupa por el bienestar de su gente, de las comunidades,

trabajadores, proporcionándoles, en primer lugar, seguridad laboral, fuentes de trabajo para los desempleados y subempleados, donde el referente debe ser la vida digna y no la mera supervivencia.

El desarrollo de estas habilidades es vital para la generación y fortalecimiento de emprendimientos productivos, las mismas ayudan a reproducir la vocación y el espíritu emprendedor y productivo fortaleciendo la mejora en la calidad de vida.

Este trabajo será de gran ayuda ya que nos permitirá recolectar toda la información necesaria, la misma que sirva como herramienta fundamental para profundizar sus conocimientos adquiridos de confección y con ellos poner en marcha la conformación de una microempresa, ya que estas hacen una contribución importante al empleo, la producción y al ingreso económico.

Por todo lo expuesto anteriormente se pone en consideración esta investigación de estrategia para la conformación de una microempresa de confección de ropa para damas en el sector de Flor de Bastión, Bloque 8 que es viable por cuánto se cuenta con la predisposición de los habitantes del sector para cualquier información que sirva de aporte para el investigador, siendo esto fundamental para obtener resultados satisfactorios en beneficio y desarrollo de la conformación de una microempresa.

1.5 OBJETIVOS:

1.5.1 Objetivo General

- Diseñar una estrategia que pueda ser implementada para la conformación de la microempresa, por medio de la integración de las confeccionistas con el propósito de generar fuentes de trabajo de las mismas en el sector de Flor de Bastión, bloque 8 de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar la situación socioeconómica de las confeccionistas de Flor de Bastión, bloque 8.
- Determinar el talento humano subempleado y desempleado que conformará la microempresa de confección.
- Realizar un análisis para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA).
- Generar fuentes de ingreso de las confeccionistas mediante la creación de la microempresa.

1.6 Intencionalidad de la investigación

La principal motivación que se tiene para el desarrollo de una estrategia para la conformación de una microempresa de confección integrada por talento humano desempleado y subempleado del bloque 8, de Flor de Bastión, es que se parte de la experiencia, de las habilidades, creatividad y el conocimiento que tienen las personas del sector en la confección de ropa para damas.

En segundo lugar, es importante poder reunir a este talento humano porque al conformar una microempresa podrán tener las herramientas necesarias que serán base del emprendimiento y una independencia laboral ampliando sus oportunidades económicas garantizando un trabajo estable y digno en donde enfoquen todos sus esfuerzos a incrementar su ingreso económico que a su vez generará un mejoramiento de su nivel de vida.

Otro factor importante del sector, es la existencia de una triste realidad relacionada con que las familias tienen que soportar a diario largas jornadas de trabajo y esto impide que cuiden de sus hijos y deban dejarlos al cuidado de otras personas. Al conformar una microempresa su relación familiar sería más afectiva, cálida, y no descuidarían la educación de sus hijos.

El involucramiento con estos actores responde a que muchos de ellos, se encuentran en estados vulnerables de inferioridad a los parámetros de estabilidad socio-económica, se ha considerado apoyar a este grupo de personas en desventaja e impulsarlos a nuevas oportunidades de actividades productivas, que les genere un ingreso digno, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración a la sociedad, ya que el trabajo es una aspiración universal de empleadores y trabajadores en grandes y pequeñas empresas, tanto en la economía formal como informal.

Para ello, se requiere del rol activo que asuman los actores que realizan esta labor, de este modo la estrategia es atender, apoyar, estimular el desarrollo de estos actores.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1 El Estado del Arte o del conocimiento

2.1.1 El enfoque sobre la Microempresa de la OIT y el PREALC

*“Considera que las microempresas están constituidas por aquellas actividades caracterizadas por una lógica de producción propia. Este enfoque se centra en las características del mercado laboral e incluye un conjunto heterogéneo de actividades productivas, cuyo principal elemento común es emplear a un número de personas que no podrían ocuparse en el sector moderno y deben subemplearse con relativamente escaso acceso a factores de producción complementarios del trabajo”.*⁴

En todo el mundo el sector de las microempresas han sido identificadas como un potencial muy amplio para poder confrontar algunos problemas relacionados con la creación de empleos, el crecimiento económico y el mejoramiento de la distribución de ingresos.

La microempresa es un factor económico y social que ha venido cobrando relevancia en las últimas décadas en el mundo entero porque ofrecen oportunidades para que los trabajadores que han sido desplazados y los jóvenes que cumplen con la edad de ingresar al mercado puedan emplearse, las personas buscan un empleo que sea creativo, que le divierta ejercerlo, que les apasione y en el que se sientan libres para resolver en que forma quieren trabajar, el empleo también representa independencia económica. La microempresa contribuye al mejoramiento de los factores sociales, y con ello nos referimos a las características específicas que implica el emprendimiento como tal, así como

⁴Neira, Fernando. Elementos para el estudio de la Microempresa Latinoamericana, Distrito Federal México, Revista de Estudios Latinoamericanos, Año 2006, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64004308>

también al impacto que tiene en el conjunto de la sociedad, porque elevan su autoestima y se sienten productivos.

Las personas microempresarias son productoras de su propia unidad económica, es decir, que solucionan sus ingresos con su propio negocio, de hecho puede ser que ayuden en la disminución de las tasas de desempleo y logren mejorar los escasos ingresos que perciben; esta motivación hace que las confeccionistas sean personas luchadoras y muy persistentes, porque con el trabajo en equipo se verán los resultados.

El emprendedor al establecer que tipo de negocio quiere comenzar, es porque primero conoce el oficio, tiene la percepción o identificación de una oportunidad de generar ingresos y crecimiento, reconocen las posibilidades de éxito, ya sea porque existe una necesidad insatisfecha o un producto susceptible que puede ser mejorado, estas son algunas condiciones frecuentes con base en las cuales es creada una microempresa.

La creación de microempresas tanto en otros países como en el nuestro se origina por la necesidad de empleo, por el deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan, o con el fin de mejorar o de complementar los ingresos, puesto que, un gran número de personas cuentan con ingresos escasos y requieren un medio de subsistencia. El hombre, en forma casi instintiva, busca las formas en las que puede ganar ingresos para su familia y para ello explora por diferentes medios, una de ellas es a través de la creación de las microempresas.

Al crear una microempresa dedicada a la confección como una forma de generar ingresos para sus hogares, se organizará su trabajo para multiplicar los frutos de su esfuerzo individual o familiar y para muchos de ellos, vivir un poco mejor que con un trabajo dependiente, y por eso progresa.

2.1.2 Conferencias del Enfoque de Género y Desarrollo

*“Un último y más bien reciente enfoque de género y desarrollo que surge como una búsqueda por entender mejor la posición de las mujeres en el desarrollo, ante las limitaciones y el agotamiento que presentaban las conquistas de las feministas liberales en los discursos y las políticas predominantes del desarrollo, logrados durante la década de los setenta en América Latina. Surgido en los ochenta representa la confluencia de diversas perspectivas feministas, con la idea de que el solo análisis de clase no podía explicar la opresión de la mujer. Su marco analítico integra tanto la esfera productiva como la reproductiva y da espacio para superar las limitaciones que las escuelas estructuralistas del pensamiento social presentaban”.*⁵

Es para los años noventa que este enfoque llega a tener una gran relevancia como resultado de la política de promoción de la microempresa promovida por el BID, en donde se consideraba la participación de la mujer como determinante de éxito de estas actividades. A ello se suma la Conferencia del Cairo en 1994⁶ y de China 1995⁷ donde se hizo todo un planteamiento a favor de una mayor participación social y económica de la mujer.

⁵ Pineda, Javier. “Entre el empoderamiento y la subordinación: los retos del enfoque de género y desarrollo en los programas de microempresas”, Documento presentado en el encuentro Internacional “Aportes de la Perspectiva de Género en la promoción del microempresariado para el Desarrollo Territorial”, Bogotá 29 y 30 de abril del 2004.

⁶ El Programa de Acción de Cairo fue adoptado por 179 países durante la Conferencia en 1994, a ser cumplido en un plazo de 20 años, concluyendo formalmente en el año 2014.

⁷ Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing (China) del 4 al 15 de septiembre de 1995

2.1.2.1 Esferas de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, Beijing, año 1995

En esta Plataforma se establece doce esferas de especial preocupación en el cumplimiento de los derechos de las mujeres que se enumera a continuación:

1. La mujer y la pobreza;
2. Educación y capacitación de la mujer;
3. La mujer y la salud;
4. La violencia contra la mujer;
5. La mujer y los conflictos armados;
6. La mujer y la economía;
7. La mujer en el ejercicio del poder y la adopción de decisiones;
8. La falta de conciencia de los derechos humanos de la mujer internacional y nacionalmente reconocidos y de dedicación a dichos derechos
9. Los derechos humanos de la mujer;
10. La mujer y los medios de difusión;
11. La mujer y el medio ambiente, y,
12. La niña.

Entre las doce esferas se encuentra la de La Mujer y La Economía, la Plataforma de Beijing⁸ plantea en el punto 162 y 163, lo siguiente:

162.- En el sector privado, tanto en las empresas transnacionales como en las nacionales, las mujeres están ausentes en gran medida de los niveles ejecutivos y de gestión, lo cual denota que las políticas y prácticas de contratación y ascenso son discriminatorias. El entorno laboral desfavorable, así como el número limitado de oportunidades de empleo disponibles, han llevado a muchas mujeres a buscar otras opciones. Cada vez hay más mujeres

⁸ United Nations Inter-Agency Network on Women and Gender Equality, Fourth World Conference on Women, Revisado el 2 de octubre del 2012, <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

empleadas por cuenta propia, y propietarias y administradoras de microempresas o de empresas pequeñas y medianas. La expansión del sector no estructurado en muchos países, y de la empresa autónoma e independiente se debe en gran parte a las mujeres, cuyas iniciativas y prácticas tradicionales, de colaboración y de autoayuda en los sectores productivo y mercantil representan un recurso económico fundamental. Mediante el acceso al capital y su control, el crédito y otros recursos, la tecnología y la capacitación, las mujeres pueden aumentar la producción, la comercialización y los ingresos para el desarrollo sostenible.

163.- “Habida cuenta de que la continuación de las desigualdades coexiste con progresos tangibles, es necesario replantear las políticas de empleo a fin de incluir en ellas una perspectiva de género y señalar una gama más amplia de oportunidades, así como hacer frente a las posibles consecuencias negativas para la mujer de las actuales estructuras de trabajo y empleo. Para lograr la plena igualdad entre la mujer y el hombre en su contribución a la economía, se requieren esfuerzos decididos para que se reconozca y aprecie por igual la influencia que el trabajo, la experiencia, los conocimientos y los valores tanto de la mujer como del hombre, tienen en la sociedad”.

En esta esfera indicada, se determina como uno de los objetivos estratégicos el de *Eliminar la segregación en el trabajo y todas las formas de discriminación en el empleo*, y se establecieron diferentes medidas que deberán ser adoptadas por los gobiernos, empresas del sector privado, los empleadores, los empleados, los sindicatos y las organizaciones de mujeres, entre ellas tenemos:

- ✓ La promoción de códigos de conducta que aseguren la aplicación e pie de la igualdad de las normas internacionales de trabajo, como el Convenio 100 de la Organización Internacional del Trabajo.

- ✓ La promulgación de leyes y políticas contra la discriminación de género que sean aplicables en el lugar de trabajo.
- ✓ La aplicación y supervisión de programas de empleo equitativo y de acción positiva en los sectores público y privado.
- ✓ Promover programas y servicios de empleo para las mujeres que ingresan por primera vez o se reincorporan al mercado de trabajo, especialmente las mujeres pobres de las zonas urbanas y rurales, las mujeres jóvenes y las mujeres que se hayan visto afectadas por programas de ajuste estructural
- ✓ La promoción de la participación laboral de las mujeres en trabajos de alta especialización y en puestos de dirección, así como otras medidas dirigidas a la movilidad ascendente, a la diversificación de las posibilidades ocupacionales de las mujeres y a alentar a las mujeres a realizar trabajos no tradicionales, especialmente en la esfera de la ciencia y la tecnología, y alentar a los hombres a buscar empleo en el sector social.

Mediante diversos espacios regionales también se han promovido responsabilidades gubernamentales referentes a los derechos de las mujeres, entre los que se incluyen aquellos dirigidos a eliminar la discriminación de género en el mercado laboral y a promover la igualdad de oportunidades en el acceso y las condiciones de empleo. Entre las conferencias tenemos:

2.1.2.2 Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe, Consenso de México, 10 al 12 junio de 2004.⁹

Teniendo como base el documento *Caminos hacia la equidad de género en América Latina y el Caribe*, elaborado por la CEPAL con la contribución de actores y entidades comprometidas con la igualdad de derechos de las mujeres, en

⁹ C E P A L, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. México, D.F, 10 al 12 de junio de 2004. Documento revisado el 3 de octubre del 2012, http://www.eclac.cl/mujer/direccion/Consenso_Mx.pdf

el cual se evalúa los avances en materia de equidad de género en la Región y se establecen los principales retos y compromisos en los diferentes ámbitos, y donde las delegaciones reafirmaron su compromiso con los acuerdos internacionales establecidos en El Cairo y Beijing, progresando en el tratamiento de dos ejes determinados:

- ✓ Pobreza, autonomía y equidad de género; y,
- ✓ Empoderamiento, desarrollo institucional y equidad de género.

Entre los compromisos establecidos por los gobiernos, se incluye lo relativo a la equidad de género en el empleo:

“Adoptar políticas proactivas que promuevan la creación de empleos, incluyendo acciones afirmativas que aseguren igualdad de condiciones en el mercado laboral entre mujeres y hombres, y fortalezcan la capacidad emprendedora de las mujeres y se asegure el pleno respeto de sus derechos laborales e individuales, así como también su acceso equitativo a los beneficios de la protección social”. (Art.6, acápite v).

En nuestro país las personas que no tienen empleo, con el deseo de superación y salir de la pobreza y del desempleo, emprenden pequeños negocios, la limitante para su correcta función, es que desconocen cómo administrarla, y se encuentran con barreras en la parte tecnológica.

2.1.2.3 Cuarta Cumbre de las Américas, Declaración de Mar del Plata, Argentina.¹⁰

En la Cuarta Cumbre de las Américas, que reunió a los Jefes de Estado, el empleo se constituyó en la preocupación central de la agenda. La resolución derivada de esta reunión, conocida como Declaración de Mar del Plata, parte del reconocimiento de los derechos enunciados en la Declaración de los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la OIT (1998) y el compromiso de promoverlos, asumiendo el compromiso para enfrentar los problemas latentes en relación al empleo.

“Combatiremos la discriminación de género en el trabajo promoviendo la igualdad de oportunidades con el fin de eliminar las disparidades existentes entre hombres y mujeres en el mundo del trabajo, a través de un enfoque integrado que integre la perspectiva de género en las políticas de empleo, incluyendo la promoción de más oportunidades para que las mujeres sean dueñas de su propia empresa”. (Art.23)

Además de promover, impulsar y respaldar como motor de crecimiento del empleo a las micro, pequeñas y medianas empresas:

“Las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen una fuerza estratégica en la generación de nuevos empleos y la mejora en la calidad de vida y tienen un impacto positivo en el desarrollo y en el crecimiento económico, fomentando al mismo tiempo la equidad y la inclusión social”. (Artículo 50)

“Impulsaremos y respaldaremos acciones para facilitar la participación de las pequeñas y medianas empresas en el mercado interno y el comercio

¹⁰ Cuarta Cumbre de las Américas, Declaración de Mar del Plata; “Crear Trabajo para Enfrentar la Pobreza y Fortalecer la Gobernabilidad Democrática”; Mar Del Plata, Argentina - 5 De Noviembre De 2005, Revisado el 3 de Octubre del 2012, http://www.summit-americas.org/iv_summit/iv_summit_dec_sp.pdf

internacional. En este sentido, apoyamos el Congreso PYME de las Américas y alentamos la más amplia participación en esta iniciativa. Destacamos la importancia de la apertura de nuevos mercados para los bienes y servicios de las PYMES”. (Artículo 51)

“Comprometidos con la lucha contra la pobreza y la desigualdad, reconocemos la contribución a la economía y a la creación de trabajo decente de las organizaciones productivas, de acuerdo con las características de cada país tales como cooperativas y otras unidades de producción”. (Artículo 52)

“Fomentaremos el desarrollo de capacidades empresariales y competencias técnicas de las PYMES, con el objetivo de facilitar su inserción en nuevos mercados con el fin de fortalecer y aumentar el empleo en las PYMES”. (Artículo 53)

“Respaldaremos los esfuerzos que los bancos multilaterales de desarrollo lleven a cabo con las micro, pequeñas y medianas empresas como factores fundamentales del crecimiento económico y recibiremos con beneplácito el incremento de los esfuerzos del Banco Mundial, del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de otros bancos regionales de desarrollo para crear condiciones favorables para el fortalecimiento de dichas empresas”. (Artículo 54)

En este campo se establecen de los aspectos positivos u oportunidades que abren o permiten las microempresas para la vida laboral y personal de las mujeres, señalándose, por ejemplo, los beneficios de la flexibilidad de las condiciones de trabajo, que harían posible una mayor compatibilización con la vida familiar, así como la apertura de nuevas oportunidades de empleo y de capacitación.

2.1.2.4 Décima Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe, Consenso de Quito, Ecuador¹¹

El Consenso de Quito, gira en torno a dos ejes calificados como de importancia estratégica para la Región:

- ✓ Participación política y paridad de género en los procesos de adopción de decisiones en todos los niveles; y,
- ✓ La contribución de las mujeres a la economía y la protección social, especialmente en relación con el trabajo no remunerado.

De los acuerdos establecidos, se destaca:

Eliminar la brecha de ingresos entre mujeres y hombres y la discriminación salarial en todos los ámbitos de trabajo, y proponer derogar los mecanismos legislativos e institucionales que generan discriminación y condiciones de trabajo precarias. (Artículo 25; xxii)

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) a la X Conferencia Regional de la Mujer como una acción fundamental para que los países de América Latina asumieran medidas eficaces con el fin de que los Derechos Económicos de las mujeres fueran parte sustancial de las políticas públicas de las naciones de la región.

Los estudios de los enfoque del género y desarrollo en las microempresas, se han enfocado en la importancia en robustecer el lugar que tiene económicamente la mujer, y a su vez en acrecentar su destreza para aportar

¹¹ Décima Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe Quito, Ecuador, 6 al 9 de agosto de 2007, revisado el 3 de octubre del 2012, <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/29489/dsc1e.pdf>

en al ingreso mensual de su familia, así como también lograr que se incremente su intervención en las decisiones más importantes del hogar.

Estos enfoques inician con la pregunta, de que si los programas brindan a las mujeres la oportunidad para desarrollar experiencias que incrementen su confianza y participación en las esferas de lo público.

El rol tanto de los hombres como el de las mujeres en nuestra sociedad siempre ha sido diferente. Desde los inicios de la historia hasta nuestros días, la primera responsabilidad del hombre siempre ha sido el de contribuir con el sustento económico de los integrantes de su familia, se le ha asignado el rol de salir fuera de la casa para realizar actividades que aportan el sustento familiar, mientras que la primera responsabilidad de la mujer ha sido el cuidado y atención de los niños y del hogar. Sin embargo, las mujeres han tenido siempre un rol complementario para asegurar el bienestar económico de su familia, desenvolviéndose en otros ambientes que sean relevantes para generar cambios en los ingresos, la mujer es parte fundamental para el crecimiento de las microempresas.

Cuando se contratan a empleados, los hombres tienden a contratar a hombres y las mujeres tratan de contratar a mujeres. Esto es en gran parte a consecuencia de la concepción de los negocios y a las destrezas que se necesitan. Las empresas que realizan actividades descritas como para hombres tienden a requerir las destrezas con las que los hombres están más familiarizados y en las que las mujeres tienen pocas oportunidades de desarrollarse. En cambio las empresas poseídas por mujeres, aparte del comercio y restaurantes pequeños, tienden a especializarse en productos y servicios que abastecen a mujeres, dando como resultado una demanda más grande de empleados del sexo femenino.

La ascendiente participación de compra de las mujeres en la actual sociedad es muy significativa debido a que su intervención en el ámbito laboral

viene creciendo con una regularidad considerable, este fenómeno ha tenido un fuerte impacto en el ámbito económico, primordialmente en el sector industrial y de servicios, principalmente en el sector del comercio debido a que suministran los bienes que consume la población, es así que las mujeres en general son las que resuelven el puesto que se le da al ingreso familiar debido a que ellas proceden como las administradoras del mismo y las que usualmente descubren las necesidades de cada uno de los miembros que integran la familia..

Un motivo importante para que las mujeres se inserten en el sector microempresarial de la confección es la búsqueda de trabajo independiente, el deseo de trabajar para sí mismas, complementar los ingresos del marido o sustituirlos en caso que éste la abandone bajo condiciones que permiten la combinación de sus actividades productivas con la atención de su familia.

Las mujeres tienen una actitud emprendedora de gran potencial, quienes juegan un papel protagónico en la gestión de las unidades económicas familiares. Esto se debe a su responsabilidad e iniciativa para resolver las necesidades de sus familias, lo que les lleva a asumir riesgos, utilizar sus capacidades en la programación de los negocios, para la comercialización y a su capacidad para adecuarse a situaciones cambiantes. Estas características y cualidades son fundamentales para su desarrollo personal y microempresarial.

En las tres últimas décadas se ha presentado un interés creciente de los gobiernos y la comunidad internacional ha comenzado a sentar las bases para brindar a la microempresa las condiciones para su desarrollo a partir de la consideración de que es determinante, fundamental, para generar empleo y desarrollo.

2.1.3 Banco Interamericano de Desarrollo. (BID)

2.1.3.1 Estrategia para el desarrollo de la microempresa

El Banco Interamericano de Desarrollo destaca la importancia de la creación de microempresas con el fin de fortalecer la capacidad de los pobres para generar ingresos, solicitando la adopción de “medidas destinadas al mejoramiento de la capacidad productiva de las microempresas”, y enfatizando la necesidad de crear puestos de trabajo “particularmente mediante los sectores de microempresas y pequeñas empresas” y la modernización de las estructuras de producción en la región.¹²

“Como propietarios o como trabajadores, el sustento de los pobres está vinculado directamente a este sector clave de la economía. El éxito de los programas de estabilización económica y reforma estructural en la región, que están en marcha, depende de la ampliación de la distribución de los beneficios provenientes del crecimiento económico, de tal manera que se incluya a los segmentos de bajos ingresos de la población. El apoyo al desarrollo de la microempresa contribuirá mucho a alcanzar estas metas, así como a mejorar la competitividad de las economías de América Latina y el Caribe”.

“La meta general del Programa del BID para el Desarrollo de la Microempresa consiste en ampliar las oportunidades económicas mediante el desarrollo sostenible y dinámico de las microempresas. Para alcanzar esta meta, la estrategia pondrá especial énfasis en promover las condiciones necesarias para el crecimiento y desarrollo del sector microempresarial en América Latina y el Caribe, con un acceso mejorado de los microempresarios con menores oportunidades y que por lo regular tienen bajos ingresos (incluidos mujeres y poblaciones indígenas) en los servicios financieros y comerciales”.

¹² Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Estrategia para el desarrollo de la microempresa, Washington D.C., Febrero de 1997

Del constante desarrollo de programas que puedan generar capacitaciones constantes a los microempresarios en campos relacionados con la planificación administración, gestión por procesos y de calidad, el trabajo en equipo, el conocimiento en leyes y técnicas de tributación, dependerá el sostenimiento de las microempresas.

2.1.3.2 Oportunidades para la Mayoría

La nueva iniciativa del BID, “Oportunidades para la Mayoría”, presentada en junio del 2006 por el Presidente Luis Alberto Moreno, propone la meta de “ampliar el acceso a los beneficios del progreso económico a personas de bajos ingresos en América Latina y el Caribe”.¹³ A través de esta iniciativa, el BID reconoce que la necesidad de “adoptar un nuevo enfoque: menos macro y más micro”, que permita “atacar directamente los obstáculos que impiden que la mayoría pueda mejorar su calidad de vida”.

En concordancia tanto con la iniciativa “Oportunidades para la Mayoría” y con la “Estrategia para el Desarrollo de la Microempresa” definidas por el BID, se presentan los lineamientos de apoyo y sus principales áreas de acción, clasificados en los diferentes niveles. Estos lineamientos apuntan a fortalecer la capacidad institucional de los proveedores y apoyar el desarrollo de nuevos servicios con mayor profundización en el área rural; Impulsar el desarrollo de empresas asociativas que generen encadenamientos productivos y sean el motor del desarrollo local, apoyadas por iniciativas con articulación público-privada; proveer asistencia técnica e incentivos especiales para ampliar y diversificar la

¹³ Banco Interamericano de Desarrollo propone iniciativa para generar oportunidades económicas para la mayoría en América Latina y el Caribe, Año 2006, Comunicado de prensa. Revisado el 7 de octubre del 2012, <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2006-06-06/bid-propone-iniciativa-para-generar-oportunidades-economicas-para-la-mayoria-en-america-latina-y-el-caribe,3110.html>

oferta de servicios disponibles para los microempresarios, y así incentivar la empresariedad.

La microempresa es la muestra más palpable de la creatividad, dinamismo y adaptabilidad de parte de la población de menores ingresos de América Latina, al poner en marcha la creación de una microempresa de confección se pone de manifiesto la creatividad al elaborar las prendas, la adaptabilidad para acomodarse a las diferentes tendencias de la moda, y el dinamismo por su capacidad para hacer o emprender actividades con energía.

2.1.4 Sector textil y confecciones de Brasil

El sector textil y confecciones de Brasil, es considerada como importante dentro de los países que conforman el MERCOSUR¹⁴, puesto que tiene, integradas todas las actividades del sector. Es un país que viene adoptando programas de mejora de la calidad y de productividad, para insertarse en el mercado internacional. La producción de estas confecciones está orientada prioritariamente al mercado local, pues cuentan con grandes dimensiones del mercado interno, que permite un gran número de empresas. El sector textil y las confecciones son fuertemente competitivas en productos de algodón y tiene infraestructura para atender la demanda de la industria de confección, de la maquila y del producto completo.

Brasil es el quinto mayor productor de vestuario del mundo, La industria engloba a 21.000 productores entre grandes, pequeñas y microempresas que

¹⁴ MERCOSUR es un bloque subregional integrado por Argentina, Brasil, Paraguay (actualmente suspendido por la violación de la Cláusula Democrática del Protocolo de Ushuaia), Uruguay y Venezuela Tiene como países asociados a Bolivia, Chile, Colombia, Perú, y Ecuador

*manufacturan 6,4 billones de prendas al año, siendo el 75% mano de obra femenina.*¹⁵

Por lo que respecta a la demanda por regiones económicas es menester reseñar cómo el mayor volumen de comercialización de productos confeccionados y de vestuario se concentra en el eje Río - Sao Paulo, parte de Minas Gerais y parte de Río Grande do Sul, en la zona Sudeste de Brasil, donde además se localizan los más altos índices demográficos, de industrialización y poder adquisitivo del país.

“La industria está caracterizada por una elevada atomización de las empresas de confección: solamente en 2008, de las 21.000 mil empresas de vestuario, 16.000 tenía de 5 a 19 empleados. Gran parte de esas empresas son de origen familiar, constituidas por capital nacional”.

*El mercado doméstico cubre prácticamente el total del consumo interno (97%), con importaciones que representan solo el 3% de la demanda interna medida en volúmenes físicos.*¹⁶ Estos datos demuestran el gran impacto social que tiene este sector en la economía brasileña.

2.1.5 Sector textil y confecciones de Argentina

Las confecciones argentinas se consideran como una actividad más compleja por la cantidad de unidades productivas que comprende, la distribución geográfica que presenta, la variedad de productos que fabrica y la complejidad de la distribución y comercialización que necesita para la realización de su producto.

¹⁵ Castillo, Antonio. Sector Textil y Confecciones Brasil, 2010, Revisado el 10 de octubre del 2012, <http://es.scribd.com/doc/34226151/BRASIL-CONFECIONES>

¹⁶ Barber Lazcano, Andrea. Estudio de Mercado: Confección de Vestuario en Brasil, Año 2010, Revisado el 10 de octubre del 2012, <http://es.scribd.com/doc/65783030/Estudio-de-mercado-confeccion-de-vestuario-Brasil>.

En cuanto al estudio de factores del sector, la mano de obra de las actividades de hilado, tejido, adquiere especial relevancia en este sector, ya que este insumo representa cerca del 60% del valor agregado sectorial¹⁷

Según la Cámara Industrial Argentina de Indumentaria, en la composición del sector de indumentaria encontramos 74,2% micro empresas con menos de 5 empleados, 22,60% de pequeñas empresas con (6 y 40 empleados), 2,72% de medianas empresas con (41 y 150 empleados), y finalmente 0,48% de grandes empresas, generalmente familiares y de tradición sectorial que emplean a más de 150 personas. En la Argentina, este sector está mayormente orientada al mercado interno, sólo un núcleo de empresas pequeñas y medianas dinámicas exportan moda y diseño.

El rubro particular de confección se encuentra dentro de la industria manufacturera, presentando una tasa de empleo cercano al 40,1% (515 mil trabajadores), explicando el 13,80% del empleo.¹⁸ Desde el punto de vista geográfico el sector se encuentra altamente concentrado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires, en segundo término en las provincias de Córdoba y Santa Fe.

Hay una consolidación de un número importante de pequeñas empresas, con marcas locales, negocios propios y venta de franquicias. Por lo expuesto, podemos decir que hay una atonicidad de las mismas, amplia distribución geográfica con presencia en todos los centros urbanos del país y una alta heterogeneidad en la elaboración de productos textiles.

¹⁷ FITA (Federación de Industrias Textiles Argentinas). Sector Textil y Confecciones en Argentina. Revisado el 12 de octubre del 2012, <http://www.fadit-fita.com.ar/index.php>.

¹⁸ FITA. La industria textil en Argentina, 2012

2.1.6 Sector textil y confecciones de Bolivia

El sector de confecciones bolivianas aunque se encuentran en desventaja con las industrias peruanas y colombianas, ya que, dichas industrias están mejor integradas en la cadena textil y confecciones desde la producción de la materia prima, pasando por la fabricación de los hilados, tejidos y terminado en la confección de prendas, este sector textil, confecciones viene mostrando un gran potencial para el desarrollo nacional traducido en términos de producción, generación de empleo y por tanto, generación de divisas. También, cuenta no solo con las ventajas relacionadas a la calidad de la materia prima y el desarrollo de una importante experiencia empresarial y laboral. Se puede señalar que el rubro de confecciones es uno de los segmentos más importantes de la pequeña industria regional. Este sector viene a satisfacer una de las necesidades básicas de la población como es la vestimenta destinando la mayor parte de su producción al mercado local contribuyendo de esta manera en forma significativa al desarrollo de la economía regional.

En el sector textil y confecciones, existen 97% empresas pequeñas, 2% medianas y 1% grandes.¹⁹ En las ciudades La Paz y El Alto, se desarrollan actividades de tejido y confecciones y en las ciudades de Cochabamba, Santa Cruz sólo se desarrollan actividades de confecciones.

2.1.7 Sector textil y confecciones de Colombia

El sector textil y confeccionista colombiano cuenta con una tradición de más de cien años, durante los cuales se ha ganado un lugar fundamental en el desarrollo económico e industrial del país, construyendo una compleja cadena productiva que pasa por actividades diversas como el cultivo, el hilado, la

¹⁹ Arce, Maribel (Swisscontact) y Gary Gumucio (Estrategia, Ingeniería y desarrollo), Estrategias de apertura a nuevos mercados: Calidad y Productividad. Año 2012

*tejeduría y la confección, a través de las cuales este sector ha generado un aporte muy importante al empleo, el ingreso y a las exportaciones.*²⁰

*“Las industria textil y confección en Colombia generan más de 200,000 empleos directos y 600,000 indirectos, representando el 12% del empleo total del sector manufacturero del país”.*²¹

*La estructura empresarial de textiles y confecciones es muy variada, entre productores de fibras, hilanderos, tejedores, acabadores y fabricantes textiles, Colombia cuenta con más de 5330 empresas, de las cuales 4000 pequeñas y medianas conforman el eslabón industrial de confecciones.*²²

Dentro de las clasificadas como informales, en el sector confecciones, existen alrededor de 10,000 entre empresas pequeñas y micros, el 50% tiene entre 20 y 60 máquinas. Las principales ciudades donde se ubican son Medellín, Bogotá, Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga.

*Colombia representa el 0.31% y 0.17% de las exportaciones mundiales de textiles y confecciones respectivamente. Lo que lo hace responsable del 0.25% del mercado mundial de la moda.*²³ *Se ha transformado en uno de los trascendentales centros de moda en Latinoamérica, especializado por la innovación, el diseño, variedad de hilados y el ingenio de sus creaciones.*

Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones. Este sector en Colombia es cada vez más competitivo y exigente, a su vez que se ve directamente

²⁰ Amaya, Juan David. Diana Beatriz Quiceno Montoya , Diseño Del Cuadro De Mando Integral En El Área Financiera Para Las Empresas Del Sector De La Confección En El Departamento De Risaralda, Pereira, 2010

²¹ Un nuevo concepto en investigación e innovación textil: Desafío Cintex [Medellín], 2004.: <<http://www.colombia.compite.gov.co>>.

²² Un nuevo concepto en investigación e innovación textil: Desafío Cintex [Medellín], 2004

²³ Cifras Salón de la Moda Colombia, 2009

*influenciado por los conceptos del justo a tiempo, la calidad total y el valor agregado. Las tendencias de la moda, la exigencia en la calidad de los productos y los buenos precios hacen que el mercado permita el surgimiento de propuestas de empresas innovadoras y creativas que impacten el mercado y generen desarrollo sostenible.*²⁴

Colombia, con 45 millones de habitantes, tiene la tercera población más grande de América Latina después de Brasil y México. Esto hace que su mercado local tenga un alto potencial de crecimiento por textiles y confecciones.

Colombia se presenta como industria muy tradicionalista, lo que le ha permitido desarrollar personal capacitado y lograr así calidad y reconocimiento en sus confecciones. Su cadena productiva está enfocada en la elaboración de ropa de algodón de tejidos planos y confecciones de fibra artificial y sintética.

*En los últimos años la industria textil ha enfrentado dificultades debido a la competencia del contrabando y otras prácticas desleales del comercio como el dumping, de importaciones especialmente chinas, que han desplazado al productor en el mercado nacional.*²⁵

La cadena textil y de confecciones se ha reposicionado, pasando a ocupar nichos específicos y evitando competir con los productores asiáticos que están fortalecidos en volúmenes y bajos costos de producción.

El sector representa más del 12% del PIB industrial y cerca el 1,6% del valor agregado nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país, lo que lo convierte en el sector de exportaciones no tradicionales más

²⁴ Zuluaga, Gloria Elena. Héctor Elías Villada, Héctor Alonso Zapata Creación De Una Empresa De Diseño, Producción Y Comercialización De Ropa Informal Y Casual Femenina, 2006

²⁵ Miranda Salcedo, Carlos Arturo. Plan De Negocios De La Comercializadora Insports Insumos Para La Confección De Ropa Deportiva, Bogotá, Año 2012

*importante. En el 2011 la industria textil creció un 6,4% y las confecciones un 5,5%, jalonada especialmente por la demanda interna.*²⁶ La producción del sector ha incrementado en los últimos años debido al crecimiento de las ventas, la reactivación del consumo, la diversificación de destinos exportación y el crecimiento económico de los socios comerciales.

2.1.8 Sector textil y confecciones de Perú

*La industria textil y de confecciones es uno de los sectores manufactureros de mayor importancia en la economía peruana. La amplia gama de actividades desarrolladas por este sector, que empieza con el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilos, continúa con la fabricación y acabado de telas, y culmina con la confección de prendas de vestir.*²⁷

Por sus características y potencial, las confecciones se constituyen en una industria altamente integrada, altamente generadora de empleo y que utiliza en gran medida recursos naturales del país. En tal sentido, la industria textil y de confecciones genera demanda a otros sectores, como el agrícola por el cultivo de algodón; el ganadero, para la obtención de pelos finos y lanas; la industria de plásticos, para los botones, cierres y otros; la industria química, por la utilización de insumos, entre otros.

Este subsector de la confección concentra un mayor número de microempresas a diferencia de otras actividades económicas, debido a la baja inversión para crearlas, los pocos conocimientos que se requieren para iniciarse en la producción, y porque, facilita el acceso de la Población Económicamente Activa de escasos recursos en el autoempleo productivo. La estructura empresarial del sector confecciones, concentra un alto número de pequeñas y microempresas respecto de las medianas y las grandes.

²⁶ Proexport Colombia, Sector Textil y Confección, Año 2012

²⁷ Chang Ramos, Inés. El Sector Confecciones En La Ciudad De Piura: Diagnóstico Competitivo, Problemática Actual Y Perspectivas A Futuro, Piura, Año 2012

El impacto económico que genera el sector textil y las confecciones en los ámbitos de generación de empleo, crecimiento del PIB, y generación de divisas, es muy importante dentro de la economía peruana.

Según la Sociedad Nacional de Industrias, el número de empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir, ascendía a cerca de 13.500, y de éstas, 260 tenían más de 50 trabajadores en el año 2004. El resto, son empresas relativamente pequeñas, aunque se debe destacar que algunas de ellas tienen cierta experiencia en exportación y otras, son proveedores de algún servicio o tipo de prenda de las empresas mayores, ya sea para la exportación o para abastecer el mercado local.

2.1.9 Sector textil y confecciones de Ecuador

El campo de la confección aparece también en nuestro país abriéndose paso en el sector económico y como complemento de la cadena textil, hasta convertirse en el segundo sistema²⁸ más grande en generación de empleos directos, después del sector de alimentos. Uno de los tres segmentos del sector textil²⁹ es el del confeccionista que es una unidad productiva cuya actividad principal es la transformación de materia prima (tejidos, básicamente) en prendas de vestir. Según la última encuesta publicada por el INEC (Noviembre, 28 del 2010), el sector textil-confección genera más de 160 mil empleos directos. (73% urbano y 27% rural). La participación del sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir es del 74,76%. INEC, Encuesta de Manufactura y Minería. En lo concerniente al consumo de artículos relacionados al sector, más del 50% de los hogares realizan gastos en prendas de vestir y calzado de manera trimestral.³⁰

²⁸ Plan Nacional de Desarrollo, Micro, pequeña y mediana empresa, 2010

²⁹ Los otros dos son la hilatura y las tejedurías.

³⁰ Carrillo, Daniela. INEC, Diagnóstico del Sector Textil y Confecciones, 2010

La industria textil es una de las actividades manufactureras más antiguas y tradicionales del Ecuador; se remonta a la época colonial, cuando la región Centro Norte³¹ de la sierra experimentó un importante auge exportador que se prolongó durante casi un siglo. Desde esa época el sector ha cursado alzas y bajas, y no ha sido considerado como prioritario para el desarrollo del país, salvo durante un par de décadas durante el siglo pasado.³² La industria de los textiles demanda un uso intensivo de mano de obra, constituyéndose en una fuente importante de generación de empleo y, bajo ciertas condiciones (institucionales, macroeconómicas y comerciales), tiene gran potencial de crecimiento.

La difícil situación económica por la que ha pasado el Ecuador en la última década del siglo XX; ha dado lugar a que muchas empresas quebraran, debido a un sistema financiero vulnerable que ocasionó el cierre bancario, perjudicando al sector privado y con ello, han engrosado las filas de la desocupación.³³ Dificultades que transportaron a nuestra economía a una contracción muy significativa y a la disposición de dolarizar la economía para contener una inflación galopante, es así que los niveles de vida disminuyeron y el desempleo se acrecentó notablemente en el período siguiente a la crisis.

El sector de la microempresa representó una forma de trabajo que las personas recurrieron para ganarse la vida, habiendo pasado este periodo de incertidumbre, este sector no ha disminuido sino que ha mostrado un crecimiento sostenido a lo largo de los últimos años, muchos trabajadores se volcaron hacia la microempresa luego de perder sus empleos debido a la crisis del año 1999, constituyéndose en un sector estructural dentro de la economía del país. El

³¹ La región centro-norte del territorio que actualmente ocupa la República del Ecuador se especializó en la manufactura de lienzos y tocuyos para el mercado del Alto Perú (más específicamente para la región minera del Cerro de Potosí), a partir de la crianza de ovejas y del procesamiento de la lana en los batanes y obrajes de esa región de la Real Audiencia de Quito.

³² Varela, Marcelo. Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Año 2011

³³ Huilcatoma, Rosa Elvira. Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Confección De Ropa Para Damas En La Ciudad De Latacunga, Año 2006

emprendimiento, cuando es impulsado por la necesidad, especialmente en las regiones menos desarrolladas o aquellas que están experimentando pérdidas de puestos de trabajo, puede ayudar a una economía a beneficiarse de iniciativas de empleo por cuenta propia, cuando hay menos opciones de trabajo disponibles.

“En Ecuador, a las pequeñas unidades económicas se las ha denominado de diversa manera: artesanía, pequeño comercio, pequeña industria, comerciantes minoristas o comercio informal. En el País y en la región se percibe una tendencia a denominar formalmente a todas esas unidades económicas con la categoría de microempresa. Esta categorización permitiría un tratamiento homogéneo, menos excluyente, más global y democrático del sector de las micro unidades económicas, facilitando su creación y favoreciendo su acceso a servicios más ágiles y oportunos, con lo cual la cobertura de atención podría ampliarse”³⁴. Además esto ha posibilitado a que se incremente el promoción de los procesos organizativos del sector convirtiéndolos en más dinámicos y globales.

“Aunque su aporte al producto interno bruto todavía sigue siendo bajo, es también cierto que su potencialidad en la dinamización de la economía es muy grande y por tanto es necesario fortalecer su desarrollo incorporándolo explícitamente en las políticas económicas y sociales. Esas políticas deben ofrecer condiciones que permitan al sector integrarse de manera más adecuada y equitativa a la economía formal, transformando la visión y tratamiento que hasta hoy se le ha venido dando, de "socio pobre" de la economía nacional”.

“Además, un subsector importante la manufactura- muestra una gran facilidad para adecuarse a los cambios en la demanda de bienes debido a que opera con una tecnología de gran flexibilidad, con todas las ventajas que ello implica”.

³⁴ Foro Ecuatoriano de la Microempresa, *Identidad, Importancia, Potencialidad de la Microempresa*; Revisado el 15 de octubre del 2012; <http://www.fomecuador.org/55.0.html>

Se consideran como ventajas de la microempresa a la fácil adaptación de los continuos cambios de los negocios, y se puede desarrollar en menor tiempo que una gran organización, al ser más fácil la ejecución de cambios o de reestructuración.

“Es una herramienta eficaz de combate a la pobreza ya que permite la generación de empleo e ingresos de los pobres que contribuyen a la satisfacción de sus necesidades básicas. Y justamente la prestación de servicios ágiles y efectivos financieros y no financieros a los microempresarios puede ser la manera más efectiva de reducir la pobreza y lograr un amplio, sostenido y equitativo crecimiento económico. Para el caso de las mujeres, especialmente para aquellas jefas de hogar, este aspecto es particularmente relevante porque su microempresa suele ser la única alternativa para la subsistencia de su familia, constituyéndose en la herramienta crítica para paliar la pobreza”.

Una herramienta que tienen las personas que al no encontrar ninguna posibilidad de trabajo en el sector estructurado de la economía, por diversas razones, pero la principal debido a su falta de preparación, buscan la manera de crear sus propias fuentes de ingresos. Para subsistir y atender las necesidades propias y de su familia se las ingenia produciendo o vendiendo algo o prestando servicios.

“El sector artesanal en el Ecuador como en el resto del mundo nace como parte de la evolución del ser humano y esto se puede evidenciar en los cada vez más complejos productos manufacturados y en el descubrimiento de nuevas técnicas y métodos que son capaces de dar forma a toda materia que se ponga en sus manos”.

“El sector artesanal es la base que ha dado paso a que se desarrollen paralelamente otros importantes sectores en el Ecuador, entre ellos el sector comercial a través de la aparición de un mercado artesanal que tiene principal

artífice al artesano ya que se convierte en productor y consumidor de los bienes ecuatorianos, otro importante sector a destacar es el Sector laboral que se fundamenta en el hecho que el artesano ecuatoriano ha forjado su familia integrándola tempranamente en el trabajo solidario, educando a sus miembros alrededor de los valores fundamentales del trabajo y la virtud, para ser buenos ciudadanos”³⁵.

Pensar en crear una empresa es uno de los sueños de muchas personas, los motivos por los cuales dejan estos sueños es por la falta de dinero o por la poca experiencia que se tiene como administrador o empresario, esto no debe ser un obstáculo es por eso que se busca una estrategia para conformar una microempresa de confección de ropa para damas.

2.1.10 Informe sobre Microfinanzas del Banco Interamericano de Desarrollo sobre Ecuador

Según el informe especial sobre microfinanzas del BID preparado para el Ecuador, la mayoría de las microempresas locales se dedica al comercio (55%), ya que el sector presenta menores barreras de entrada.

“Los servicios y la producción requieren mayores destrezas y más capital de trabajo. Al analizar la distribución sectorial, las mujeres presentan una mayor concentración en el comercio, un 65% versus el 46,4% en los hombres. A escala regional, la Sierra presenta un porcentaje más alto de microempresas productoras y la Amazonía en servicios”³⁶

³⁵ Ortiz Villavicencio Flavia, Tesis *“Proyecto de Factibilidad para la exportación de bisutería de tagua con incrustación de piedras semipreciosas al mercado de Georgia (EEUU) Periodo 2009 – 2018”*, Año 2009

³⁶ Informe de microfinanzas preparado por el Banco Internacional de Desarrollo para Ecuador. Año 2010

La creación de las microempresas se desarrolla en base a una idea, que se da como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto, los factores son:

- Repetición de experiencias ajenas.
- Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto porcentaje de crecimiento.
- Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.
- La experiencia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse.

En Ecuador la producción de confecciones de manera artesanal ha sido una alternativa de subsistencia muy apreciada para la población de escasos recursos. En ella la gente ha visto la oportunidad de establecer un negocio propio que permita el sustento con trabajo y habilidades individuales. Este hecho sería una de las causas explicativas de la gran cantidad de artesanos existentes en el país. Se cuentan más de 3.420 artesanos dedicados a la actividad de confección de ropa, repartidos en todas las provincias y regiones del país. Existen dos zonas donde la especialización en la producción ha logrado generar polos de desarrollo local: Pelileo y Atuntaqui. En Pelileo la producción se especializa en la confección de ropa a base de tejidos de mezclilla (jeans). En Atuntaqui se ha desarrollado una industria de confecciones dedicada al procesamiento de algodón, con el que se elaboran camisetas, ropa de cama, ropa interior, entre las principales.³⁷

De acuerdo a estudios realizados por el MICIP (Ministerio de Industrias y Productividad), en el mercado local las PYMES se desarrollan principalmente en las provincias de Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha y Tungurahua, las cuales operan específicamente en ocho sectores productivos: textiles y confecciones;

³⁷ Marco, Pablo. *El Mercado del Sector Textil en Ecuador, Estudios de Mercado*, Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX, Año 2010

productos alimenticios y bebidas; cuero y calzado; madera y muebles; papel, imprenta y editoriales; productos químicos y plásticos; productos minerales no metálicos; productos metálicos, maquinaria y equipo.

Según el Censo Nacional Económico (CENEC) realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), las MIPYMES, dentro del tejido empresarial nacional, tienen un aporte significativo ya que 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de esa categoría. Para aquella clasificación se tomó como referencia el tamaño de empresas por número de empleados, expuesto en la Resolución 1260 de la Secretaría de la Comunidad Andina de Naciones (CAN); microempresa (uno a nueve trabajadores), pequeña empresa (10 a 49), mediana empresa (50 a 199) y gran empresa (200 o más). Las MIPYMES son reconocidas por ser generadoras de empleo, de cada cuatro puestos de trabajo que existen en el país tres son generados por aquellas empresas categorizadas como micro, pequeñas o medianas. La microempresa genera el 44% de empleo, la pequeña empresa el 17%, la mediana el 14% y la gran empresa el 25%, según los resultados del CENEC.

2.1.11 Proyecto SALTO

Según el Proyecto SALTO realizado por USAID-ECUADOR; los microempresarios ecuatorianos están en general satisfechos con sus empresas y están comprometidos a continuar con sus microempresas. Hay poca indicación de que fueron forzados a convertirse en microempresarios debido a la falta de otras oportunidades; la mayoría abrumadora de microempresarios eligió empezar su propia empresa debido a un deseo de mayor independencia o porque percibían una oportunidad para ganar más.

También hay poca indicación de que abandonarían sus empresas para buscar empleo remunerado. Además, a la mayoría de los empresarios les gustaría

*ver que sus empresas crezcan en vez de cambiar de empleo o permanecer como están*³⁸. En consecuencia, las microempresas parecen representar un segmento estable de la economía en vez de uno temporal o de transición.

En general, los microempresarios están satisfechos con las ganancias que obtienen de sus empresas. La gran mayoría siente que sus ingresos están alrededor del "promedio"; más de la mitad dicen que es bueno o muy bueno. Además, casi el 70 por ciento dice que sus ingresos son mejores de los que podían recibir en un empleo remunerado.

Figura N° 3
EMPRESAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO

SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TOTAL TRABAJADORES
PYMES	15.000	330.000
ARTESANIAS	200.000	600.00
MICROEMPRESAS	252.000	756.000
TOTAL	467.000	1`680.000

Fuente: Instituto de Investigaciones Socioeconómicas y Tecnológicas

Elaboración: Instituto de Investigaciones Socioeconómicas y Tecnológicas

Según la Cámara de Industrias en el Ecuador las PYMES cubren una variedad de actividades, entre las que predominan las comerciales, los servicios y las de producción de pequeños industriales, artesanos o micro industriales. Se

³⁸Magill, John. Development Alternatives Inc. y Richard L Meyer, Ohio State University para el Proyecto SALTO/USAID; Microempresa y Microfinanzas en el Ecuador, Año 2005

estima que existen en el Ecuador alrededor de 600.000 pequeñas y medianas empresas que ocupan a 1.200.000 personas, lo que representa un 38% de la ocupación total del país; se ubican geográficamente de manera muy concentradas en las ciudades de mayor desarrollo; en Quito y Guayaquil, en las cuales se asientan el 77% de los establecimientos; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 15%; y el 8% corresponde a las provincias restantes. Con respecto a la generación de riqueza por grupo productivo, el sector alimenticio aporta con el 20.7% del total, el de textiles y confecciones con el 20.3%, el de maquinaria y equipo con el 19.9%, el de productos químicos con el 13.3%, madera y muebles con el 10.8%, papel e imprenta con el 8.2%, cuero y calzado con un 3.8% y el de minerales no metálicos con un 3%. Para el 44% de las empresas el mercado de negocios es básicamente local (su ciudad) mientras que para el 26% sería de alcance regional (ciudad, provincia de origen y provincias circunvecinas). El 8% habría extendido su radio de acción a otras provincias y solamente el 6% estaría sosteniendo el flujo exportable.

La creación de microempresas es sin duda uno de los objetivos de los profesionales, pues desarrolla económicamente a un país. En tal sentido el presente trabajo busca de un lado, aportar al desarrollo de la región, de la comunidad, y por supuesto lograr el mayor crecimiento personal, productivo y social, mejorando la calidad de vida, de las confeccionistas.

Teniendo en cuenta que el mercado mundial y nacional de confecciones es altamente concurrido, puesto que se trata de un sector que por su demanda, los niveles de competitividad tienden a extenderse y ampliarse respectivamente, lo que hace mostrarlo como una posibilidad viable de proyección y organización de la microempresa. Específicamente la moda de ropa femenina es un mercado muy apetecido por las empresas de confecciones es por eso que surge la creación de una microempresa de confección de ropa para la mujer el cual busca entrar en el mercado y lograr posicionarse.

“El sector de la confección en el Ecuador tiene grandes potenciales, pero para aprovecharlas es necesario que las empresas unan esfuerzos mediante la asociatividad, para formar alianzas estratégicas como: La producción conjunta que abastezcan la demanda del mercado nacional e internacional. La importación de materias primas a menor costo para minimizar los costos de producción. La capacitación constante de empleados y trabajadores para que produzcan de acuerdo a las exigencias del mercado. Estas alianzas sin duda permitirán un mejor posicionamiento del producto a un precio justo y en la cantidad exacta para lograr una mayor participación en los mercados con mayores niveles de competitividad y por lo tanto de rentabilidad.”³⁹

Las principales ventajas de establecer una microempresa son la flexibilidad con la que actúan, tanto a nivel del personal, que suele ser multidisciplinario, como a otros niveles (disponibilidad geográfica, adaptabilidad del producto al mercado, transformación rápida, toma rápida de decisiones, etc.), ventajas que deben aprovechar para poder hacerse un nicho en el mercado, muchas veces muy competitivo y maduro.

“El sector manufacturero del Ecuador empleó a más de 294 mil personas entre enero y septiembre del año anterior. Los establecimientos micro, pequeños y medianos ocupan al 59,5% del personal empleado en la industria manufacturera”⁴⁰

En materia de confecciones, las pequeñas empresas con productos poco diferenciados y marcas no reconocidas, venden en pequeños almacenes que compiten con bajos precios, utilizando en ocasiones puntos de ventas propios y una fuerza de venta que abastece a diferentes almacenes.

El reconocimiento y posicionamiento de una empresa se representará en la posibilidad de permanecer en el tiempo, siempre y cuando se compita con

³⁹ Revista EKOS Economía y Negocios No. 126

⁴⁰ Instituto de Estadísticas (INEC), Año 2011

innovación, calidad, buenos precios y siempre y cuando se le otorgue a la empresa por parte de los clientes el reconocimiento de una empresa que ofrece la mejor opción de compra.

El sector textil ecuatoriano está viviendo un proceso de transformación para reducir sus costes y así competir con sus socios más cercanos (Perú y Colombia, y en menor medida con Brasil). La diversificación ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. La industria de confecciones, ha tomado gran resonancia en los últimos tiempos por el gran despliegue y globalización de la moda, por el mundo que es cada vez más exigente en el vestir, se requiere más calidad y mejor diseño; entonces las empresas compiten por ser mejores en calidad, diseño y entrega.

La Cámara De Comercio De Quito manifiesta “De igual manera diferentes ONG’s internacionales que han comprendido que las (PYMES) generan desarrollo para los países han destinado para el Ecuador alrededor de USD 15 millones para el apoyo productivo de estas unidades en el país con proyectos rurales específicos y brindando la capacitación necesaria para que las comunidades puedan continuar con el negocio. Actualmente las PYMES en nuestro país existen alrededor de 15 mil empresas que representan el 95% de las unidades productivas y las mismas generan alrededor del 60% del empleo formal nacional”.⁴¹

⁴¹ Cámara de Comercio, Boletín Económico, Marzo 2010, www.camaracomercio.com.ec

1.2.12 Importancia de las MIPYME en la economía de la región

En la distribución de empresas por tamaño en países de América Latina, las pymes representan aproximadamente 99% del total de empresas. Esta distribución subraya la importancia de las pymes dentro del contexto productivo y su potencial como agente de cambio estructural.

El empleo de las microempresas se concentra en el sector comercio y en algunos servicios de bajo valor agregado; en el caso de las pequeñas empresas, el comercio minorista, la industria manufacturera (en menor medida) y, en algunos países, la construcción reúnen la mayoría del empleo. En cambio, en las empresas medianas la industria constituye en varios países el sector con el mayor porcentaje de ocupados, aunque el comercio mantiene un peso relativo relevante. En las grandes empresas, la manufactura y algunos servicios de mayor valor agregado (telecomunicaciones e intermediación financiera) reúnen la mayoría del empleo.

Figura N° 4
Porcentajes de empresas por tamaño en América Latina

Pais	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Argentina	81.6	16.1	1.9	0.4
Brasil	85.4	12.1	1.4	1.0
Chile	90.4	7.8	1.2	0.6
Colombia	93.2	5.5	1.0	0.3
Ecuador	95.4	3.8	0.6	0.2
México	95.5	3.6	0.8	0.2
Perú	98.1	1.54	0.34	0.02
Uruguay	83.8	13.4	3.1	0.6

Fuente: Perspectivas económicas de América Latina 2013

La microempresa es el grupo más grande de empresas en la región, porque son importantes generadoras de empleos y de desarrollo a nivel local en términos

de creación de riqueza y de cultura emprendedora, así como en la implementación de nuevas tecnologías e innovaciones.

La OIT apoya el desarrollo de mercados para Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) que son muy amplios, incluyen capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo y en comercio exterior, asesoramiento empresarial, planes de negocios, entre otros. Los SDE están orientados a desarrollar mejoras en cualquier área de la empresa, incrementar las capacidades de los empresarios y de los trabajadores. De esta forma, la presencia de un mercado de SDE resulta sumamente importante para que las micro, pequeñas y medianas empresas sean competitivas.

La consolidación de la industria de servicios empresariales, permitiría que se concreten alianzas y se genere una demanda mediante un proceso de sensibilización del microempresario sobre la necesidad de poseer una visión empresarial.

El desarrollo de un mercado eficiente para el Servicio de Desarrollo Empresarial apunta a mejorar el desempeño de las microempresas, como medio de lograr un mayor crecimiento económico y empleo, que apoyen al desarrollo de cadenas de valor y encadenamientos productivos que permitan mejorar la competitividad del sector, abran nuevos nichos de mercado y canales de comercialización, para así reducir la pobreza y cumplir objetivos sociales.

El apoyo de las ONG's en nuestro país también ha servido de motor económico para la producción nacional, brindando ayuda en diferentes comunidades del país, a más del estímulo en el crecimiento productivo y de desarrollo social mediante el programa de Microfinanzas de Misión Alianza que brinda recursos económicos para iniciar o mejorar sus negocios, que trabaja con el sector de Flor de Bastión.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Marco Teórico

2.2.1.1 Aportes Teóricos sobre Emprendimiento y creación de empresas.

La palabra entrepreneur, es de origen francés que significa empresario, en este sentido entrepreneur es sinónimo de merchant, dealer, business person. Sin embargo en los últimos años esta palabra ha venido adquiriendo una carga semántica especial, que se puede resumir en las siguientes características:

Un entrepreneur es una persona, hombre o mujer que monta su propio negocio, normalmente de pequeño tamaño por alguna de las siguientes razones:

- ✓ Ser sus propios jefes
- ✓ Huir de la estructura empresarial, en la que se sienten prisioneros
- ✓ Poner en práctica sus ideas creativas
- ✓ Poder ser útiles a los demás
- ✓ Ponerse a prueba a sí mismos

Algunos entrepreneurs eligen esta opción desde el principio, sin haber trabajado antes en ningún otro sitio, otros llegan al entrepreneurship desde la empresa, frecuentemente desde la gran corporación. Unos optan por establecerse por propia voluntad, otros porque perdieron su puesto de trabajo y es la única manera de conseguir una ocupación y unos ingresos. Las connotaciones actuales de la voz entrepreneur son las de independencia, de libertad, de creatividad.⁴²

Una persona emprendedora ve la oportunidad y es capaz de crear algo nuevo, de llevar adelante sus ideas para poder producir bienes y servicios, de

⁴² Puchol, Luis. El libro del emprendedor: cómo crear tu propia empresa y convertirte en tu propio jefe. Segunda Edición, Ediciones Diaz de Santos, Año 2005

afrontar problemas que se presenten en el día a día y asumir riesgos, porque el éxito que se obtenga no es dependiendo de la suerte, sino de las ganas que se tenga de salir adelante, y así lograr un impacto es su propia vida y también en la comunidad en la que vive.

Mediante el emprendimiento para la conformación de la microempresa de confecciones de ropa para damas se generará fuentes de empleo para las mujeres que viven en el sector de Flor de Bastión, bloque 8; no solo obtendrán ingresos para ayudar en el mejoramiento del nivel de vida de sus familias, sino que también les aportará bienestar y autoestima, considerándose útiles para la sociedad y para con ellas mismas, siendo modelos de sus hijos y familiares, exponiendo que se pueden valer por sí mismas.

Lo más importante de la creación de esta microempresa es que se brinda la oportunidad de crecer laboralmente, motivando a las mujeres, sintiéndose más positivas con la realidad de poder cubrir las necesidades básicas de los integrantes de sus familias como son la educación, alimentación y vestimenta.

“El término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía”. (Castillo, 1999)⁴³.

“Richard Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y

⁴³ Castillo, Alicia. Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento, para INTEC CHILE, con el financiamiento del Fondo de Desarrollo e Innovación CORFO y el apoyo de la Universidad de Tarapacá y el Servicio de Cooperación Técnica SERCOTEC, Año 1999.

soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado". (Thornton, 1998)⁴⁴.

Burnett (2000)⁴⁵ enuncia posteriormente que tanto la palabra "entrepreneur" como "emprendedor" se generalizó para identificar a las personas que toman riesgos económicos. Es así como el economista francés Jean Baptiste Say, hizo un interesante aporte a la definición. Say afirmó que el "entrepreneur" es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

El emprendedor posee un espíritu especial. Confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.

Muchos consideran que alcanzar el éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte, sin embargo es importante tener claro cuáles son las verdaderas causas que provocan que un emprendimiento resulte favorable, siendo imprescindible destacar que en realidad, el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea.

⁴⁴ Thornton, M. The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón (1680-1734). Año 1998

⁴⁵ Burnett, D. The Supply of Entrepreneurship and Economic Development. Año 2000, www.technopreneurial.com/articles/ed.asp.

2.2.1.2 Teoría del Desarrollo Económico de Schumpeter

Sin embargo, el primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio del mercado, causado por el empresario innovador, al hacer algo nuevo ya sea un producto, un nuevo proceso o la mejora de uno ya existente. El empresario es el motor de la economía y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa”. Este término se refiere al proceso de transformación que acompaña a innovaciones radicales. Según Schumpeter, las innovaciones llevadas a cabo por los entrepreneurs trastocarían el orden de hacer las cosas trayendo consigo una destrucción creativa que volvería obsoletos los viejos inventarios, ideas, tecnologías, habilidades y equipos.

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria, dinámica y fuera de lo común que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro Capitalismo, socialismo y democracia. El observó que:

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una

idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiar y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora. Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan”⁴⁶

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, después de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso. También era claro para Schumpeter que, además de las capacidades técnicas y experiencia, el ejercicio de la intuición y estrategia era de particular importancia.

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una

⁴⁶ Schumpeter, J.A. Capitalism, Socialism and democracy. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers. Año 1950

oportunidad. Con la habilidad de buscar oportunidades se pone a prueba la capacidad de diseñar y poner en marcha un proyecto propio independientemente de los recursos necesarios para hacerlo, con el principal objetivo de crear valor, que generen más beneficios que costos y que potencialmente agreguen valor y sustentabilidad a la actividad.

Sin embargo varios autores refutaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwig von Mises. En contraste con Schumpeter, Mises, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas, el emprendedor tiene que estar alerta a los cambios y los percibe como oportunidad, descubre los errores e ineficiencias y procura eliminarlos. Identifica específicamente tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Ismael Kirzner (1998)⁴⁷, plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines.

⁴⁷ Kirzner I. M. El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I, Unión Editorial, Madrid, Año 1998

Para Kirzner el empresario es quien mueve la sociedad de un estado de quietud (núcleo) o de no ganancia hacia el equilibrio gradual e incremental a medida que se perciben precios alternativos lo cual da pie al arbitraje de recursos.

Este autor afirma que, en toda acción humana está presente este elemento y que dicha acción no se puede analizar en términos de eficiencia económica. En este punto coincide con Schumpeter y reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado. La teoría económica tradicional, supone que la definición de fines y medios se han realizado previamente y se preocupa sólo porque se lleven a cabo con eficiencia. En cambio, al incluirse este elemento, el sujeto deja de tener una actitud pasiva en la que simplemente toma la mejor decisión de acuerdo a las circunstancias. De esta manera, puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos antes inadvertidos.

2.2.1.3 Innovación y Espíritu Emprendedor

Por otra parte, Peter Drucker (1985)⁴⁸, uno de los autores más importantes en el tema, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del

⁴⁸ Drucker, Peter. Innovation and Entrepreneurship. Harper y Row. Nueva York, USA, Año 1985

emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

Drucker plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo. Es verdad que en ese emprendimiento no se inventó un nuevo producto, pero sí fue innovador en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y el entrenamiento del personal, entre otras cosas) y en la forma de comercialización.

“Es probable que ambos modos de emprendimiento; tanto el de Joseph Schumpeter y la escuela austríaca co-existan en una persona o en una sociedad, la co-existencia de ambos modos de emprendimiento parece favorecer el desarrollo. Los mejores emprendedores posiblemente combinen características de ambos efectiva o alternativamente, teniendo la capacidad de cambiar fácilmente de un modo al otro a medida que la situación lo requiera. Sin embargo, de acuerdo a los aspectos culturales de cada sociedad, se pueden establecer si los patrones de una escuela son predominantes o no”. (Castillo, 1999).

En la década de los años 80 el profesor Howard Stevenson, de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en que los individuos estén dedicados a la exploración de oportunidades, más allá de los recursos que disponen. Este análisis ha servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de compañías de todo tipo. Si verdaderamente se está frente a una “oportunidad de negocios” tarde o temprano se va a encontrar el capital que se necesite para realizar el emprendimiento.

Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos disponibles y controlables en la actualidad. El empresario es un creador de empresa y busca la generación de riqueza. Una característica del empresario para que sea emprendedor es que sea innovador. Para este autor la innovación no es solo de producto o servicio sino también de procesos o mercados. Hace diferencia entre el empresario exitoso y el ejecutivo exitoso

Existen muchos ejemplos de empresarios/as exitosos que siguen esta tendencia. Son los conocidos aquellos que creyeron en su sueño e hicieron lo imposible por hacerlo realidad, y lo lograron. Pero también existen muchos líderes empleados en empresas establecidas que también lograron realizar su sueño, que son menos conocidos.

Los emprendedores crean sus empresas para alcanzar metas personales, y esas metas personales deben determinar el tamaño que desean alcanzar para la empresa que crean. Sólo cuando los emprendedores pueden decir lo que desean personalmente de sus empresas tiene sentido que se planteen las tres preguntas siguientes:

- ✓ ¿Qué clase de empresa necesito formar? : La sustentabilidad a largo plazo no preocupa a los emprendedores que buscan beneficios rápidos derivados de operaciones que no entrañan continuidad. O los emprendedores para los cuales la sustentabilidad es todavía más importante; que desean crear una institución que sea capaz de renovarse a lo largo de sucesivas generaciones de tecnologías, empleados y clientes.
- ✓ ¿Qué riesgos y sacrificios exige tal empresa? : Crear una empresa sustentable; esto es, una cuyo principal activo productivo no sean simplemente las habilidades, contactos y esfuerzos del fundador. Los emprendedores que explotan empresas de riesgo de pequeña dimensión, o de forma de vida, se enfrentan a formas diferentes de riesgo. “Para marcar metas significativas, los emprendedores deben reconciliar lo que desean con lo que están dispuestos a arriesgar”.⁴⁹
- ✓ ¿Puedo aceptar esos riesgos y sacrificios? : Si los emprendedores ven que sus empresas, aunque tengan éxito, no les satisfacen personalmente, o si

⁴⁹ Amar Bhide. Et al., La iniciativa emprendedora, Harvard Business Review, 2004, Ediciones Deusto, España

descubren que el logro de sus metas personales les exige asumir más riesgos y hacer más sacrificios que los que están dispuestos a soportar.

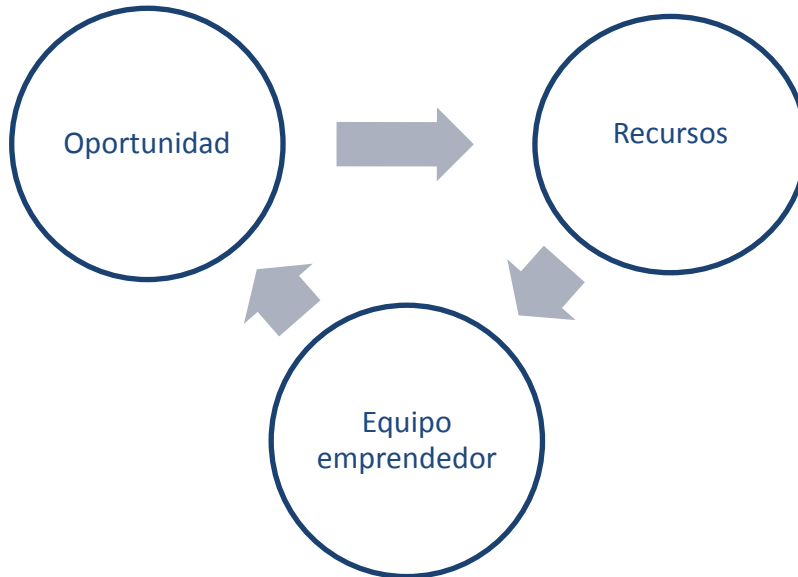
- ✓ Determinar la estrategia: ¿Cómo llegaré a la meta? : Muchos emprendedores ponen en marcha su empresa para aprovechar oportunidades a corto plazo sin pensar en la estrategia a largo plazo. Sin embargo, los emprendedores que alcanzan el éxito hacen pronto la transición de una orientación táctica a una estratégica, a fin de poder empezar a crear capacidades y recursos cruciales.

2.2.1.4 Modelo de Timmons para emprender

Jeffrey Timmons⁵⁰, profesor en emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University desarrolló un modelo de establecimiento de empresas basado en tres pilares: oportunidad, se define la idea a ver si realmente hay una opción de mercado o solo una simple idea, para ello se analiza el mercado al cuál se dirigirá la empresa y se termina por concretar en un plan de negocio con el objetivo de dimensionar el proyecto y concretar las necesidades financieras para garantizar los recursos que facilitarán el lanzamiento y éxito a futuro de la empresa. La base de toda empresa y también del método Timmons es su equipo fundador multidisciplinar, donde el líder representa un papel muy importante.

⁵⁰ En 1998, Jeffrey Timmons fue identificado por la revista Newsweek como el profesor que más millonarios ha generado en los Estados Unidos. Su libro: New Venture Creation, es utilizado por casi todos los programas de emprendimiento como texto base de los cursos generales y como guía de estudios para emprendedores independientes.

Figura N° 5
MODELO DE TIMMONS



Fuente: Timmons, Jeffrey (1999) New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century

1. **El emprendedor y su equipo.** :Cuál es su formación y experiencia en gestión de proyectos y nuevos negocios, cuáles son sus conocimientos y cuál es su capital relacional en relación a la nueva empresa. Tener todas estas características bien cubiertas es importante a la hora de emprender.
2. **La oportunidad de mercado:** Lo primero es ver si realmente hay una oportunidad de mercado o es solo una mera idea. Para ello deberemos analizar el mercado al cual se dirigirá la empresa y el sector en el que se desarrollará la actividad, analizando cuál es la situación de la competencia. De esa forma podremos hacernos una idea de la oportunidad real de mercado.
3. **Los recursos:** Más allá de las obvias necesidades de financiamiento, saber cuáles van a ser los recursos necesarios para ver si será posible conseguirlos, y cuáles serán las vías para llegar a ellos.

El modelo Timmons considera que los pilares básicos del emprendimiento se entrelazan entre sí y necesariamente contemplan el efecto de las personas que sustentan la empresa. Así las ideas se filtran o se transforman en oportunidades, los recursos que se necesitan se determinan y se evalúan en base a las múltiples alternativas. Según Timmons, el dinero no es el recurso más crítico, muchos emprendedores comienzan con muy poco dinero. El compromiso, la determinación y la persistencia son un requisito indispensable en cualquier equipo.⁵¹

La importancia del equipo radica en el hecho de que el proceso de transformar una idea en realidad depende del empuje y la pasión que le imprima su impulsor para aprovechar la oportunidad y encontrar los recursos necesarios, acompañado de otros talentos que lo ayuden a realizar las tareas que él no puede cubrir.

Hoy en día es reconocido que las bases del estudio y entrenamiento en emprendimiento fueron generadas por Schumpeter y la escuela austríaca en sus intentos por establecer cuál era realmente el dominio del emprendimiento.

El desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano. La enseñanza del emprendimiento no está ligada al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas. Está ligada a:

1. La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austríaca).
2. La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stenvenson)
3. El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons).

⁵¹ Timmons, Jeffrey. *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century*, Editorial McGraw – Hill. Año 2004.

2.2.1.5 Libertad y Desarrollo

Para la intención de este proyecto es de utilidad la definición de desarrollo ofrecida por Amartya Sen en su libro "Libertad y Desarrollo". Dicha definición es la siguiente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos". La actitud emprendedora favorece al desarrollo, permitiendo a los individuos aumentar sus capacidades y oportunidades. Y favorece, especialmente, a los procesos de desarrollo.

Para los defensores del desarrollo humano queda claro que una mayor producción de bienes y servicios (crecimiento) expande las oportunidades, las capacidades y las posibilidades de elección (libertad); y el crecimiento económico y la mayor libertad contribuyen de manera importante al desarrollo humano.

Según Sen⁵², es necesario considerar que si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en sí mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sin embargo, aclara que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su estándar de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución. De esta forma puede ser posible que un país obtenga mayores niveles de producto, mientras que no todos sus habitantes logran disfrutar de las bondades de dicho incremento. Por estos motivos sugiere la necesidad de no sacar conclusiones teniendo sólo en cuenta el concepto de crecimiento y propone ir mucho más allá., considera que no es suficiente que una sociedad se proponga aumentar su producto y, al igual que Aristóteles, lo define como " un instrumento para conseguir otro fin".

Sen define al desarrollo por la capacidad que tienen las personas de transformar esa renta en aquello que ellas consideran necesario para llevar la vida

⁵² Sen, Amartya, Desarrollo y Libertad; Editorial Planeta, Año 2000

que quieren llevar. El desarrollo se basa en la libertad justamente porque esta permite a los individuos aumentar las capacidades que les permitan vivir de la forma en que quieran vivir, lo cual es, según Sen, el objetivo de alcanzar un mayor desarrollo.

En los últimos años, el propio concepto de desarrollo se amplía hasta introducir la dimensión individual, humana, más allá incluso del concepto de desarrollo humano. El énfasis se desplaza hacia las personas y los aspectos contemplados, trascienden los indicadores sanitarios y educativos para incluir las capacidades del ser humano para decidir su propio destino. La idea fuerza es la de libertad económica para desarrollar una vida digna, para participar en decisiones que afectan a las personas implicadas y para conservar un modo de vida valorado por el individuo.

La empresa puede ser definida como una entidad creada con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios a partir de la utilización de distintos factores de producción (como materias primas, maquinaria, mano de obra, capital), bienes o servicios que serán vendidos en el mercado.(Caballero y Freijeiro)⁵³

En toda empresa debe existir una persona o grupo de personas que organice y coordine sus actividades. En el caso de las Pymes, será el emprendedor-empresario el que asuma esta responsabilidad. El empresario debe fijarse los objetivos que pretende alcanzar con su empresa y, a partir de los medios de su entorno que tenga a su disposición, buscar la estrategia más adecuada para alcanzar esos objetivos.

⁵³ Caballero Miguez, Gonzalo; Freijeiro Álvarez, Ana Belén 'Dirección estratégica de la PYME, Fundamentos y Teoría para el éxito Empresarial Editorial Ideaspropias, Año 2007

2.2.1.6 Estrategia

El concepto de estrategia es antiguo. Los generales griegos dirigían sus ejércitos tanto en las conquistas como en la defensa de las ciudades. Cada tipo de objetivo requería de despliegue distinto de recursos. De igual manera la estrategia de un ejército también podría definirse como el patrón de acciones que se realizan para poder responder al enemigo. Los generales no solamente tenían que planear, sino también actuar. Así pues, ya en tiempos de la Antigua Grecia, el concepto de estrategia tenía tantos componentes de planeación como de toma de decisiones o acciones conjuntamente, estos dos conceptos constituyen la base para la estrategia.

“El vocablo *strategos* inicialmente se refería a un nombramiento (del general en jefe de un ejército). Más tarde pasó a significar “el arte en general”, esto es, las habilidades psicológicas y el carácter con los que asumía el papel asignado. En la época de Pericles (450 a.C.) vino a explicitar habilidades administrativas (administración, liderazgo, oratoria, poder). Y ya en tiempos de Alejandro de Macedonia (330 a.C.) el término hacía referencia a la habilidad para aplicar la fuerza, vencer al enemigo y crear un sistema unificado de gobierno global” (Mintzberg y Quinn).⁵⁴

Solo en una época bastante reciente este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en particular a las actividades de negocios. Su significado ha revolucionado de tal forma que ahora es parte de la forma de dirigir organizaciones.

En el campo de la administración, una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar (Mintzberg, Quinn y Voyer). Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una

⁵⁴ Mintzberg, Quinn, Voyer, *El Proceso Estratégico*, Editorial Prentice-Hall, Año 1997

organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

Una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno.(Mintzberg, Quinn y Voyer).

“La estrategia de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y que pretende para lograr los objetivos financieros y estratégicos y luchar por la misión de la organización. Esto a la larga nos va a ayudar a cómo lograr nuestros objetivos y cómo luchar por la misión de la organización” (Thompson y Strickland,⁵⁵)

La estrategia es producto de un acto creador, innovador, lógico y aplicable, que genera un grupo de acciones coherentes de asignación de recursos y decisiones. Estas acciones van encaminadas a lograr que la empresa alcance una posición competitiva ventajosa en el entorno socioeconómico donde se desenvuelve.

La estrategia no sólo comprende lo impredecible, sino también lo desconocido. Para las estrategias empresariales fundamentales, ningún analista podría predecir, de manera precisa, cómo las fuerzas que se contraponen actúan entre sí, o cómo serán distorsionadas o cambiadas por la naturaleza humana o las emociones, o modificadas por la imaginación y lo determinante de los contraataques de los contrincantes hábiles (Braybrooke y Lindblom, 1963).

⁵⁵ Biasca, Rodolfo. ¿Somos Competitivos?, Análisis Estratégico para crear valor, Ediciones Granica, Año 2001

Quinn en su ensayo determina una lista de criterios para las estrategias efectivas: 1) establecer objetivos claros y decisivos, 2) Conservar la iniciativa, 3) concentrarse en un mando superior estable, un punto focal fino y contundente, 4) tener flexibilidad, 5) contar con un liderazgo coordinado y comprometido, 6) sorprender y 7) ofrecer seguridad, (proteger los recursos). Casi siempre es más conveniente concentrar las fuerzas de la empresa en aquello en lo que destaca con excelencia.

En primera instancia, las estrategias formales efectivas contienen tres elementos esenciales: 1) las metas u objetivos más importantes que deban alcanzarse, 2) las políticas más significativas que guiarán o limitarán la acción y 3) las principales secuencia de acción que deberán lograr las metas definidas dentro del límite establecido.

En segunda, las estrategias efectivas se desarrollan alrededor de pocos conceptos claves e impulsos, eso les da cohesión, equilibrio y claridad. Algunos impulsos son temporales; otros son continuos y perseveran hasta el final de la estrategia.

Algunos estudios sugieren ciertos criterios básicos para evaluar una estrategia, Mintzberg y Quinn mencionan los siguientes:

Objetivos claros y decisivos: No todas las metas requieren ser escritas o precisadas numéricamente, pero sí deben entenderse bien y ser decisivas, es decir, el logro de esas metas debe asegurar la viabilidad y vitalidad continuas de la empresa u organización frente a sus contrincantes.

Conservar la iniciativa: Una posición reactiva prolongada engendra cansancio, hace descender la moral, cede la ventaja del tiempo y los intangibles a los contrincantes. Por último, tal posición incrementa los costos, disminuye el número de opciones disponibles y baja la probabilidad de alcanzar el éxito necesario para asegurar la independencia y la continuidad.

Concentración: Una competencia diversificada permite mayor éxito con menos recursos, lo cual representa la base fundamental para obtener mayores ganancias (o utilidades) que los competidores.

Flexibilidad: El reforzamiento de habilidades, un ámbito de acción planeado y la ubicación renovada permiten mantener a los contrincantes, con un mínimo de recursos, en relativa desventaja.

Liderazgo coordinado y comprometido: Los líderes deben ser seleccionados y motivados, de tal manera, que sus propios intereses y valores coincidan con las necesidades del papel que se les asigne. Las estrategias exitosas requieren de compromisos, no sólo de aceptación.

Sorpresa: La velocidad, el silencio y la inteligencia para atacar, en momentos inesperados, a desprevenidos y desprovistos contrincantes. Junto con una correcta sincronización, la sorpresa puede alcanzar un éxito fuera de toda proporción en cuanto a la energía utilizada, y puede cambiar de manera decisiva posiciones estratégicas.

Seguridad: Se debe tomar en cuenta si la estrategia asegura la base de recursos y demás aspectos operativos fundamentales para la empresa, si desarrolla la logística imprescindible para sustentar cada uno de los impulsos principales.

2.2.1.7 Planificación estratégica

Al principio de los años 50, partió donde los economistas se dieron cuenta que ese concepto de estrategia es importante a nivel de negocios debido a que la empresa necesita una dirección de expansión y ámbito bien definidos, que los objetivos no solo satisfacen la necesidad y que se requieren reglas de decisión adicionales si la empresa quiere tener un crecimiento ordenado y rentable. Se puede citar a dos grandes personajes, como lo son John von Neumann y Oskar

Morgenstern, que juntos escribieron en el año 1944 un libro llamado “*Theory of Games and Economic Behavior*”. Con su teoría de los juegos iniciaron el uso de estrategia en el mundo de los negocios, en los primeros años la misma fue implícita y parcial, hasta llegar a la década de 1980, donde empezó a cobrar mayor consistencia y aparecen los primeros trabajos de "Planificación Estratégica", liderados por autores como George A. Steiner, quienes dieron los primeros pasos para dar metodología a esta área, y si bien muchas de sus aplicaciones y recomendaciones fracasaron inicialmente, dieron el inicio a un camino que cada vez se profundiza y se formaliza más y más.

Para iniciar un proceso de Planeación Estratégica se debe tener bien en claro qué es y en qué consiste. La planeación constituye una base determinante del resto del proceso que permite proyectarse hacia el futuro.

Planear es sin duda una de las actividades características del mundo contemporáneo la cual se vuelve más necesaria ante la creciente interdependencia y rapidez que se observa en el acontecer de los fenómenos económicos, políticos, sociales y tecnológicos.

“La planificación estratégica es el proceso de determinar cuáles son los principales objetivos de una organización y los criterios que precedieran la adquisición, uso y disposición de recursos en cuanto a la consecución de los referidos objetivos. Éstos, en el proceso de planificación estratégica, engloban misiones o propósitos determinados previamente, así como los objetivos específicos buscados por una empresa”. (Steiner, 1991).⁵⁶

“La ausencia de planificación produce falta de control dentro de la organización, así como la incapacidad para responder a situaciones imprevistas. La falta de planificación también limita la existencia de una medida para controlar el verdadero éxito o fracaso de la gestión, y a su vez, podría

⁵⁶ Steiner, G. Planificación Estratégica, Editorial CECOSA, Año 1991

representar la falta de criterio para decidir las inversiones y gastos a realizar”.
(Johnson y Scholes, 2001).⁵⁷

“La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación deben hacerse, cuándo y cómo deben realizarse, quién los llevará a cabo, y qué se hará con los resultados. La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base en una realidad entendida.”(Steiner)

La planeación estratégica formal implica un proceso escrito explícito para la determinación de los objetivos de la compañía a largo plazo, la generación de estrategias opcionales con las cuales cumplir esos objetivos, la evaluación de esas estrategias y un procedimiento sistemático para controlar los resultados.

“La planeación estratégica debe iniciarse con la identificación de los objetivos de la organización. Con frecuencia, se pueden confundir los objetivos (qué se desea y para cuándo) con las estrategias (cómo se alcanzarán los objetivos), es por ello que el análisis y establecimiento de los objetivos han sido considerados durante mucho tiempo, un paso primordial de la planeación estratégica formal” (Kenneth, 1992).⁵⁸

Un factor trascendental en la creación de una empresa, es el de establecer desde su formación, la visión, misión y los objetivos de la misma. Porque son estos los que a lo largo del tiempo rigen o guían el camino de ésta, siendo la base fundamental en la consolidación en toda empresa. El objetivo de toda empresa a más de generar rentabilidad, es el de verse posicionado en el mercado, es por esto

⁵⁷ Johnson y Scholes. Dirección Estratégica, Editorial Pearson Prentice Hall, Año 2006

⁵⁸ Kenneth, A. Manual de Administración estratégica. Editorial McGraw – Hill, Año 1992

que para cumplir con esta meta, la empresa debe cumplir con algunas condiciones, como son: una distribución adecuada del local, un recomendable servicio, una adecuada atención, calidad en el producto.

Las dificultades del establecimiento de los objetivos han llevado a muchos observadores a recomendar a los planificadores que olviden éste paso ya que apoyan la idea que los objetivos vagos permiten mayor flexibilidad en las acciones y que los objetivos especificados por escrito crean problemas políticos dentro de las organizaciones.

Kennet (1992) sugiere que sea cual sea el enfoque de la empresa, formal o informal, es necesario tomar un rumbo y plantear una o varias metas. Una forma que ayuda a asegurar que el análisis y planteamiento de los objetivos sea fácil de realizar, consiste en utilizar el enfoque del miembro del grupo de interés, lo cual significa listar a todos aquellos grupos que de alguna forma han contribuido a los recursos de la empresa y después se da una descripción de los objetivos de cada uno de estos grupos. Dichos grupos pueden ser: acreedores, accionistas, empleados, compradores, proveedores, distribuidores y la comunidad local.

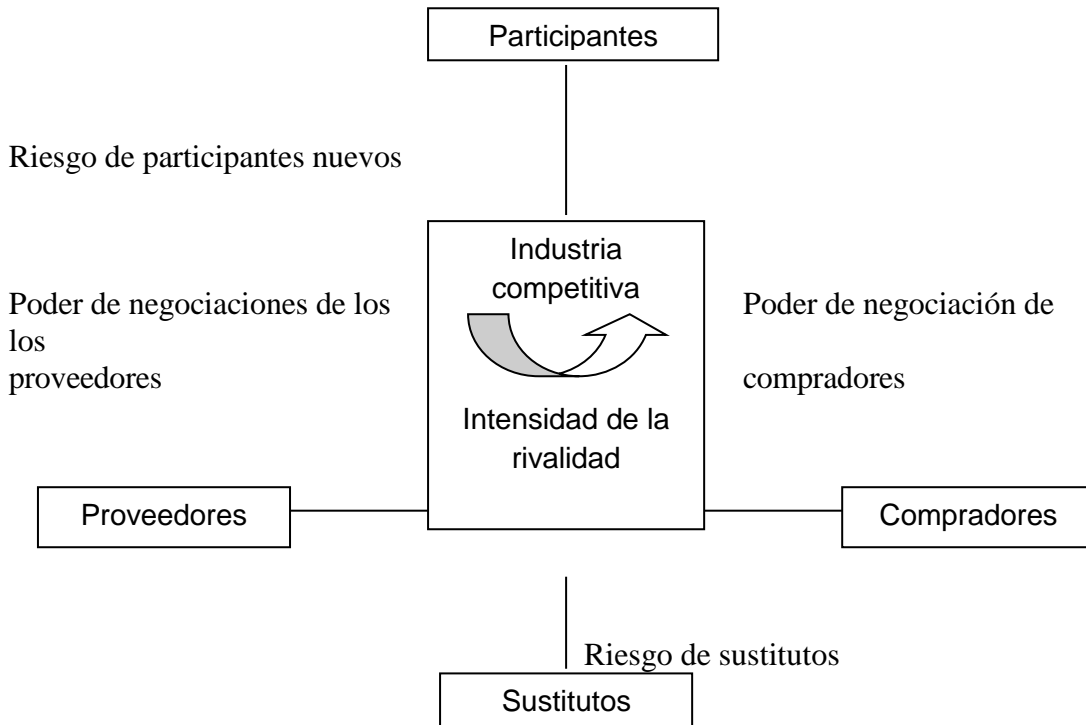
Se recomienda llevar a cabo un análisis de fortalezas y debilidades, en donde se realiza un inventario de los recursos de la organización (financieros, de comercialización, producción, etc.). De esa forma se podrán trazar los objetivos; con base en lo que se desea (análisis del grupo de interés) y en lo que es factible (análisis de fortalezas y debilidades).

2.2.1.8 Modelo De Las 5 Fuerzas De Porter

Según Porter el objetivo principal de crear una estrategia para una empresa es el adecuarse o adaptarse a la competencia. Existen cinco fuerzas básicas de las cuales depende la situación de competencia como son: Clientes, Proveedores,

Participantes Potenciales, Productos Sustitutos y la industria misma (Mintzberg H., Quinn J., & Voyer J.; 1997).

Figura N° 6
Elementos de la estructura de la industria.



Fuente: (Mintzberg H., Quinn J., & Voyer J.; 1997, p. 96).

Las fuerzas competitivas son originadas por características económicas y técnicas fundamentales de cada organización para lo cual, un estrategia corporativo debe tener como meta encontrar una posición en donde la organización pueda defenderse o influir de manera positiva en dichas fuerzas, las cuales se explican a continuación.

- ✓ **Riesgo de Competencia.-** Para que el riesgo represente un riesgo importante de entrada es necesario que las barreras de entrada sean altas y que

el nuevo participante no sienta una fuerte reacción de los competidores ya existentes. Las seis barreras principales contra la competencia son: Economías de Escala, Diferenciación del Producto, Requerimientos de Capital, Desventajas, Acceso a los Canales de Distribución y Políticas Gubernamentales.

- ✓ **Proveedores Poderosos.-** Un proveedor es considerado poderoso cuando está dominado por pocas compañías, cuando su producto es único o diferenciado, cuando no está obligado a competir con otros productos por ventas en la industria, cuando la industria no es cliente importante para el grupo del proveedor.

- ✓ **Compradores Poderosos.-** Un comprador se considera importante si está concentrado en compras de gran volumen; si los productos que le compran a la industria no son diferenciados; si los productos que le compran a la industria son un componente importante de su producto y representan una parte importante de su costo; si obtiene escasas utilidades; si el producto no es importante para la calidad de los productos o servicios al comprador, si el producto no le ahorra dinero al comprador porque lo que le interesa es la calidad, o si existe un riesgo en que los compradores fabriquen sus propios productos.

- ✓ **Productos Sustitutos.-** Son los productos que satisfacen las mismas necesidades básicas que los clientes requieren. Cuando los productos sustitutos se convierten en una amenaza la organización necesita tomar medidas para mejorar la calidad del producto o buscar alguna forma para diferenciarlo. Cuando los productos sustitutos se sujetan a tendencias que mejoran la retribución desempeño de precios a los productos de la organización o cuando éstos son fabricados por industrias que proporcionan altas utilidades se les debe poner mayor atención estratégica.

- ✓ **Rivalidad entre Competidores.-** Para que la organización se mantenga en una buena posición frente a sus competidores se deben utilizar estrategias como la Competencia de Precios, Introducción de nuevos productos o realizar fuertes campañas de publicidad. La Rivalidad entre los competidores se da por diversos factores como cuando los competidores son numerosos o del mismo tamaño y tienen un poder similar; cuando el crecimiento de la industria es lento; cuando el producto o servicio no es diferenciado; cuando los costos fijos son altos o el producto es perecedero; cuando los incrementos en la capacidad modifican el equilibrio entre la oferta y la demanda; cuando las barreras de entrada son altas, o cuando las estrategias de los competidores son diversas.

2.2.2 Marco Legal

2.2.2.1 Código del Trabajo

El Código del Trabajo promulgado en Registro Oficial No. 167 el 16 de diciembre del 2005, establece la normativa legal vigente que regula las relaciones entre trabajadores y empleadores de las diversas modalidades y condiciones de trabajo existentes en el país.

Este cuerpo legal indica entre sus principios básicos los siguientes:

1. **Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.-** *El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.
Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.*

2. **Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.-** *Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.*

3. **Art. 37.- Regulación de los contratos.-** *Los contratos de trabajo están regulados por las disposiciones de este Código, aún a falta de referencia expresa y a pesar de lo que se pacte en contrario.*

4. **Art. 38.- Riesgos provenientes del trabajo.-** *Los riesgos provenientes del trabajo son de cargo del empleador y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle de acuerdo con las disposiciones de este Código, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.*

5. **Art. 47.- De la jornada máxima.-** *La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.*

2.2.2.2 Ley de Seguridad Social

1. **Art. 2.- Sujetos de protección.-** *Son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:*
 - a. *El trabajador en relación de dependencia;*
 - b. *El trabajador autónomo;*
 - c. *El profesional en libre ejercicio;*
 - d. *El administrador o patrono de un negocio;*
 - e. *El dueño de una empresa unipersonal;*
 - f. *El menor trabajador independiente; y,*

Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

2.2.2.3 Constitución del Ecuador

Art. 66.- Garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, conforme los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 283.- Establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Capítulo quinto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

Art. 317.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 318.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social; deberá articularse al Plan Nacional de Desarrollo.

Sección cuarta

Democratización de los factores de producción

Art. 332.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

TÍTULO VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero

Inclusión y equidad

Art. 338.- El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios para asegurar el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo. El sistema se articulará al plan nacional de desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

2.2.2.4 Ley De Creación, Promoción Y Fomento De Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas

CAPITULO I

Del objeto de la ley y definiciones

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto:

1. Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los ecuatorianos,

2. Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES;
3. Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;
4. Promover factores favorables para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.

Capítulo II

Marco Institucional

Art. 6.- Programas educativos para MIPYMES y de creación de empresas.- El CONESUP, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, considerarán lo dispuesto en la presente Ley a efecto de establecer especializaciones, diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las MIPYMES y a promover la iniciativa empresarial.

Capítulo III

Acceso a mercados de bienes y servicios

Art. 11.- Promoción.- El Ministerio de Industrias y Productividad, los gobiernos seccionales autónomos y dependientes promoverán, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información

permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las MIPYMES.

Art. 30.- Salario Básico diferenciado.- A fin de posibilitar el pleno empleo, las micro, pequeñas y medianas empresas tendrán un salario básico diferenciado equivalente al 80% del sueldo o salario básico mensual del sector privado.

2.2.2.5 Normas Generales para la aplicación de la Ley General del Sistema Financiero

1. El numeral 1.4 del Art. 5 establece:

1.4 MICROCRÉDITOS: Es todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural, jurídica o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago, adecuadamente verificada por la institución del sistema financiero, provenga de los ingresos relacionados con la actividad productiva y/o de comercialización, o de otros conceptos redituables anuales que, de manera individual o respecto del núcleo familiar, sean menores a los cien mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 100.000,00), y cuyo monto de endeudamiento total no supere los veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20.000,00), sin incluir los créditos para la vivienda. Si el endeudamiento supera los veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20.000,00), las operaciones deberán clasificarse como comerciales en el subsegmento de créditos PYMES..."

2.- En el numeral 1.4.2. Referente a la Tecnología Crediticia, se indica que las instituciones del sistema financiero que operen con microcréditos deberán mantener la siguiente información crediticia:

1.4.2.1. Carpetas de crédito para cada prestatario o grupo de prestatarios, conteniendo la información requerida en los manuales de crédito de la propia institución;

1.4.2.2. Manuales de crédito que definan la tecnología crediticia y el detalle de la documentación requerida para la correcta aplicación de la misma;

1.4.2.3. Información específica para cada microcrédito;

1.4.2.4. Se entenderá por microcrédito debidamente garantizado, aquel que sea concedido con garantías reales, sean éstas hipotecarias o prendarias, que posibiliten a la institución prestamista una fuente alternativa de repago..."

3.- En el anexo 3 de la referida Norma se establecen los documentos que deben contener los expedientes de los clientes de un Microcrédito:

1. CARPETA DE CRÉDITO.- La carpeta de crédito está integrada por la siguiente información:

1.1 Informe básico del cliente.- Este formulario debidamente suscrito, debe ser llenado y mantenerse en forma actualizada para todos aquellos créditos de desarrollo microcrediticio. Suministra una información básica y general sobre la actividad del negocio del deudor, en aspectos tales como: si tiene personería jurídica o es persona natural, edad, nacionalidad, sexo, identificación del entorno familiar, experiencia en el negocio actual, teléfono, perfil del negocio, ubicación del deudor dentro de la zona de influencia de la institución financiera pública, tiempo de permanencia en el último local, patrimonio, experiencia crediticia y cualquier otra información de carácter general;

1.2 Detalle de la operación.- Son formularios debidamente suscritos por el responsable del departamento de crédito que contienen toda la información

respecto al crédito, informe de la visita de verificación, así como la garantía ofrecida, si existiere, visto bueno del departamento legal, de ser del caso; y, la autorización para su procesamiento. Este formulario deberá archiversse junto con la solicitud de crédito que presenta el cliente; y

1.3 Evaluación del perfil de riesgos.- Información que sustente la aplicación de la metodología crediticia con la que se evalúa el perfil de riesgo de la operación.

2.- INFORMACIÓN FINANCIERA.- En esta sección de la carpeta se archiversse toda la documentación financiera correspondiente a microempresarios, tales como:

2.1 Detalle de ventas mensuales, o según el flujo que le exija el negocio;

2.2 Detalle de cuentas por cobrar, cuentas por pagar y deuda con el sistema financiero, e información de los burós de información crediticia, si los tuviere; y,

2.3 Cumplir con las obligaciones con el Servicio de Rentas Internas a través del sistema RISE.

3.- UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE CLIENTES.- Debido al seguimiento que es necesario efectuar en este tipo de operaciones, toda carpeta deberá contener un croquis en el que conste la ubicación geográfica de la microempresa y de la vivienda del microempresario, verificados por el oficial de crédito, con su rúbrica de responsabilidad.

4. MANEJO DE LOS EXPEDIENTES.-

4.1 Todos los expedientes enunciados tienen el carácter de confidenciales; y,

4.2 Los oficiales de crédito, gerentes, abogados, gerentes de operación de las sucursales y de la matriz tienen acceso a estos expedientes en sus respectivas jurisdicciones, debiendo dejar constancia del retiro con su firma o inicial.

2.3 Hipótesis

Si mediante la conformación de una microempresa de confección de ropa para damas se podrá generar fuentes de empleo en la Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8.

2.4 Variables

De las preguntas de la investigación a contestar principal, se derivan las siguientes variables:

2.4.1 Variable Independiente:

Conformación de la microempresa

2.4.2 Variable Dependiente:

Generar fuentes de empleo

2.5 Indicadores

Los elementos que permitirán saber, examinar y definir cada una de las variables por medio de los siguientes indicadores:

Tabla N° 1

Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADOR	FUENTE	INSTRUMENTO
1. Diagnosticar la situación socioeconómica de las confeccionistas de Flor de Bastión, bloque 8.	Población	1.- Números de mujeres que habitan el sector.	Secundaria	Análisis documental
	Deseo de superación	1.- Porcentaje de mujeres que ven en la conformación de la microempresa una oportunidad de trabajo y superación	Primaria	Encuesta
	Plan Estratégico	1.- Plan estratégico	Secundaria	Análisis documental
2. Determinar la inversión (valor) que se necesita para la conformación de la microempresa.	Materia prima, insumos y equipos	1.- Precio de materia prima. 2.- Precio de insumos y equipos.	Secundaria	Análisis documental
3. Examinar y determinar el camino a seguir para la obtención de un microcrédito.	Ámbito legal	1.- Aspectos Legales.	Secundaria	Fichaje
4. Constituir la estructura organizacional apropiada para la correcta realización de una microempresa de confección.	Estructura organizacional	1.- Aspectos laborales. 2.- Recurso humano.	Secundaria	Análisis documental

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

El proyecto de intervención según Yépez (2010),

“Comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental. De campo o un diseño que incluya ambas modalidades. En la estructura del proyecto factible deben de constar las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto; y en caso de su desarrollo la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de sus resultados.”

3.1 Universo Muestral

3.1.1 Universo

Las poblaciones suelen ser muy numerosas, por lo que es difícil estudiar a todos sus miembros. Por ello se ha determinado que la población que este proyecto va a utilizar para su estudio será determinada mediante la fórmula de población finita.

El universo en estudio está constituido por 474 mujeres, que habitan en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8 de la ciudad de Guayaquil de acuerdo a la información proporcionada por el INEC en su Censo Poblacional desarrollado el 28 de Noviembre del 2010, tal como se muestra en el cuadro a continuación que detalla la situación de la población total de este sector.

Tabla N° 2

AREA # 090150: Ciudad de Guayaquil

Zona de Flor de Bastión, Bloque 8

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)

	HOMBRE	MUJER	TOTAL
OCUPADOS	1.090	425	1515
CESANTES	16	2	18
TRABAJADOR NUEVO⁵⁹	80	47	474
PEA	1.186	474	1.660

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

3.1.2 Muestra

Para la determinación de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio simple, es decir que los elementos son escogidos de tal manera que cada uno tenga igual probabilidad de ser seleccionado.

Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

⁵⁹ Trabajador nuevo son aquellas personas de 10 años y más que, en la semana pasada, iniciaron la búsqueda de empleo por primera vez.

- n: Tamaño de la muestra.
N: Tamaño de la población, N= 474
p: Posibilidad de que ocurra un evento, p=0,90
q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q=0,10
E: Error que se considera el 5%, E=0,05
Z: Nivel de confianza es de 95%, Z=1,96

Aplicando la fórmula;

$$n = \frac{(474 * 0.90 * 0.10)}{\frac{(474 - 1) * (0.05)^2}{(1,96)^2} + (0.90 * 0.10)}$$
$$n = \frac{42,66}{\frac{1,1825}{3,8416} + 0.09} = \frac{42,66}{0.3078 + 0.09}$$
$$n = \frac{42,66}{0.3978} = 107$$

Una vez efectuado el cálculo, el total de individuos para la aplicación de la encuesta de análisis socioeconómico de la Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, es de 107 mujeres que son residentes permanentes en el área objeto de investigación.

3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos.-

Para la evaluación de los indicadores se obtendrá la información mediante el uso de los siguientes instrumentos de investigación:

Fuente de información primaria:

1. La encuesta

Fuente de información secundaria:

1. El fichaje
2. Análisis documental

3.2.1 La Encuesta

Para la recolección de datos utilizaremos la encuesta, que es una técnica destinada a obtener datos necesarios para la investigación de este proyecto, dirigido a varias personas, que integran la muestra, cuyas opiniones personales son de interés para el desarrollo del mismo, que complementado con la entrevista, orientado a personas involucradas en la investigación, con ello se pretende cubrir la recolección de datos necesaria.

Para mayor validez del proyecto la recolección de los datos se realizará mediante formularios de encuestas, cuyos temas específicos de datos históricos y experiencias de los encuestados, se considera importante de obtener de la fuente real, es decir, de los protagonistas.

Se aplicará la encuesta a la población de mujeres, que habitan en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque # 8, a fin de conocer su situación socioeconómica, su deseo de superación y su interés en participar del proyecto.

Además se empleará otro instrumento para identificar los posibles canales de distribución y comercialización de los productos que genere la microempresa de corte y confección, así como también estimar los precios y las exigencias que tienen los consumidores al momento de adquirir el producto.

3.2.2 El Fichaje

Se utilizará la técnica del fichaje para extraer, recolectar y almacenar la información necesaria para examinar y definir el procedimiento a seguir para la creación de una microempresa y la obtención de un microcrédito.

La recopilación de datos se efectuará a través de:

➤ Una ficha de observación, que contendrá la siguiente información:

1. Lugar que se visitó (ubicación geográfica)
2. Día y hora de la observación
3. Aspectos importantes que se observó
4. Número de observadores

3.2.3 Análisis Documental

El análisis documental es un trabajo mediante el cual por un proceso extraemos información específica del documento para representarlo y facilitar el acceso a los originales. El análisis cubre desde la identificación externa o descripción física del documento a través de sus elementos formales como autor, título, editorial, nombre de revista, año de publicación, etc.

Se ha utilizado información extraída de bibliotecas, documentos, prensa, libros, artículos de revistas, internet que han permitido orientar correctamente la

investigación sobre el tamaño de la población, el nivel de desempleo, nivel de instrucción, así como los datos necesarios para establecer la estructura organizacional idónea para la adecuada operatividad de una microempresa de confecciones de ropa para damas.

3.3 Aplicación de Instrumentos.-

3.3.1 Aplicación de Encuestas

3.3.1.1 Análisis de la demanda

Para la elaboración de este análisis de demanda se aplicó de forma aleatoria a una muestra representativa de 200 personas que sería nuestro mercado potencial, la encuesta estuvo dirigida a la ciudadanía en general de la población urbana de la ciudad de Guayaquil. Las cuales se realizaron de forma física en lugares de una alta concentración de personas en la ciudad, tales como:

- ✓ Parque California 2, localizada en Guayaquil - Ecuador en la Av. Modesto Luque R y vía a Daule Km. 12/5.

Figura N° 7
Ubicación de Parque California 2



Fuente: <http://www.parquecalifornia.com/>

- ✓ Terminal Terrestre de Guayaquil, localizado en la Av. De las Américas

Figura N° 8
Ubicación del Terminal Terrestre de Guayaquil



Fuente: Google Maps

El formato que se aplicó fue el siguiente:

a) *Formato:*

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Económicas**



FECHA DE REALIZACIÓN _____ **ENCUESTA**
N° _____

TEMA: Determinar la aceptabilidad y demanda en la producción de ropa para damas.

OBJETIVO: Evaluar las necesidades y requerimientos del mercado ante una nueva empresa dedicada a la fabricación de ropa para damas.

INSTRUCCIONES: Marque con una "X" el casillero de la respuesta que usted crea se ajusta a su realidad
Sea lo más sincero/a posible.

DATOS INFORMATIVOS:

1. En qué sector vive:

Norte	[]
Sur	[]
Este	[]
Oeste	[]

2. Su edad se encuentra entre:

18 a 29 años []

30 a 39 años []

40 en adelante []

3. Género:

Femenino []

Masculino []

4. Principal Ocupación:

Empleado Privado []

Empleado Público []

Negocio Propio []

Estudiante []

CUESTIONARIO

5. ¿Con qué frecuencia adquiere usted prendas de vestir?

Semanalmente []

Mensualmente []

Trimestralmente []

Anualmente []

6. ¿Qué cantidad de prendas de vestir compra anualmente?

De 1 a 5 unidades []

De 6 a 10 unidades []

Más de 10 unidades []

7. ¿En qué lugar usted adquiere las prendas de vestir?

Almacenes (centros comerciales, bahía) []

Catálogos []

Confecciones []

Internet []

8. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir prendas de vestir de una nueva microempresa de confecciones?

Si []

No []

9. ¿Cuánto gasta en promedio por la compra de prendas de vestir?

De 1 a 30 dólares []

De 31 a 60 dólares []

De 61 a 90 dólares []

Más de 90 dólares []

10. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

- De 1 a 318 dólares []
De 319 a 500 dólares []
De 501 a 800 dólares []
De 801 a 1000 dólares []
Más de 100 dólares []

11. ¿Qué tipo de ropa compra regularmente?

- Deportiva []
Formal []
Informal []

12. ¿En qué tipos de tejidos prefiere sus prendas de vestir?

- Algodón []
Lycra []
Poliéster []
Otros []

13. Al momento de comprar una prenda de vestir, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?

- Diseño []
Comodidad []
Precio []
Calidad []

14. ¿Qué medio de publicidad es más práctico para usted?

- Internet []
Televisión []
Radios []
Diarios []

GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN!

3.3.1.2 Análisis Socioeconómico:

La elaboración de un sistema de estratificación socioeconómica es de gran relevancia para la investigación de mercados, pues es una herramienta necesaria para segmentar a la población en grupos que reflejen distintos niveles de poder adquisitivo y estilos de vida, lo que en definitiva se traduce en diferentes patrones de consumo y en la posibilidad de estimar la demanda potencial de productos y servicios (AIM, 2008).⁶⁰

En base a la muestra obtenida en el literal 3.1, los días 10 y 11 de enero del 2013, se aplicó la encuesta con el objetivo de analizar la situación socioeconómica de 107 mujeres que habitan en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque #8, de la ciudad de Guayaquil, utilizando el siguiente formato:

b) Formato:

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**
Facultad de Ciencias Económicas

FECHA DE REALIZACIÓN: _____ **ENCUESTA N°**



1. ¿Cuál es su Edad?

- | | |
|-------------------|-----|
| De 18 a 28 años | [] |
| De 29 a 39 años | [] |
| De 40 en adelante | [] |

2. ¿Cuál es su Estado Civil?

- | | |
|-------------|-----|
| Soltera | [] |
| Casada | [] |
| Divorciada | [] |
| Viuda | [] |
| Unión Libre | [] |

3. ¿Cuántas personas integran su familia?

- | | |
|-------------------|-----|
| De 1 a 4 personas | [] |
| De 5 a 6 personas | [] |

⁶⁰ AIM: Asociación Chilena de Empresas de Investigación de Mercado (2008). "Grupos Socioeconómicos 2008". Disponible en línea: http://www.aimchile.cl/Grupos_Socioeconomicos_AIM2008.pdf

Más de 7 personas []

4. ¿Cuál es su nivel de Instrucción Educativa?

Primaria []

Secundaria []

Universidad []

5. ¿Cuál es el número de personas de la familia que actualmente buscan empleo?

Ninguno []

De 1 a 2 personas []

3 personas []

6. Propiedad de la vivienda:

Propia []

Alquilada []

Prestada []

7. ¿Posee su vivienda energía eléctrica?

Si []

No []

8. ¿Usted cuenta con red de agua?

Si []

No []

9. ¿Existen establecimientos educativos suficientes para la adecuada instrucción de sus hijos?

Si []

No []

10. ¿Cuenta con unidades médicas cercanas donde pueden atenderse los integrantes de su familia?

Si []

No []

11. ¿Cuáles son los principales problemas que afrontan las familias en esta Cooperativa?

Delincuencia []

Drogadicción []

Violencia Intrafamiliar []

12. ¿Posee trabajo estable, que le permita aportar económicamente al hogar?

- Si []
No []
Eventualmente []

13. ¿Cuál es la situación económica de su familia?

- Buena []
Excelente []
Mala []

14. ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su familia?

- Entre 200 y 310 dólares []
Entre 319 y 500 dólares []
Entre 501 y 700 dólares []
Más de 700 dólares []

15. ¿El trabajo que posee le permite cumplir a cabalidad con el cuidado de sus hijos?

- Si []
No []

16. ¿Le gustaría formar parte de un proyecto microempresarial que le ayude a mejorar los ingresos mensuales de su familia?

- Si []
No []

17. De acuerdo a los conocimientos y habilidades que posee, ¿qué actividad le gustaría emprender para mejorar el nivel económico de su familia?

- Belleza y Estética []
Elaboración de artesanías []
Repostería []
Corte y Confección []
Fabricación de zapatos []

18. ¿Existe en la cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, proyectos microempresariales activos?

- Si []
No []
Desconoce []

GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN!

3.3.2 Aplicación de la Técnica del Fichaje.-

3.3.2.1 Análisis para la obtención de un microcrédito:

Un sistema financiero es el conjunto de instituciones que tiene como objetivo canalizar el ahorro de las personas. Esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica (producir y consumir) haciendo que los fondos lleguen desde las personas que tienen recursos monetarios excedentes hacia las personas que necesitan estos recursos. Los intermediarios financieros crediticios se encargan de captar depósitos del público y por otro, prestarlo a los demandantes de recursos.

El sistema financiero ecuatoriano se encuentra compuesto por instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas); instituciones financieras públicas; instituciones de servicios financieros, compañías de seguros y compañías auxiliares del sistema financiero, entidades que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos, constituyéndose los bancos en el mayor y más importante participante del mercado con más del 90% de las operaciones del total del sistema.⁶¹

La Superintendencia de Bancos y Seguros tiene bajo su control a 77 entidades financieras que se dividen en: entidades privadas, entidades públicas, mutualistas, cooperativas de ahorro y crédito, sociedades financieras y otras entidades.

⁶¹ Superintendencia de Bancos y seguros del Ecuador, El Sistema Financiero Ecuatoriano, Disponible en línea: http://portaldelusuario.sbs.gob.ec/contenido.php?id_contenido=23

Las entidades controladas son:

TABLA N° 3
Listado De Entidades Privadas Que Conforman El Sistema Financiero Ecuatoriano

ENTIDAD	PAGINA WEB
AMAZONAS S.A.	www.bancoamazonas.com/
BOLIVARIANO S.A.	www.bolivariano.com/
COFIEC S.A	www.cofiec.fin.ec/
COMERCIAL DE MANABI S.A.	www.bcmanabi.com/
DE GUAYAQUIL S.A.	www.bancoguayaquil.com
DE LOJA S.A.	www.bancodeloja.fin.ec/
DE MACHALA S.A.	www.bmachala.com/
DEL AUSTRO S.A.	www.bancodelaustro.com/
DEL LITORAL S.A.	www.bancodellitoral.com
DEL PACIFICO S.A.	www.bp.fin.ec/
DEL PICHINCHA C.A.	www.pichincha.com/
DELBANK	www.delbank.fin.ec/
GENERAL RUMIÑAHUI	www.bgr.com.ec/
INTERNACIONAL S.A.	www.bancointernacional.com.ec/
FINCA S.A.	www.bancofinca.com/
PROCREDIT S.A.	www.bancoprocredit.com.ec/
PRODUBANCO S.A	www.produbanco.com/
SOLIDARIO S.A.	www.banco-solidario.com/
SUDAMERICANO S.A.	www.sudamericano.fin.ec/
CITIBANK N.A.	www.citibank.com/
LLOYDS BANK LTD.	www.lloydstsb.com.ec/
BANCO PROMERICA S.A.	www.bancopromerica.ec/
UNIBANCO	www.unibanco.ec/
CAPITAL S.A.	www.bancocapital.com/
D - Miro	www.d-miro.org
COOPNACIONAL S.A	www.coopnacional.com

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

TABLA N° 4
Listado De Entidades Financieras Públicas Que Conforman El Sistema Financiero Ecuatoriano

Entidad	Página Web
BANCO DEL ESTADO	www.bancoestado.com/
BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA	www.bevecuador.com/
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	www.bnf.fin.ec/
CORPORACION FINANCIERA NAC.	www.cfn.fin.ec/
BANCO DEL BIESS	www.biess.fin.ec
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	www.bce.fin.ec
FONDO DE DESARROLLO DE LAS NACIONALIDADES Y PUEBLOS INDIGENAS DEL ECUADOR, FODEPI	www.fedepi.gob.ec

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 5
Listado De Cooperativas de Ahorro y Créditos Que Conforman El Sistema Financiero Ecuatoriano

Entidad	Página Web
11 DE JUNIO	www.oncedejunio.fin.ec/
15 DE ABRIL	www.coop15abril.fin.ec/
23 DE JULIO	www.coop23dejulio.fin.ec/
29 DE OCTUBRE	www.29deoctubre.fin.ec/
9 DE OCTUBRE	www.9octubre.fin.ec/
ALIANZA DEL VALLE	www.alianzadelvalle.fin.ec/
ANDALUCIA	www.andalucia.fin.ec/
ATUNTAQUI	www.atuntaqui.fin.ec/
BIBLIAN	www.cacpebiblian.fin.ec/
CACPECO	www.cacpeco.com/
CAJA CENTRAL COOPERATIVA FINANCOOP	www.financoop.net/
CALCETA N/A CAMARA DE	www.coopccp.com/

COMERCIO DE QUITO	
CHONE	www.coopchone.fin.ec/
CODESARROLLO	www.codesarrollo.fin.ec/
COMERCIO	www.coopcomer.fin.ec/
COOPAD	www.coopad.fin.ec/
COOPROGRESO	www.cooprogreso.fin.ec/
COTOCOLLAO	www.cooperativacotocollao.fin.ec/
EL SAGRARIO	www.elsagrario.com/
GUARANDA	www.guarandalda.fin.ec/
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	www.coopjep.fin.ec/
LA DOLOROSA	www.ladolorosa.fin.ec/
MANUEL ESTABAN GODOY ORTEGA	www.coopmego.com/
NACIONAL	www.coopnacional.com/
OSCUS	www.oscus.fin.ec/
PABLO MUÑOZ VEGA	www.cpmv.fin.ec/
PADRE JULIAN LORENTE	www.lorente.fin.ec/
PASTAZA	www.cacpepas.fin.ec/
RIOBAMBA	www.cooprio.fin.ec/
SAN FRANCISCO	www.coac-sanfra.com/
SAN FRANCISCO DE ASIS	www.csfasis.fin.ec/
SAN JOSE	www.coopsanjose.fin.ec/
SANTA ANA	www.coopsantana.fin.ec/
SANTA ROSA	www.coopacs.fin.ec/
TULCAN	www.cooptulcan.com/
JARDIN AZUAYO	www.jardinazuayo.fin.ec/
CACPE DE LOJA	www.cacpeloja.fin.ec/
CAMARA DE COMERCIO DE AMBATO	www.ccca.fin.ec/
CONSTRUCCION COMERCIO Y PRODUCCION, COOPCCP	www.coopccp.com/
MUSHUC RUNA	www.mushucruna.com/
SAN PEDRO DE TABOADA	www.sanpedrodetaboada.com/
VICENTINA “MANUEL ESTEBAN GODOY ORTEGA”	www.coopmego.com/

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador


Elaborado por: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Para el análisis de los requisitos que se necesita para la obtención de un microcrédito, se ha considerado la información de los principales bancos y Cooperativas de crédito y ahorro, que son las que potencian el progreso de las microempresas en el Ecuador.

1. CREDIFE (BANCO DEL PICHINCHA)

En medio de la crisis económica que atravesaba el Ecuador en 1999, las oportunidades de los microempresarios para acceder a fuentes de financiamiento eran limitadas. Banco Pichincha ingresó en el campo de las microfinanzas y es así como el 9 de abril de 1999 inicia operaciones CREDIFE Desarrollo Microempresarial S.A., subsidiaria del Banco Pichincha, con el fin de prestar servicios financieros integrales, orientados al desarrollo del sector microempresarial ecuatoriano.

TABLA N° 6
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Microcrédito

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	01	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un microcrédito		
Lugar:	CREDIFE (Banco del Pichincha) 		
Observador:	La Autora		
CARACTERISTICAS			
TIPO DE CRÉDITO	Con CREDIFE INVERTIR, se podrá financiar la compra de maquinaria, vehículo de trabajo, la construcción o compra de su local comercial y el equipo necesario para el crecimiento de su negocio.		
MONTO	\$500 A \$20.000 DÓLARES		
PLAZO	De 3 a 36 meses		

FORMA DE PAGO	Se realizará el débito de la cuenta que se posea en el Banco.
PERÍODO DEL PAGO	Mensual
<p>Requisitos para acceder al crédito</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindarnos información correcta de su negocio ✓ Puntualidad en los pagos acordados ✓ Experiencia de un año en su negocio como propietario ✓ Estabilidad de mínimo de seis meses en el mismo local ✓ Si la antigüedad en Credife es inferior a 12 meses el plazo máximo es de 24 meses ✓ Un garante personal (microempresario o dependiente) 	
<p>Documentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante ✓ Documento de certificación del negocio (Patente, RUC, Copia de la última declaración de impuestos al SRI, Facturas de compra a sus proveedores o Certificado comercial) ✓ Certificado de ingresos si el garante es asalariado 	

Fuente: CREDIFE Desarrollo Empresarial


Elaborado por: La Autora

2. BANCO D-MIRO

La Fundación D_MIRO se convierte en Banco el 15 de julio del 2011, con esta nueva figura la antes fundación, que de 1997 al 2006 fue Misión Alianza de Noruega, ingresó al mercado financiero con un capital de \$ 8 millones, una cartera bruta de \$ 29,83 millones, una cartera de clientes de 36.463, y proyecciones de un crecimiento anual hasta el 2014 del 40% en cartera de créditos y un 33% en clientes. Banco D-Miro ofrece créditos y préstamos pensados para la población que a menudo queda por fuera de los planes de financiación de muchos bancos.

Todos los ecuatorianos pueden solicitar un préstamo en D-Miro, no importa si es un trabajador dependiente o un micro empresario.

TABLA N° 7
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Microcrédito

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	02	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un microcrédito		
Lugar:	BANCO D-MIRO 		
Observador:	La Autora		
CARACTERISTICAS			
TIPO DE CRÉDITO	Se podrá financiar la compra de maquinaria, vehículo de trabajo, la construcción o compra de su local comercial y el equipo necesario para el crecimiento de su negocio.		
MONTO	\$300 A \$20.000 DÓLARES		
PLAZO			
FORMA DE PAGO	Para cancelar sus cuotas, se debe acercar a cualquiera de sus oficinas		
PERÍODO DEL PAGO	Mensual		
Requisitos para acceder al crédito <ul style="list-style-type: none"> ✓ Para poder acceder a un crédito en D-Miro se debe tener una estabilidad domiciliaria mayor a un año y un negocio establecido con una antigüedad mayor a los tres meses. ✓ Se debe ser mayor de edad pero tener menos de 64 años. ✓ Se debe presentar una garantía personal o una quirografaria. 			
Documentos <ul style="list-style-type: none"> ✓ La solicitud del crédito debidamente completada por el cliente y su garante; ✓ La copia de la cédula de identidad y del certificado de votación de ambos; ✓ La copia de la planilla de un servicio como agua, luz o teléfono. 			


Fuente: Banco D- Miro

Elaborado por: La Autora

3. COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

La Corporación Financiera Nacional, banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, que canaliza productos financieros y no financieros alineados con el Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país con especial atención a las micro y pequeña empresa.

TABLA N° 8
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Crédito

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	03	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un Crédito		
Lugar:	COORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL 		
Observador:	La Autora		
CARACTERISTICAS			
TIPO DE CRÉDITO	Con el crédito de la CFN, se podrá financiar la adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.		
MONTO	✓ Desde USD 50.000 a nivel nacional. ✓ Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total) ✓ Hasta el 70%; para proyectos nuevos		
PLAZO	Hasta 3 años		
FORMA DE PAGO	Se realizará el débito de la cuenta que se posea en el Banco.		
PERÍODO DEL PAGO	Mensual		
Requisitos para acceder al crédito Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios. ✓ Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de			

<p>evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal. ✓ Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. ✓ Carta de pago de los impuestos. ✓ Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. ✓ Proformas de la maquinaria a adquirir. ✓ Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
<p>Documentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La solicitud del crédito debidamente completada por el cliente ✓ Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante


Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: La Autora

4. BANCO COOPNACIONAL.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Nacional Ltda. se constituyó el 3 de marzo de 1978, luego de varios años de alcanzar grandes triunfos como la mejor cooperativa de ahorro y crédito del país, Cooperativa Nacional cambia su denominación a BANCO COOPNACIONAL S.A. cuya misión es brindar al microempresario la oportunidad de financiamiento.

TABLA N° 9
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Microcrédito.

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	04	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un microcrédito		
Lugar:	BANCO COOPNACIONAL 		

Observador:	La Autora
CARACTERISTICAS	
TIPO DE CRÉDITO	El BANCO COOPNACIONAL le provee de los recursos financieros que usted necesita para empezar su propio negocio con el financiamiento para la adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.
MONTO	Desde \$1000 hasta \$20000
PLAZO	Desde 2 hasta 24 meses
FORMA DE PAGO	Se realizará el débito de la cuenta que se posea en el Banco.
PERÍODO DEL PAGO	Mensual, de acuerdo a la rotación del negocio
<p>Requisitos para acceder al crédito</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindarnos información correcta de su negocio. ✓ Experiencia de un año en su negocio como propietario. ✓ Ser cliente del banco, mantener una cuenta de ahorro por 1 mes como mínimo. 	
<p>Documentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La solicitud del crédito debidamente completada por el cliente ✓ Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante ✓ Documento de certificación del negocio (Patente, RUC, Copia de la última declaración de impuestos al SRI, Facturas de compra a sus proveedores o certificado comercial). 	


Fuente: Banco Connacional

Elaborado por: La Autora

5. BANCO SOLIDARIO

Organización ecuatoriana que contribuye a reducir la pobreza y a mejorar la calidad de vida de los segmentos menos favorecidos, a través de la satisfacción de sus necesidades, con productos y servicios financieros de calidad e innovadores.

TABLA N° 10
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Microcrédito.

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	05	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un microcrédito		
Lugar:	BANCO SOLIDARIO 		
Observador:	La Autora		
CARACTERISTICAS			
TIPO DE CRÉDITO	Financia la adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.		
MONTO	Desde \$300 hasta \$20000		
PLAZO	Desde los 2 meses hasta los 24 meses		
FORMA DE PAGO	Se realizará el débito de la cuenta que se posea en el Banco.		
PERÍODO DEL PAGO	Mensual, de acuerdo a la rotación del negocio		
<p>Requisitos para acceder al crédito</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindarnos información correcta de su negocio. ✓ Experiencia de un año en su negocio como propietario. 			
<p>Documentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La solicitud del crédito debidamente completada por el cliente ✓ Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges) ✓ Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante ✓ Documento de certificación del negocio (Patente, RUC, Copia de la última declaración de impuestos al SRI, Facturas de compra a sus proveedores o certificado comercial). 			

Fuente: Banco Solidario


Elaborado por: La Autora

6. COOPERATIVA OSCUS

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus es una entidad que extiende su mano a los microempresarios, al incluir dentro de sus opciones de créditos y préstamos, una modalidad especializada en cubrir sus necesidades.

A través de los Microcréditos de Cooperativa Oscus, los microempresarios obtienen, el capital de trabajo que sus negocios requieren para no detener su producción. También está enfocado en la compra de materias primas e insumos así como en la adquisición de bienes finales, inmuebles, terrenos, maquinarias o vehículos que tengan como finalidad alguna actividad productiva.

TABLA N° 11
Ficha de Observación de los Requisitos para obtener un Microcrédito.

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	06	Fecha de la Observación:	05 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para otorgar un crédito		
Lugar:	COOPERATIVA OSCUS  OSCUS COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LTDA. <small>Controlada por la Superintendencia de Bancos y Seguros</small>		
Observador:	La Autora		
CARACTERÍSTICAS			
TIPO DE CRÉDITO	Financia la adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra.		
MONTO	Hasta \$30.000 dólares		
PLAZO	Los beneficiarios del crédito disponen de hasta 36 meses para completar el pago		
FORMA DE PAGO	Se realizará el débito de la cuenta que se posea en el Cooperativa.		

PERÍODO DEL PAGO	Mensual, de acuerdo a la rotación del negocio
Requisitos para acceder al crédito <ul style="list-style-type: none">✓ La fuente de pago debe provenir de sueldos, salarios, honorarios fijos, pensiones jubilares, rentas, contratos de arrendamiento o que provenga de una microempresa✓ Permanencia del negocio mínimo de 6 meses en el mercado.✓ Tiempo de relación de dependencia laboral mínimo de 1 año.	
Documentos <ul style="list-style-type: none">✓ La solicitud del crédito debidamente completada por el cliente✓ Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges)✓ Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges)✓ Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante✓ Documento de certificación del negocio (Patente, RUC, Copia de la última declaración de impuestos al SRI, Facturas de compra a sus proveedores o certificado comercial).	

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito OSCUS

Elaborado por: La Autora

3.3.2.2 Requisitos Legales Para La Constitución De Una Microempresa:

1. Servicio de Rentas Internas

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos; teniendo como objetivos proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC permite a la Administración Tributaria crear una base de datos con la información necesaria, sobre las personas naturales o sociedades que ejerzan actividades económicas en el territorio ecuatoriano.

Están obligadas todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u

ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador. El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o inicio de las actividades económicas.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya cambiado la actividad económica, el domicilio, cesada la actividad, o se hubiere dado aumento o disminución del capital.

El número de Registro Único de Contribuyentes es personal e intransferible; el trámite es personal. Para las personas naturales el número de inscripción del RUC será el mismo que el número de la cédula de ciudadanía, aumentando al final los dígitos 001 y para las microempresas el número de inscripción del RUC está dado por el SRI o también corresponde al número de cédula del Representante Legal.

TABLA N° 12
Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	06	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para obtener el RUC		
Lugar:	Servicio de Rentas Internas 		
Observador:	La Autora		

REQUISITOS

- ✓ Formularios RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal.
- ✓ Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia, o copia certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- ✓ Identificación del representante legal:
Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
- ✓ Identificación del gerente general:
Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- ✓ Verificación de la dirección de los establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita el original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - ✓ Planilla del servicio eléctrico, o
 - ✓ Planilla de consumo telefónica, o
 - ✓ Planilla de consumo de agua, o
 - ✓ Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato, o
 - ✓ Pago del impuesto predial

- ✓ La planilla de servicio eléctrico, telefónico o de agua, deberá corresponder a la del mes anterior a la fecha de inscripción. El contrato de arrendamiento deberá estar vigente a la fecha de inscripción.
 - 8. Formulario 106-A por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso.

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Elaborado por: La Autora

2. Trámites de Afiliación al I.E.S.S.


Están sujetos al régimen del Seguro General Obligatorio los empleados privados bajo relación de dependencia por lo tanto es obligación del patrono registrarse en el IESS a través de la página web, para obtener el número patronal con el cual podrán asegurar a sus trabajadores desde el primer día de labores. El empleador informará a través del Sistema de Historial Laboral la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador (aviso de salida) u otra novedad, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho.

En el Registro de aviso de entrada se hará constar los nombres completos del trabajador, fecha de ingreso, remuneración, cargo o función que desempeña, número de cédula de identidad, o documento de identificación para los extranjeros, modalidad de contratación y dirección domiciliaria.

TABLA N° 13

Requisitos para la Inscripción del Trabajador con Relación de Dependencia.

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	07	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para la Inscripción del Trabajador con Relación de Dependencia.		
Lugar:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social		

	
Observador:	La Autora
REQUISITOS	
<p>Solicitud de clave para empleador:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Ingresar a la página web www.iess.gob.ec Servicios por Internet✓ Escoger Empleadores-✓ Actualizar datos del registro patronal.✓ Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)✓ Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco✓ Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula).✓ Seleccionar el tipo de empleador✓ En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave. <p>Después que se han registrado los datos solicitados, deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)✓ Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).✓ Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.✓ Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.✓ Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)✓ Calificación artesanal si es artesano calificado.✓ Original de la cédula de ciudadanía.	


Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Elaborado por: La Autora

3. Instituto Nacional de Contratación Pública

Organismo creado el 4 de agosto de año 2008 cuyo objetivo es que en el país exista un órgano rector que lidere la gestión transparente y efectiva de la contratación pública, optimice los recursos del Estado y ser consciente de la realidad del país y comprometido con el desarrollo nacional.

TABLA N° 14
Requisitos para obtener el Registro Único de Proveedores.

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	08	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para el Registro Único de Proveedores.		
Lugar:	Instituto Nacional de Contratación Pública 		
Observador:	La Autora		
REQUISITOS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingrese al portal de Compras Públicas www.compraspublicas.gob.ec ubique el link regístrese como proveedor del estado ecuatoriano. ✓ Ingrese la información que el sistema le va solicitando en cada uno de los pasos establecidos para el registro de proveedores. ✓ En el Paso 8, Finalización del Registro, haga click en la opción “aquí”. Ingrese su RUC, usuario y contraseña; llene su Registro de Producción Nacional. ✓ En la pestaña Datos Generales escoja la opción Resumen General. 			

En la parte inferior haga click en las opciones Imprimir Formulario y Acuerdo de Responsabilidad.

- ✓ Dirigirse con toda la documentación solicitada para el registro a las oficinas del Registro Único de Proveedores a nivel nacional.


Fuente: Instituto Nacional de Contratación Pública.

Elaborado por: La Autora.

4. Benemérito Cuerpo de Bomberos del Guayas:

En la ciudad de Guayaquil es obligatorio obtener el certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos, para lo cual es necesario cumplir con las normas de seguridad, como la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que se debe tener para evitar los mismos; y pagar un valor económico que depende del local comercial. El cumplimiento de esas recomendaciones le da derecho al dueño de la Microempresa a reclamar el seguro contra incendio. El cuerpo de bomberos de Guayaquil es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de dicha ciudad.

TABLA N° 15
Requisitos para obtener el Certificado de Seguridad

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	09	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para obtener el certificado de seguridad.		
Lugar:	Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. 		
Observador:	La Autora		

REQUISITOS

- ✓ Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado más copia del nombramiento si es de Cía.
- ✓ Si este trámite lo realiza personalmente, deberá traer copia de cédula de ciudadanía. En caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con, fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado.
- ✓ Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- ✓ Copia del Uso de Suelo. (Requisito nuevo)
- ✓ En caso de personas jurídicas deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del Representante Legal.
- ✓ Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).
- ✓ Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.

Fuente: Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.


Elaborado por: La Autora.

5. Municipalidad de Guayaquil.

REGISTRO DE PATENTES

Es el comprobante de pago emitido por la Administración correspondiente, por la cancelación anual del impuesto de la patente municipal que toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras dentro del cantón. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.

TABLA N° 16
Requisitos para obtener la Patente

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	10	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para la obtención de la Patente		
Lugar:	Municipalidad de Guayaquil. 		
Observador:	La Autora		
REQUISITOS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. ✓ La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo. ✓ Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo. ✓ Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica. ✓ Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto). ✓ Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio 			

en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.

- ✓ Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización, notariada.

Después que se han completado los documentos solicitados, deberá:

- ✓ Descargar, llenar e imprimir el formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" de la página www.guayaquil.gob.ec.
- ✓ Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera situadas en el Bloque 2 (NOROESTE).
- ✓ El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad situadas en el Bloque 1 (NORESTE).


Fuente: Municipalidad de Guayaquil.

Elaborado por: La Autora.

6. Superintendencia de Compañías:

Es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por ley. Para la creación de una compañía la Superintendencia establece los siguientes requisitos:

TABLA N° 17
Requisitos para la Creación de la Microempresa

DATOS GENERALES			
Número de Ficha:	11	Fecha de la Observación:	11 de febrero del 2013
Asunto:	Requisitos necesarios para la creación de la Microempresa		
Lugar:	Superintendencia de Compañías 		
Observador:	La Autora		
REQUISITOS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seleccionar un nombre y definir la actividad que se desarrollará en la nueva empresa. ✓ Acudir a una de las oficinas de la Superintendencia de Compañías y reservar el nombre; el funcionario de dicha entidad le entregará un oficio “Absolución de denominaciones”, el mismo que es la garantía de la reserva del nombre. ✓ Apertura de una Cuenta de Integración abierta en un banco de la Ciudad como depósito de plazo mayor del capital en numerario que haya sido suscrito y pagado y cuando se aportan bienes el avalúo de los mismos. ✓ Proyecto de Minuta que contienen los Estatutos que han de regir los destinos de la Compañía, siendo necesario el asesoramiento y firma de un Abogado. ✓ Aprobación de los Estatutos por parte de la Intendencia Jurídica de la Superintendencia de Compañías. ✓ Los Estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a Escritura Pública ante un notario de la localidad en donde la Compañía realizará sus actos de comercio, con la firmas de los socios fundadores y autorización de todos sus integrantes. ✓ Solicitud de aprobación de la Constitución de la Compañía dirigida al Superintendente de Compañías adjuntado por lo menos tres copias certificadas de la escritura respectiva, aprobación mediante resolución 			

expedida por la Superintendencia de Compañías.

- ✓ Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías por una sola vez en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
- ✓ Obtención de la Patente Municipal a fin de que puede ejercer los actos de comercio.
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil de la escritura y de la resolución aprobatoria.
- ✓ Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas.

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: La Autora.

3.4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

De las encuestas realizadas en el mes de febrero en dos lugares muy concurridos de la ciudad de Guayaquil, como lo son; el Terminal Terrestre, y El Parque California 2, se obtuvieron los siguientes resultados.

3.4.1 Tabulación de la encuesta aplicada para analizar la demanda.

El criterio que se decidió utilizar para segmentar es el de “Características del Consumidor”, mediante el uso de herramientas de investigación de mercados que permitan obtener información sobre todas las características detalladas de nuestros consumidores, y con ello la viabilidad del mercado potencial para la confección y comercialización de ropa para damas.

Para conocer nuestro mercado consumidor se procedió de la siguiente manera:

- ✓ Determinar cuáles son las características del consumidor, mediante la aplicación de encuestas, a fin de determinar los segmentos de mercado a los cuáles abordará la microempresa.
- ✓ Conocer los hábitos de uso y compra, mediante la aplicación de encuestas a las futuras clientes, a fin de establecer los mecanismos con el cuál la microempresa trabajará con el fin de cumplir con dichos hábitos.
- ✓ Definir los medios más efectivos de publicidad que generan impacto en los clientes, mediante la identificación de los mismos en la aplicación de encuestas, con el objetivo de establecer cuáles son los medios de mayor impacto y así establecer la estrategia de publicidad

1.- ¿En qué sector vive?

Tabla N° 18

Sector de Residencia de los Encuestados

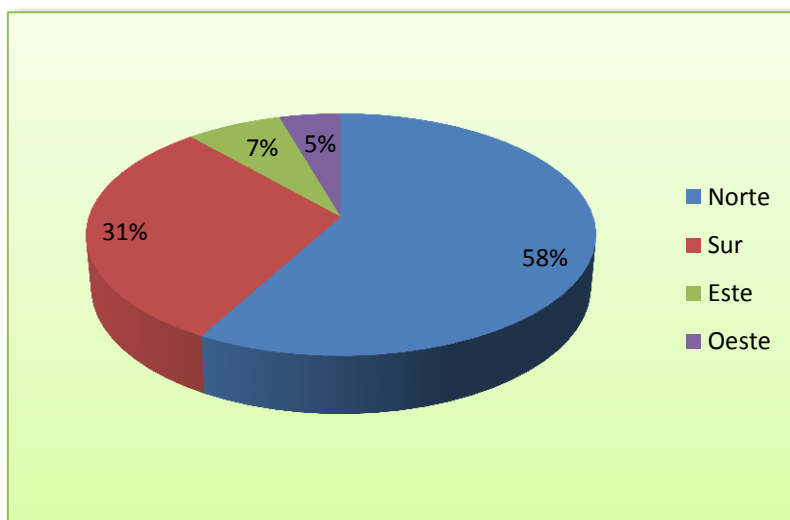
Sector	N°	Porcentaje
Norte	116	58%
Sur	61	31%
Este	14	7%
Oeste	9	5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1

Sector de Residencia de los Encuestados



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

1.1 Interpretación de los datos

La encuesta se la realizó en el sector norte de la urbe, como son el Terminal Terrestre y el Centro Comercial Parque California 2. Es por eso que del total de las personas encuestadas (200), la mayoría corresponden a personas que residen en el norte de la ciudad de Guayaquil, seguido de las personas que residen en sur, el 7% del este y el 5% restante, personas que residen en el oeste.

2.- Su edad se encuentra entre:

Tabla N° 19
Edad de los Encuestados

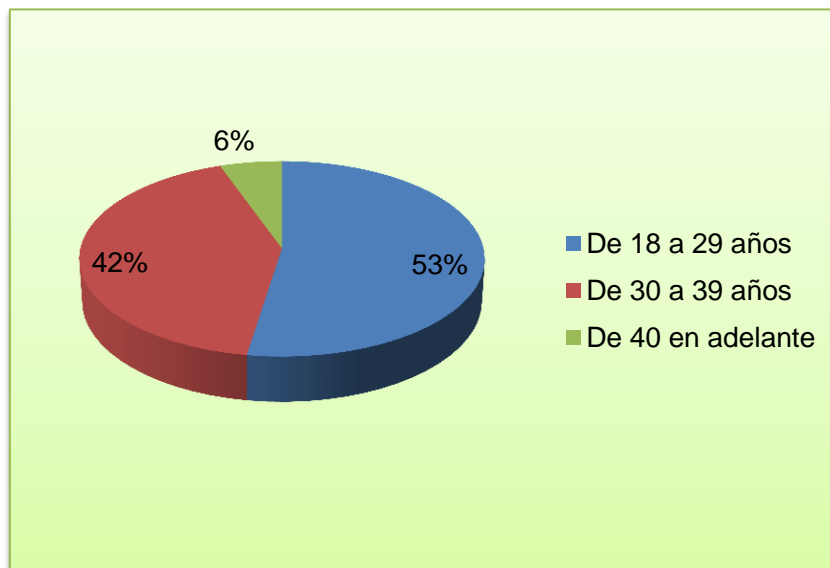
Edad	N°	Porcentaje
De 18 a 29 años	105	53%
De 30 a 39 años	84	42%
De 40 en adelante	11	6%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2

Edad de los Encuestados



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

2.1 Interpretación de los datos:

La edad de los encuestados nos permite saber el perfil de los grupos de consumidores, que refleja las posibles preferencias de los usuarios a la hora de

adquirir las prendas de vestir. Aquí se puede observar que del total de las encuestas (200), el rango más representativo lo conforman personas de 18 a 29, seguido el rango de 29 a 39 años de edad, estos rangos son los más atractivos por su tamaño y frecuencia de consumo, ya que las personas comprendidas en estas edades 18 y 39 son las que más consumen el producto, suelen ser más joviales, juveniles, informales y les gustan estar a la moda, y el 6% del rango de 40 años en adelante, que buscan vestir de manera más sobria, este rango se caracteriza por tener mayor nivel adquisitivo pero sin embargo compra en menores cantidades. Independientemente de la edad de los clientes, es más probable que se tenga éxito en la microempresa de ropa si se escoge piezas que estén de moda.

3.- ¿Cuál es su principal ocupación?

Tabla N° 20

Principal Ocupación de los Encuestados

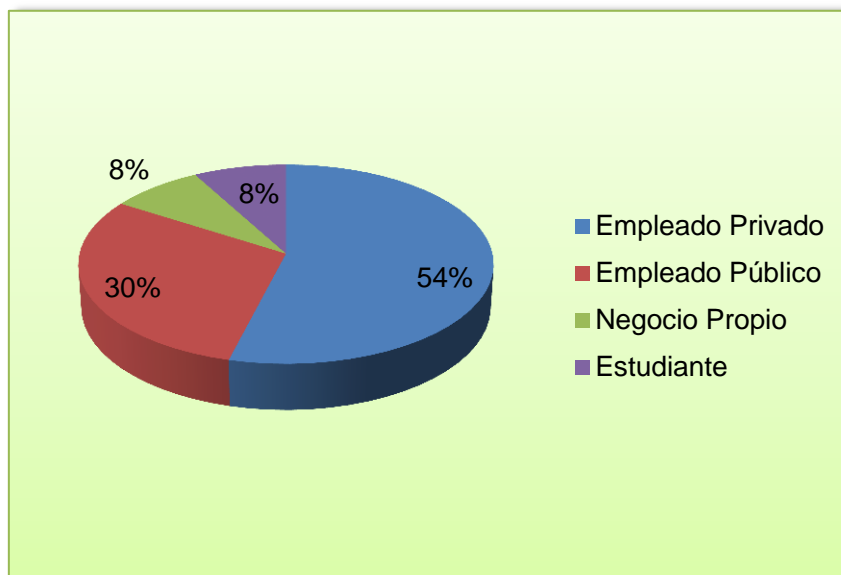
Ocupación	N°	Porcentaje
Empleado Privado	108	54%
Empleado Público	60	30%
Negocio Propio	17	8%
Estudiante	15	8%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3

Principal Ocupación de los Encuestados



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

3.1 Interpretación de los datos:

De esta muestra la mayoría de los encuestados tiene mayor acceso a conseguir un trabajo en el sector privado, que es el motor principal de la creación de empleos, el 30% son empleados públicos, un 8% poseen negocio propio, porque allí trabajan para sí mismos y todos los ingresos son personales y para su ganancia. Estos grupos de personas cuentan con un trabajo estable, y tienen poder adquisitivo para comprar las prendas de vestir de una microempresa.

4.- ¿Con qué frecuencia adquiere usted prendas de vestir?

Tabla N° 21

Frecuencia de adquisición de prendas

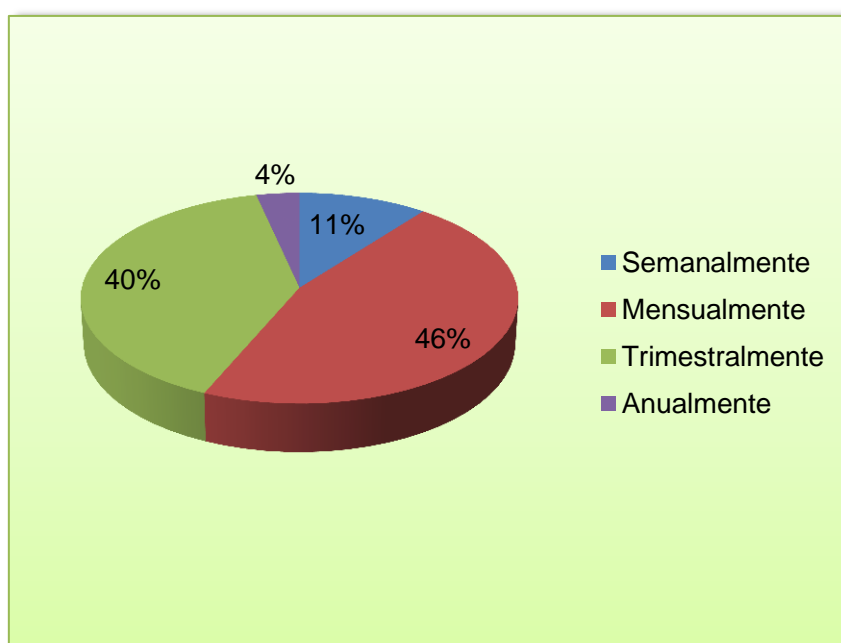
Frecuencia	N°	Porcentaje
Semanalmente	21	11%
Mensualmente	92	46%
Trimestralmente	80	40%
Anualmente	7	4%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4

Frecuencia de adquisición de prendas



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

4.1 Interpretación de los datos:

La frecuencia de compra es muy importante, porque nos permite conocer cada que determinado tiempo el cliente va a realizar una nueva compra, y con qué frecuencia desarrollar nuevos modelos. En la consulta realizada a cerca de la frecuencia de compra la mayoría de la muestra adquiere prendas de indumentaria mensualmente, lo que demuestra la alta rotación de las prendas de vestir, seguido de los encuestados que compran trimestralmente, los porcentajes más reducidos corresponden al 11% que compran semanalmente y el 4% anualmente.

5.- ¿Qué cantidad de prendas de vestir compra anualmente?

Tabla N° 22

Cantidad de prendas de Vestir

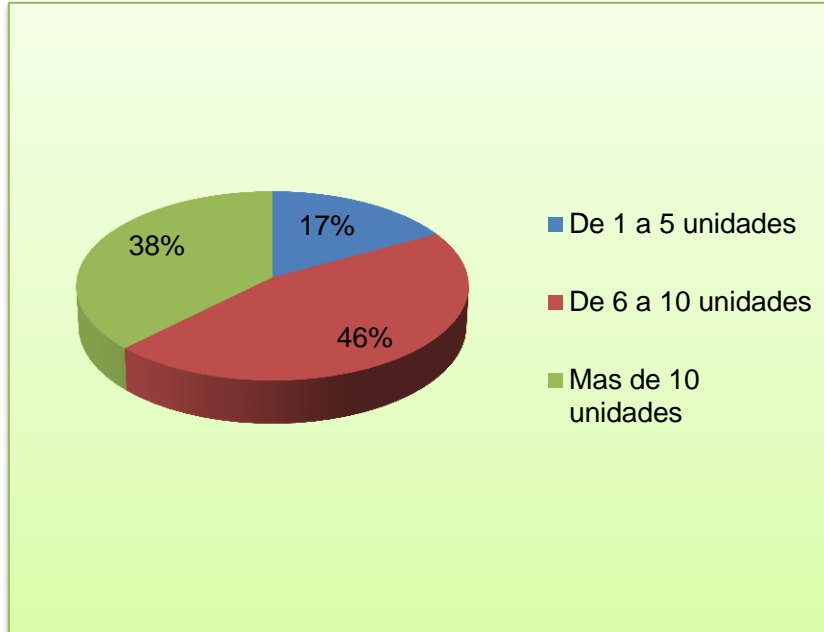
Cantidad de Prendas	N°	Porcentaje
De 1 a 5 unidades	47	24%
De 6 a 10 unidades	80	40%
Más de 10 unidades	73	37%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5

Cantidad de prendas de vestir



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

5.1 Interpretación de los datos:

En lo que se refiere a la cantidad de prendas de vestir que adquieren anualmente, los encuestados respondieron mayoritariamente que compran de 6 a 10 unidades, lo que indica que aproximadamente los consumidores adquieren ropa mensualmente, el siguiente rango es el de los compradores de más de 10 unidades al año, con estos rangos se puede observar que se va a tener una demanda constante de confección de prendas de vestir, y en un menor porcentaje aquellos entrevistados que compran de 1 a 5 prendas al año.

6.- ¿En qué lugar usted adquiere las prendas de vestir?

Tabla N° 23

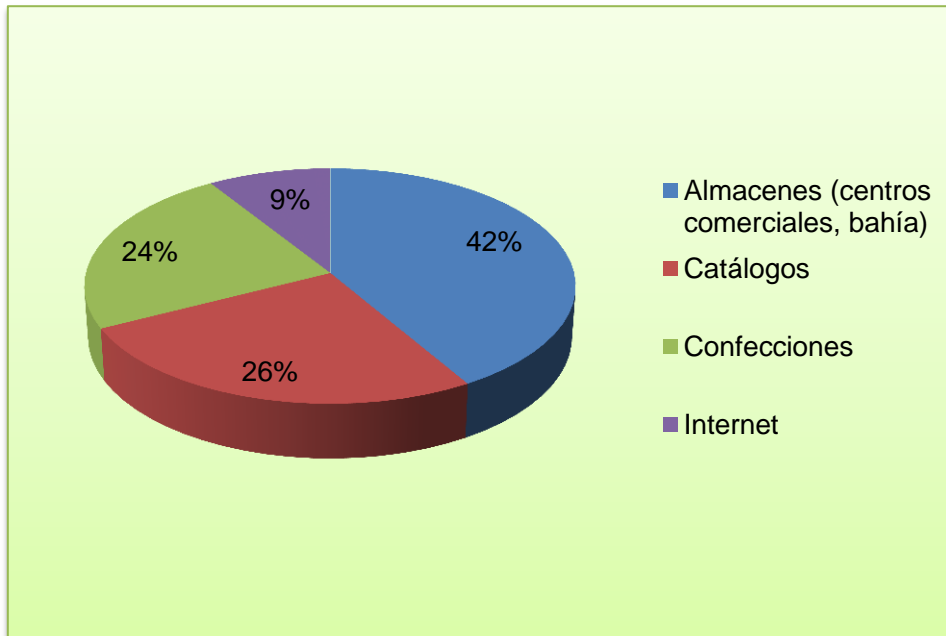
Lugar de adquisición de las prendas de vestir

Lugar de compra	N°	Porcentaje
Almacenes (centros comerciales, bahía)	83	42%
Catálogos	52	26%
Confecciones	47	24%
Internet	18	9%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6

Lugar de adquisición de las prendas de vestir



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

6.1 Interpretación de los datos:

Comprar no es tarea difícil, pero el lugar para adquirir las nuevas prendas, es fundamental. Con la incursión de nuevos formatos, la oferta en este segmento del mercado hoy es mucho más amplia y esto ha modificado las preferencias de las personas al momento de elegir un determinado lugar para las compras. Del público encuestado el mayor porcentaje afirma preferir comprar en almacenes, debido a que tienen más opciones de probarse las prendas antes de comprarlas; al no disponer de suficiente tiempo los encuestados prefieren en una gran parte la modalidad de compra mediante catálogos, que es una manera de evitar filas y comparar precios sin recorrer varias tiendas, mediante las confecciones porque prefieren ropa que sea exactamente a su medida y la posibilidad de escoger el modelo, los colores y el tipo de tela, y el menor porcentaje vía internet. Esta pregunta nos da a conocer la mayor preferencia de los encuestados al adquirir sus prendas de vestir, y poder establecer la estrategia de comercialización.

7.- ¿Estaría usted dispuesto a adquirir prendas de vestir de una nueva microempresa de confecciones?

Tabla N° 24

Nueva Microempresa de Confecciones

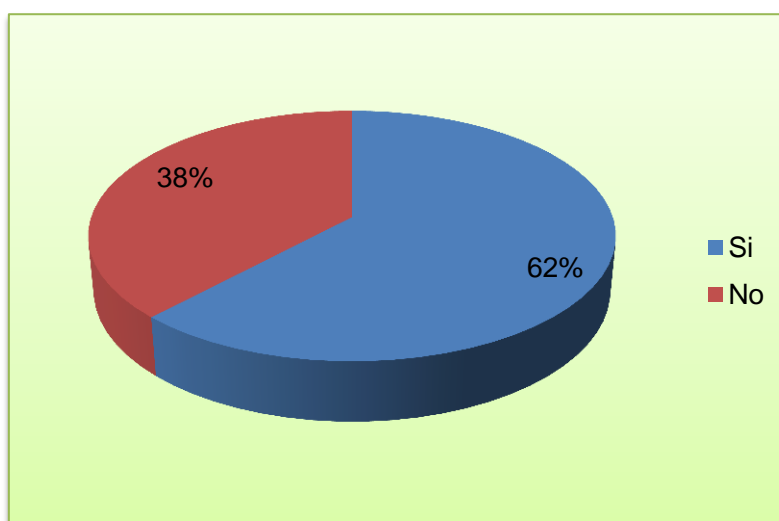
Nueva Microempresa de confección	N°	Porcentaje
Si	124	62%
No	76	38%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7

Nueva Microempresa de Confecciones



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

7.1 Interpretación de los datos:

El 62% de los encuestados aseguró que estaría dispuesto a comprar prendas de vestir de una nueva microempresa de confecciones, lo que indica que se va a tener aceptación en el mercado, y con el 38% contestaron que no estarían dispuestos. También podemos resaltar que los resultados en esta pregunta son satisfactorios desde el punto de vista que nos permite continuar con la idea de la generación de la microempresa más aún cuando se cuenta con el apoyo de las personas, sin dejar de lado que hay una gran tarea y compromiso con la calidad.

8.- ¿Cuánto gasta en promedio por la compra de prendas de vestir?

Tabla N° 25

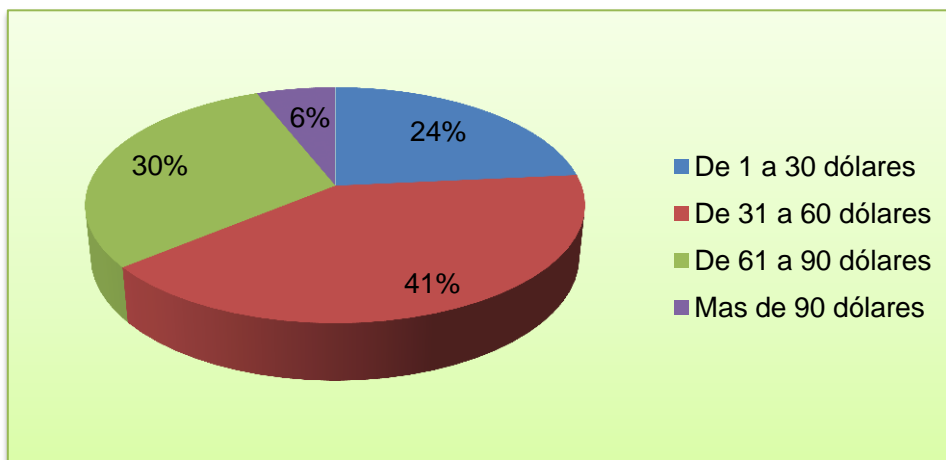
Promedio de compra mensualmente

Promedio de compra	N°	Porcentaje
De 1 a 30 dólares	59	30%
De 31 a 60 dólares	82	41%
De 61 a 90 dólares	47	24%
Más de 90 dólares	12	6%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8

Promedio de compra mensualmente



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

8.1 Interpretación de los datos:

Las tendencias de la moda cambian constantemente y eso se refleja en lo que destinan las personas para realizar sus compras, ya que un mayor porcentaje de los encuestados destina un promedio mensual desde 31 a 90 dólares en la adquisición

de las prendas de vestir, el 24% gasta de 1 a 30 dólares, en una menor porcentaje (6%) respondió que gasta más de 90 dólares mensuales.

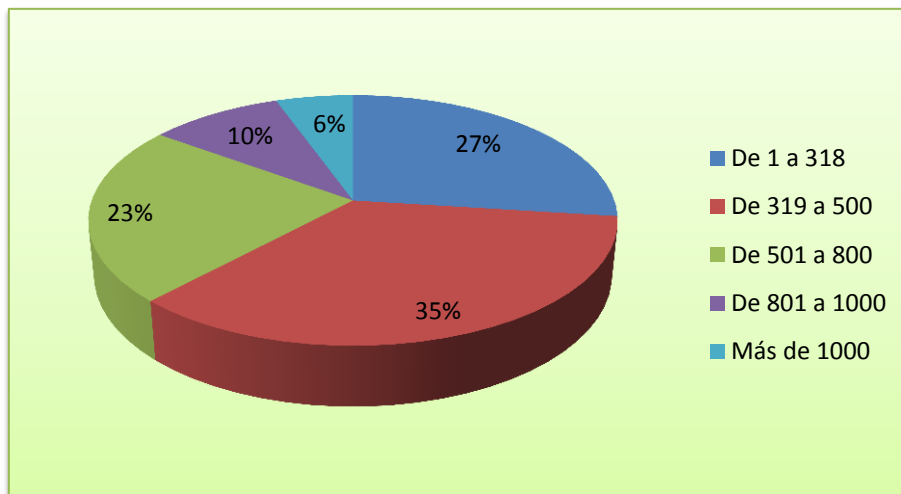
9.- ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Tabla N° 26
Nivel de Ingresos

Nivel de Ingresos	N°	Porcentaje
De 1 a 318	54	27%
De 319 a 500	63	32%
De 501 a 800	54	27%
De 801 a 1000	19	10%
Más de 1000	11	6%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9
Nivel de Ingresos



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

9.1 Interpretación de los datos:

Esta es una de las variables más importantes, ya que nos permite conocer el poder adquisitivo de nuestros futuros compradores. El rango del nivel de ingreso más frecuente fue el de 319 a 500 dólares, seguido del salario básico de 318 dólares, los cuales son los valores más representativos, lo que nos permitirá definir los precios de las prendas de vestir.

10.- ¿Qué tipo de ropa compra regularmente?

Tabla N° 27

Tipo de Ropa

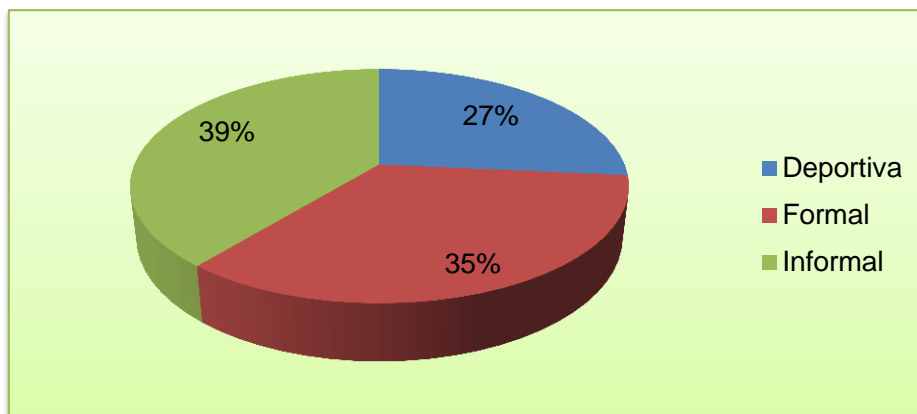
Tipo de ropa	N°	Porcentaje
Deportiva	53	27%
Formal	69	35%
Informal	78	39%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10

Tipo de Ropa



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

10.1 Interpretación de los datos:

Las actividades cotidianas que realizan las consumidoras afectan a las preferencias y gustos al momento de escoger las prendas de vestir. Por esto, es importante analizar cómo cambian los gustos dependiendo de la ocupación del comprador. Los encuestados afirmaron que prefieren comprar ropa de tipo informal, pero cuidando siempre su presentación y el 35% de tipo formal, que mayoritariamente la usan para los días laborales, lo que nos indica que tipo de ropa tendrán mayor acogida entre los clientes.

11.- ¿En qué tipos de tejidos prefiere sus prendas de vestir?

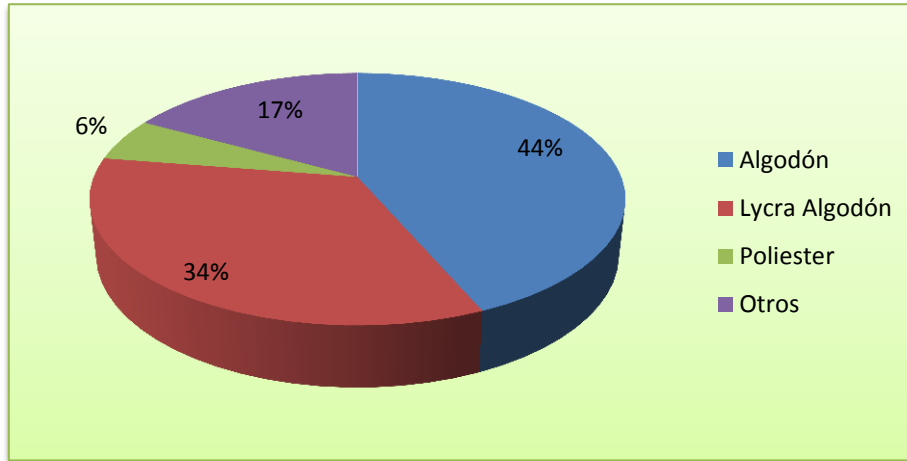
Tabla N° 28
Tipo de Tejidos

Preferencia de Tejidos	N°	Porcentaje
Algodón	87	44%
Lycra	68	34%
Poliéster	11	6%
Otros	34	17%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11
Tipo de Tejido



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

11.1 Interpretación de los datos:

Al conocer el tipo de tejidos que se prefieren con frecuencia, se puede identificar con mayor precisión la materia prima que necesitaríamos para la confección de ropa que producirá nuestra microempresa. Es así que el algodón es el tipo de tela referido por los encuestados, debido a que es liviana y fresca, perfecta para nuestro clima, seguido de la lycra con un 34%, el poliéster con el 17%,

12.- ¿Qué colores prefiere al momento de comprar la prenda de vestir?

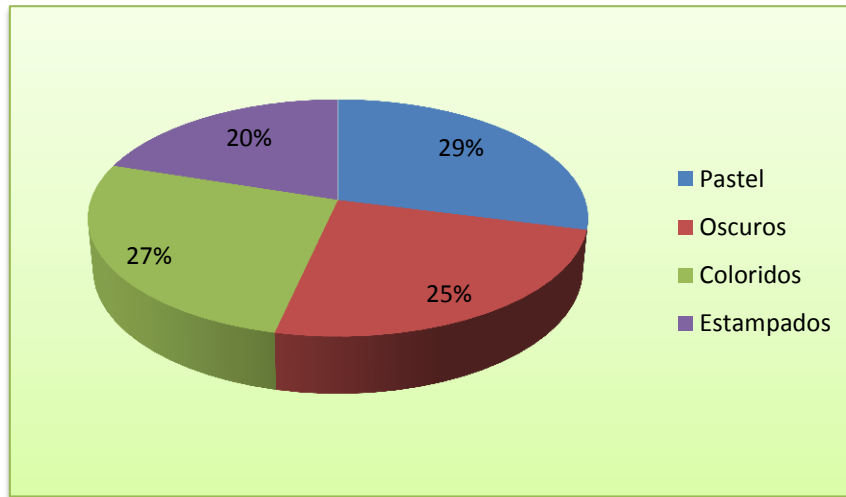
Tabla N° 29
Colores que prefiere al comprar una prenda.

Preferencia de colores	Nº	Porcentaje
Pastel	58	29%
Oscuros	49	25%
Coloridos	53	27%
Estampados	40	20%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12

Colores que prefiere al comprar una prenda



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

12.1 Interpretación de los datos:

En esta pregunta las encuestadas tuvieron gustos muy variados, se puede observar que los porcentajes son muy cercanos.

13.- Al momento de comprar una prenda de vestir, ¿qué es lo primero que toma en cuenta?

Tabla N° 30

Aspectos que valora al comprar una prenda

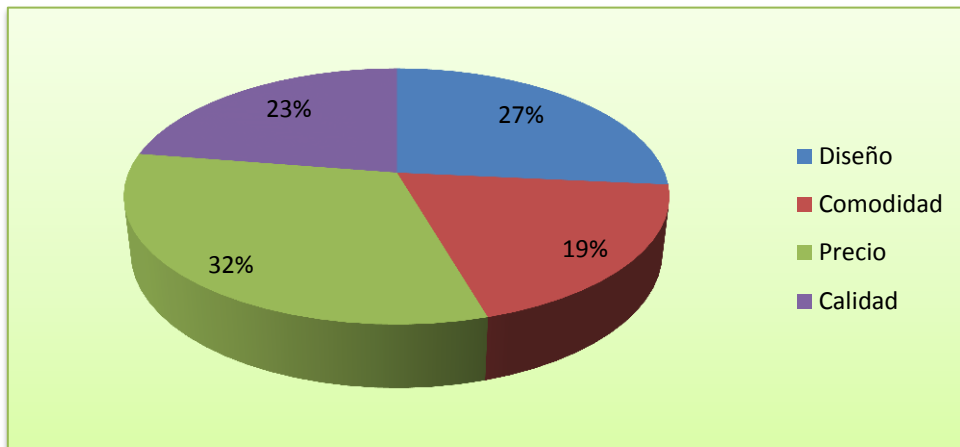
Aspectos que valora al comprar	N°	Porcentaje
Diseño	53	27%
Comodidad	38	19%
Precio	64	32%
Calidad	45	23%
Total	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13

Aspectos que valora al comprar una prenda



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

13.1 Interpretación de los datos:

En el momento de adquirir una prenda de vestir, las personas se inclinan por analizar si el precio es conveniente, seguido del diseño que tenga, por otro lado es importante observar la calidad con la que ha sido confeccionada. Dejando en último término si esta le va a brindar la comodidad deseada.

14.- ¿Qué medio de publicidad es más práctico para usted?

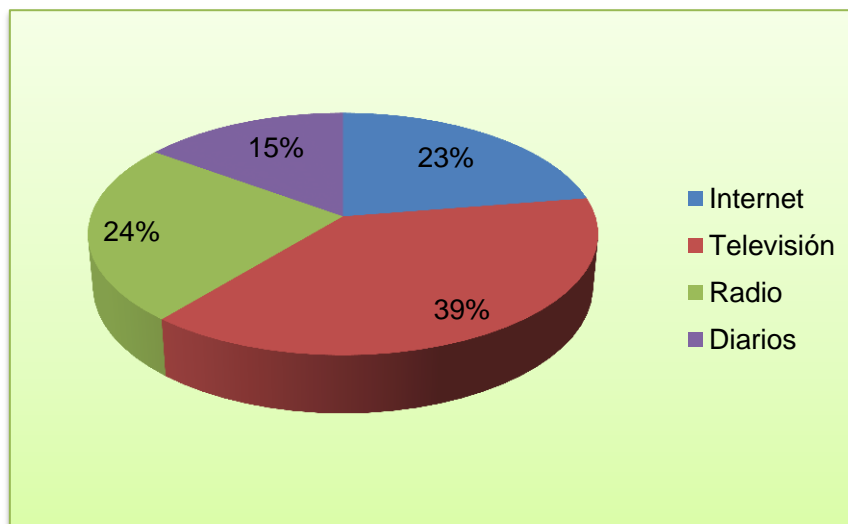
Tabla N° 31

Medio de Publicidad preferido

Medio de Publicidad	N°	Porcentaje
Internet	45	23%
Televisión	77	39%
Radio	48	24%
Diarios	30	15%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14
Medio de Publicidad preferido



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

14.1 Interpretación de datos:

Con esta pregunta se busca identificar cual es el mejor medio de comunicación o difusión de nuestro producto al mercado, es decir, cual es el camino idóneo que nos permite seleccionar el modo de posicionarse en la mente del consumidor. Los resultados mostraron que el 39% se entera de nuevos productos o servicios a través de la televisión, seguido de la radio (24%) y mediante internet (23%).

3.4.2 Tabulación de la encuesta aplicada para analizar la situación socioeconómica de las habitantes del bloque 8 de la Cooperativa Flor de Bastión

La presente encuesta socioeconómica ha sido realizada con la finalidad de reunir datos estadísticos que nos permitan obtener información sobre la población, las familias, características de las viviendas, los servicios básicos que poseen, su nivel de ingresos, empleo y habilidades.

La aplicación de las encuestas contó con la participación de las habitantes del Bloque 8, de Flor de Bastión, se visitó las viviendas, con el objetivo de obtener información fidedigna y actualizada sobre el área de estudio.

Para la elaboración del presente trabajo se procedió de la siguiente manera:

- 1) Se recabó material bibliográfico, mapas e información diversa acerca del Bloque 8, de la Cooperativa Flor de Bastión, para conocer el área de estudio.
- 2) Se levantó y corroboró información en campo, para reconocer las zonas donde se aplicarían las encuestas (accesibilidad, densidad de viviendas).
- 3) Se visitó el sector para aplicar la encuesta socioeconómica a una muestra representativa de la población, y por último,
- 4) Se procesó y analizó los datos obtenidos.

3.4.3 Procesamiento de los datos

1.- ¿Cuál es su edad?

Tabla N° 32

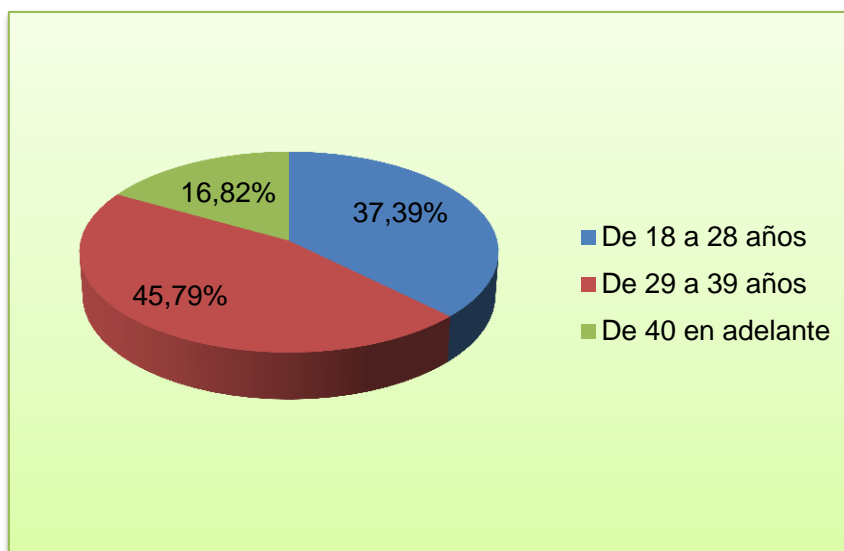
Edad de las Encuestadas en Flor de Bastión, Bloque 8

Edades	N°	Porcentaje
De 18 a 28 años	40	37,39%
De 29 a 39 años	49	45,79%
De 40 en adelante	18	16,82%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15

Edad de las Encuestadas en Flor de Bastión, Bloque 8



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

1.1 Interpretación de datos:

Del total de encuestas, el rango de edad que mayormente se presenta corresponden a mujeres de entre 29 a 39 años, el 37% se aplicaron a mujeres de entre 18 a 28 años, siendo estos rangos conformado mayoritariamente por dueñas del hogar y madres solteras, que no cuentan con un empleo estable y/o que sea bien remunerado, son las que más se interesarían en formar parte, e integrarse en un proyecto microempresarial; sin dejar de lado el aporte que pueden proporcionar a nuestro proyecto la experiencia de mujeres de entre 40 en adelante, que representan en esta muestra el 17%.

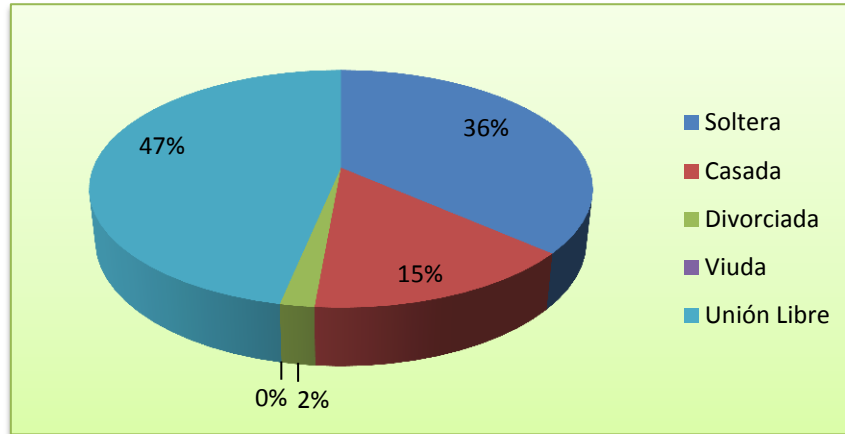
2.- ¿Cuál es su Estado Civil?

Tabla N° 33
Estado Civil

Estado Civil	N°	Porcentaje
Soltera	39	36%
Casada	16	15%
Divorciada	2	2%
Viuda	0	0%
Unión Libre	50	47%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 16
Estado Civil



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

2.1 Interpretación de datos

Debido a que son familias de escasos recursos económicos, migrantes de sectores rurales no le dan importancia a una relación formal, por lo que optan en su mayoría la unión libre, también predomina en el bloque 8, las madres solteras y finalmente un porcentaje menor son partidarias de legalizar su relación.

3.- ¿Cuántas personas integran su familia?

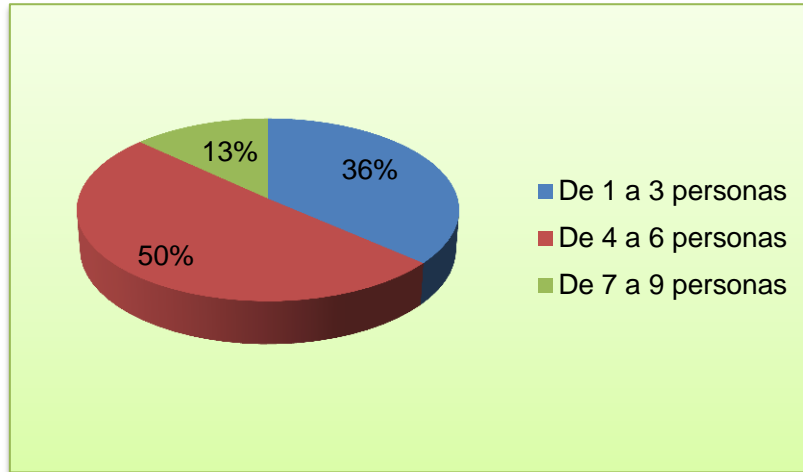
Tabla N° 34
Número de Integrantes de la Familia

Número de Integrantes	N°	Porcentajes
De 1 a 4 personas	39	36%
De 5 a 6 personas	54	50%
Más de 7 personas	14	13%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 17

Número de Integrantes de la Familia



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

3.1 Interpretación de datos:

Se puede observar que la mayoría de las familias están integradas por un número de 5 a 6, el siguiente rango es de 1 a 4 personas y finalmente más de 7 personas. Al ser familias numerosas los ingresos económicos que obtienen son insuficientes para poder tener un nivel de vida aceptable.

4.- ¿Cuál es su nivel de Instrucción Educativa?

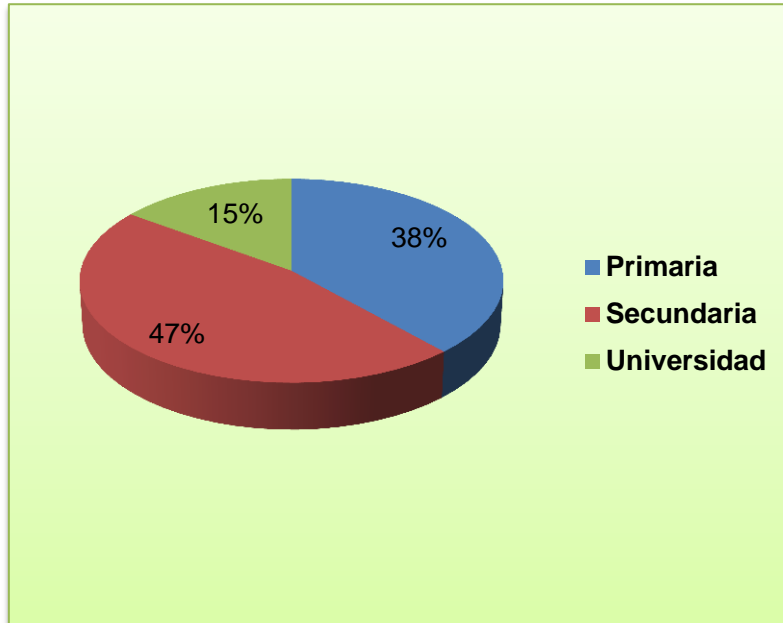
Tabla N° 35

Nivel de Instrucción Educativa

Nivel Educativo	N°	Porcentaje
Primaria	41	38%
Secundaria	50	47%
Universidad	16	15%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 18
Nivel de Instrucción Educativa



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

4.1 Interpretación de datos:

De las 107 entrevistadas, 50 respondieron que su nivel de instrucción es de secundaria, que no siguieron sus estudios universitarios debido a que formaron una familia y tuvieron que dedicarse a su hogar y tratar de conseguir un empleo, seguido de 41 mujeres que terminaron la primaria, que no contaron con los recursos económicos necesarios, o con el apoyo de la familia para terminar su bachillerato, con la información de su instrucción se puede establecer la forma del organigrama de la microempresa.

5.- ¿Cuál es el número de personas de la familia que actualmente buscan empleo?

Tabla N° 36

Integrantes de la familia que buscan empleo

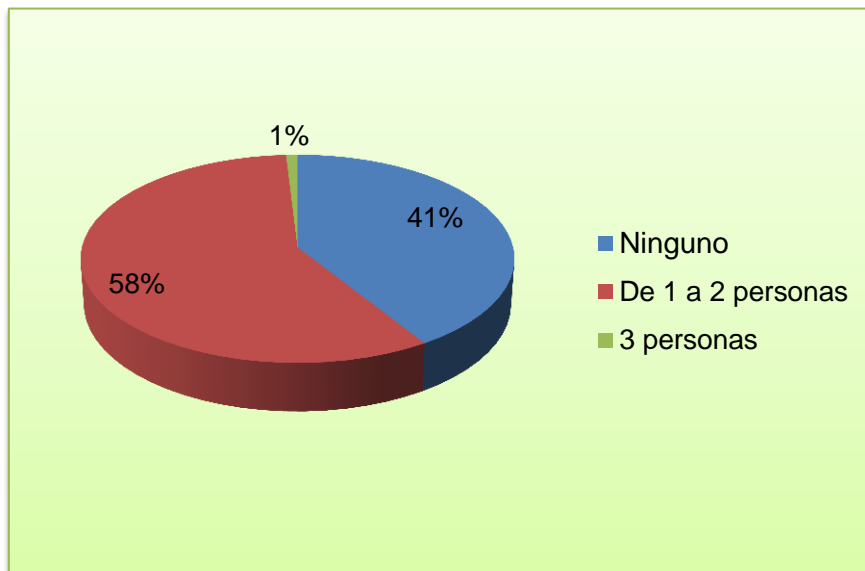
Integrantes que buscan empleo	N°	Porcentaje
Ninguno	44	41%
De 1 a 2 personas	62	58%
3 personas	1	1%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 19

Integrantes de la familia que buscan empleo



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

5.1 Interpretación de datos:

El 58% de las entrevistadas asegura que en su hogar al menos un integrante desea obtener un empleo, pero debido a la falta de preparación académica, no son considerados al momento de la selección del personal en las empresas cercanas al sector, el 41% no busca trabajo por temor a ser rechazado.

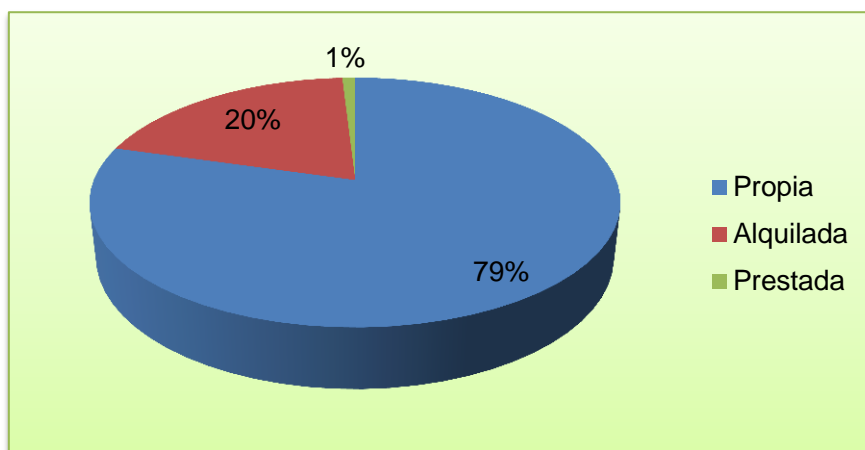
6.- Propiedad de la vivienda

Tabla N° 37
Propiedad de la vivienda

Propiedad de la vivienda	N°	Porcentaje
Propia	85	79%
Alquilada	21	20%
Prestada	1	1%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 20
Propiedad de la vivienda



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

6.1 Interpretación de los datos:

Casi el 80% de las encuestadas afirman que son propietarias de viviendas, mientras que el 20% alquila; y el 1% vive en casa cedida por algún familiar. Lo que significa que existe en el sector mayoritariamente mujeres que residen permanentemente y que podrían formar parte de la microempresa. El material predominante utilizado para la construcción de sus viviendas es de bloque, también existen casas construidas por la Fundación Hogar de Cristo. Las casas no cuentan con las dependencias necesarias; sala, comedor, dormitorio, baño.

7.- ¿Posee su vivienda energía eléctrica?

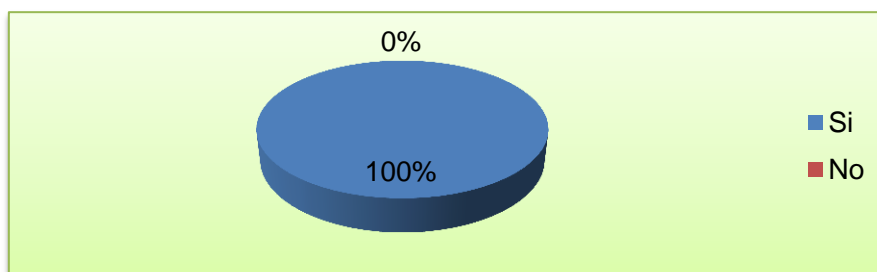
Tabla N° 38
Posee energía Eléctrica

Energía Eléctrica	N°	Porcentaje
Si	107	100%
No	0	0%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 21
Posee Energía Eléctrica



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

7.1 Interpretación de datos:

De la muestra de las mujeres encuestadas, aseguran que su hogar posee energía eléctrica. Uno de los requerimientos básicos para tener una vida digna. A pesar de que si tienen medidores, si existen conexiones eléctricas que son realizadas por los habitantes de las viviendas y que carecen de requerimientos técnicos, lo que produce un alto riesgo de incendios provocados por estas malas conexiones.

8.- ¿Usted cuenta con Red de Agua?

Tabla N° 39

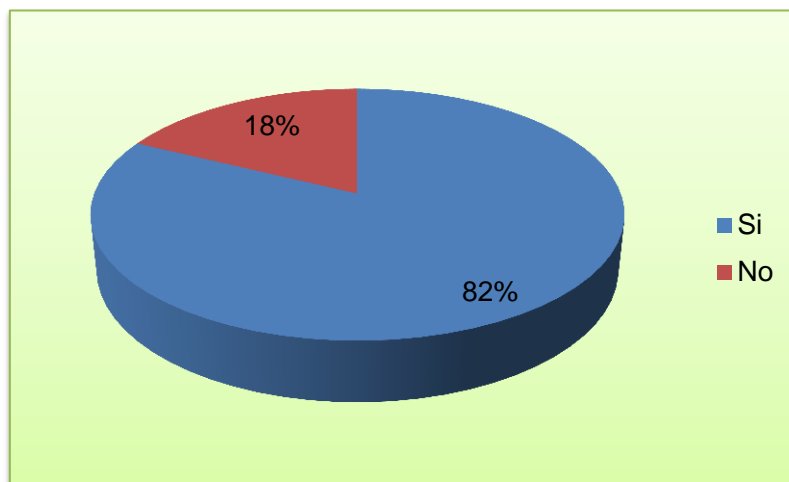
Posee Red de Agua

Red de Agua	N°	Porcentaje
Si	88	82%
No	19	18%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 22

Posee Red de Agua



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

8.1 Interpretación de datos:

La mayoría de las encuestadas afirma tener red de agua potable, mientras que el 18% no posee red de agua, y se abastece mediante tanqueros, el valor del tanque de agua es de un dólar; a pesar de que la mayoría de las viviendas de esta muestra tiene agua, en el bloque 8 de Flor de Bastión no existe el alcantarillado, lo cual provoca que al no estar las calles asfaltadas cause malestar entre sus habitantes, más aún cuando es época de invierno, están propensas a contraer enfermedades de distintos tipos: dérmicas, gastrointestinales e infecto-contagiosas.

9.- ¿Existen establecimientos educativos suficientes para la adecuada instrucción de sus hijos?

Tabla N° 40

Existen Suficientes Establecimientos Educativos

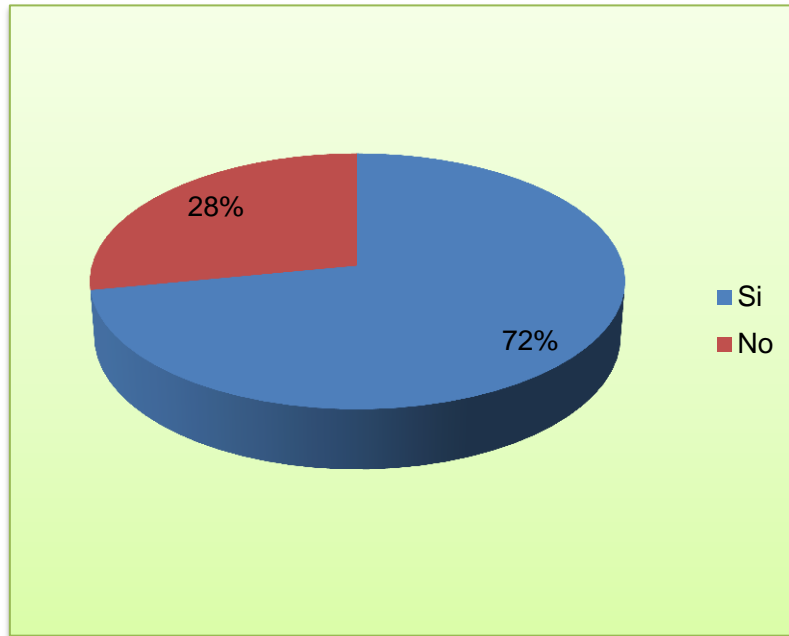
Establecimientos Educativos	N°	Porcentajes
Si	77	95%
No	30	5%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 23

Existen Suficientes Establecimientos Educativos



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

9.1 Interpretación de datos:

El mayor porcentaje de las encuestadas asegura que la Cooperativa cuenta con los establecimientos necesarios para la formación de sus hijos; existen 2 unidades educativas específicamente en el bloque 8, que son el Centro Educativo Lucila Araujo y García y el otro establecimiento es el Gral. Alfredo Molina Arroyo; al contrario del 28% de las mujeres encuestadas de esta muestra que afirman que los establecimientos que existen son hasta décimo año de Educación Básica y los jóvenes que van a secundaria tienen que buscar colegios en los sectores que no sean muy alejados para que culminen su etapa de bachillerato.

10.- Cuenta con unidades médicas cercanas donde pueden atenderse los integrantes de su familia?

Tabla N° 41

Existen Suficientes Unidades Médicas

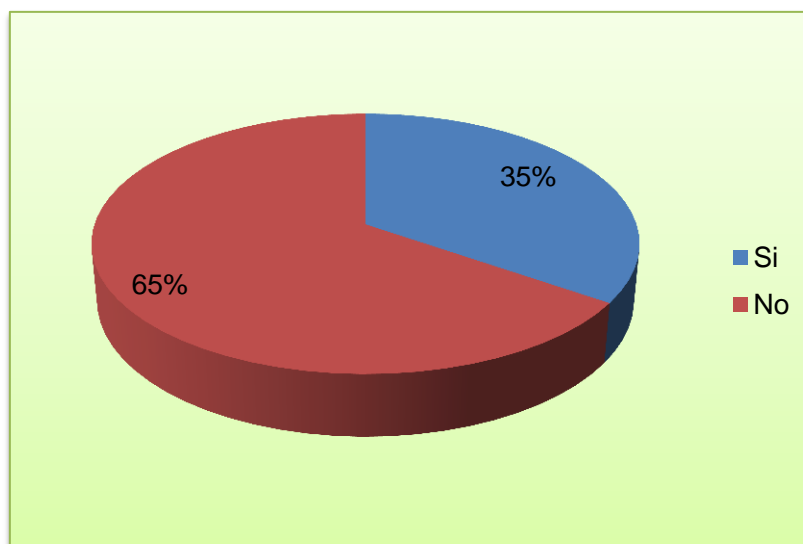
Unidades Médicas	N°	Porcentaje
Si	37	35%
No	70	65%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 24

Existen Suficientes Unidades Médicas



Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

10.1 Interpretación de los datos:

La infraestructura en servicios de salud de Flor del Bastión comprende varios subcentros de salud de diverso origen institucional; públicos y privados sin fines y con fines de lucro. Así existen en la zona tres subcentros de salud del Ministerio de Salud Pública, dos Puntos de Atención del Programa de Aseguramiento Popular, y tres puntos de atención de Hogar de Cristo. Específicamente en el Bloque 8 existe el subcentro de salud Las Iguanas (del área N° 11) del Ministerio de Salud Pública. El 35% de las encuestadas de esta muestra afirma que existen los centros médicos cercanos donde pueden atenderse sus familiares, mientras que el 65% aseguró que no se abastecen los turnos y médicos en los centros de salud, recalcaron que la situación empeora cuando es época de invierno, que el centro de salud del bloque no abastece para atender sobre todo a los niños que se enferman por las afecciones comunes del invierno.

11.- ¿Cuáles son los principales problemas que afrontan las familias en esta Cooperativa?

Tabla N° 42

Principales problemas sociales

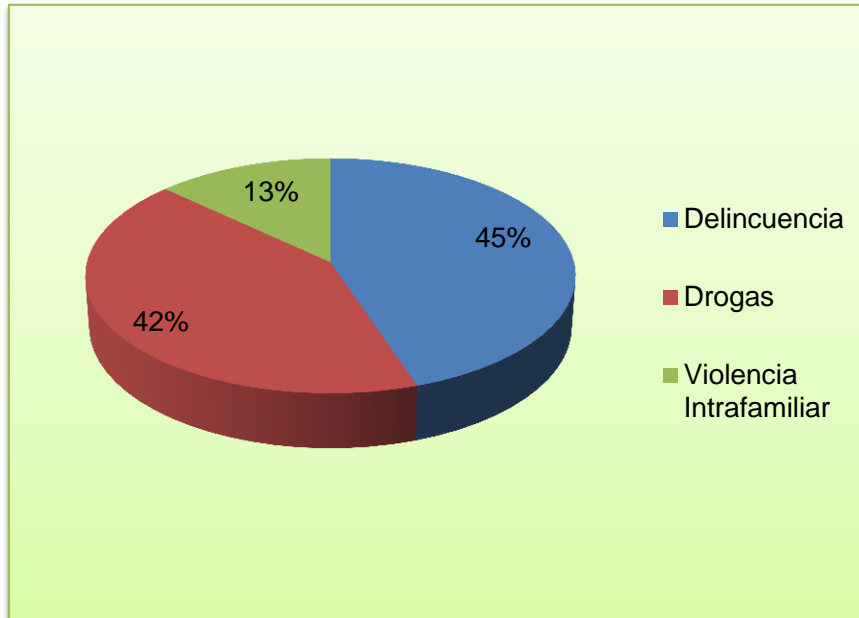
Principales Problemas Sociales	N°	Porcentajes
Delincuencia	48	45%
Drogas	45	42%
Violencia Intrafamiliar	14	13%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 25

Principales Problemas Sociales



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

11.1 Interpretación de los datos:

Del total de las 107 encuestadas, dicen que la delincuencia es un problema que se presenta mayoritariamente en la Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, sin embargo las drogas también representan un problema a tener en cuenta con el 42%, un menor porcentaje sufre de violencia intrafamiliar, las entrevistadas aseguran, que por el ambiente en el que se encuentran con la falta de empleo estable, con desigualdades sociales, o por racismo, o por desintegración familiar, la combinación de estos factores permite que se produzcan estos problemas.

12.- ¿Posee trabajo estable, que le permita aportar económicamente al hogar?

Tabla N° 43

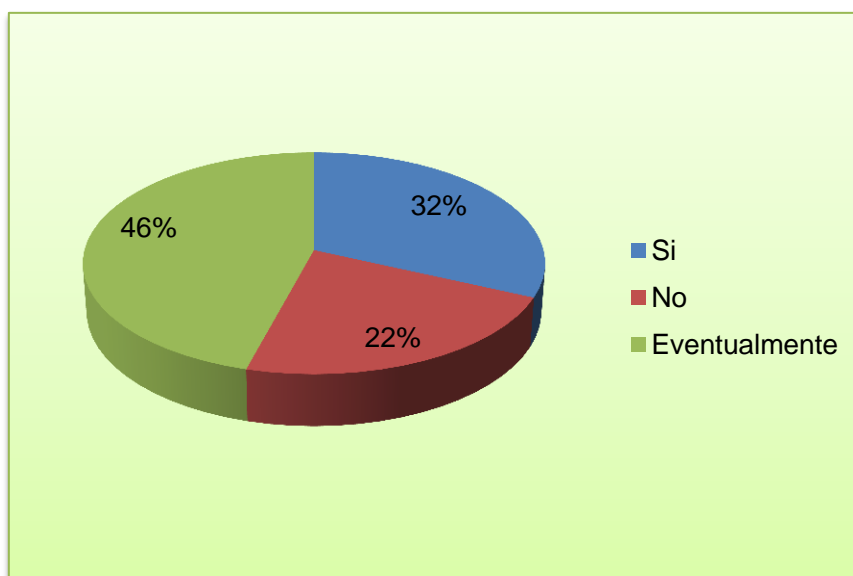
Posee Trabajo Estable

Trabajo Estable	N°	Porcentaje
Si	34	32%
No	24	22%
Eventualmente	49	46%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 26

Posee Trabajo estable



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

12.1 Interpretación de resultados:

El menor porcentaje de las encuestadas posee un trabajo estable; por lo general se desempeñan en supermercados, operarias de fábrica y locales de venta en el centro de la ciudad. El 68% contestaron que no poseen un trabajo actualmente, y que eventualmente cuentan con un trabajo; aquellas que consiguen un empleo lo realizan en empresas camaroneras o avícolas que cuando tienen mayor producción requieren mayor mano de obra. Las encuestadas afirmaron que al contar con un empleo, ganan lo básico que no cubren las necesidades de su hogar, y les agradaría aumentar sus ingresos.

13.- ¿Cuál es la situación económica de su familia?

Tabla N° 44

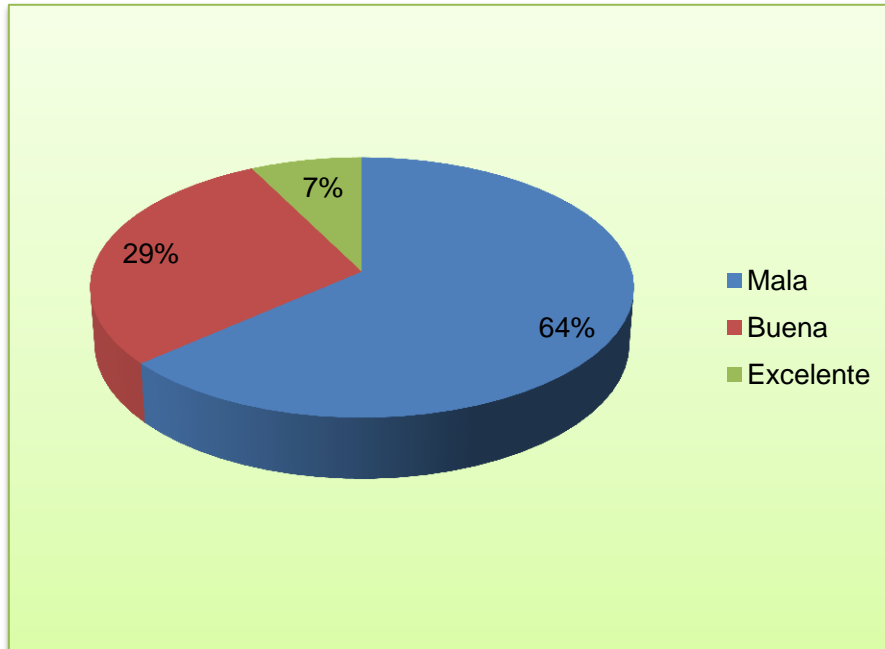
Situación Económica de la Familia

Situación Económica	N°	Porcentaje
Mala	68	64%
Buena	31	29%
Excelente	8	7%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 27

Situación Económica de la Familia



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

13.1 Interpretación de datos:

Del total de las encuestas, el 64% opina que la situación de su familia es mala, debido a que no tienen un trabajo estable, son contratadas eventualmente y su remuneración es la básica, el 29% expresó que su situación es buena porque su pareja ayuda con los gastos del hogar, y un porcentaje menor acotó que su situación es excelente, al tener a la mayoría de su integrantes con un trabajo estable y bien remunerado.

14.- ¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su familia?

Tabla N° 45

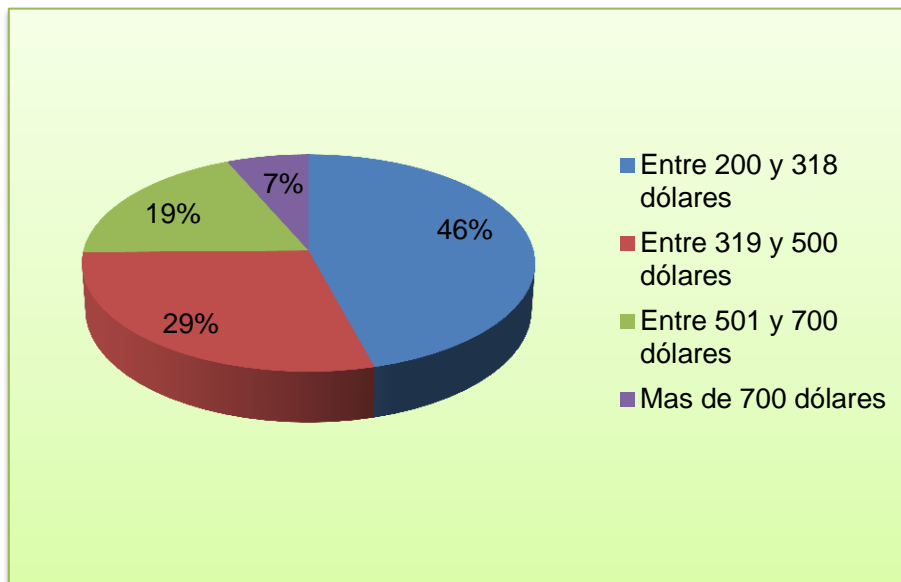
Ingreso Promedio Mensual Familiar

Ingreso Promedio Mensual	N°	Porcentaje
Entre 200 y 318 dólares	49	46%
Entre 319 y 500 dólares	31	29%
Entre 501 y 700 dólares	20	19%
Más de 700 dólares	7	7%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 28

Ingreso Promedio Mensual Familiar



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

14.1 Interpretación de datos:

El ingreso promedio mensual de sus familias oscila entre 200 y 318 dólares, esto se debe a que en la mayoría de los hogares del sector del bloque 8, Flor de Bastión, posee trabajo estable uno de los integrantes. Mientras que un 29% indica que los ingresos de sus familias fluctúan entre \$ 319 y \$ 500 dólares, promedio que logran alcanzar solo las familias dónde ambos esposos tienen un trabajo con al menos el salario básico y lo complementan con ventas de diferentes catálogos de belleza.

15.- ¿El trabajo que posee le permite cumplir a cabalidad con el cuidado de sus hijos?

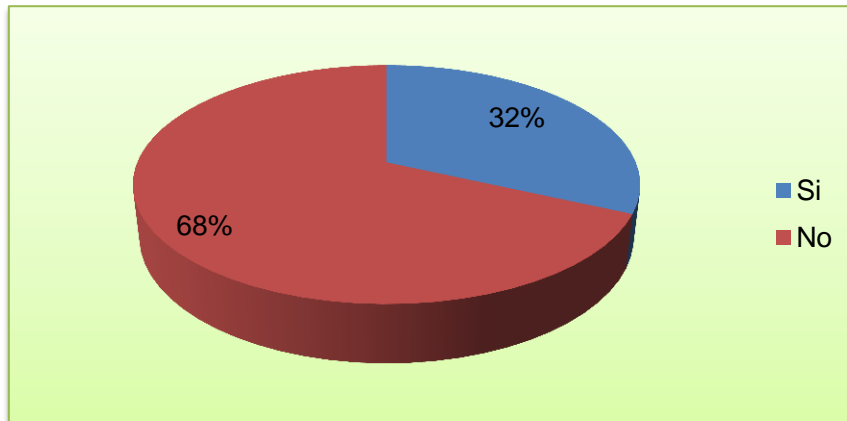
Tabla N^a 46
Cuidado de sus hijos

Permite el trabajo el cuidado de sus hijos	Nº	Porcentaje
Si	34	32%
No	73	68%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 29
Cuidado de sus hijos



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

15.1 Interpretación de datos:

Como podemos observar la mayoría de las mujeres indicaron que no poseen un trabajo que les permite cuidar de sus niños, pero esto se debe a que la mayoría no trabaja en casa, Sin embargo el 32% puede estar pendiente de la educación de sus hijos, porque disponen del tiempo necesario al realizar ventas de confitería, bolos, o colas, e incluso venden ropa o maquillaje por catálogo.

16.- ¿Le gustaría formar parte de un proyecto microempresarial que le ayude a mejorar los ingresos mensuales de su familia?

Tabla N° 47

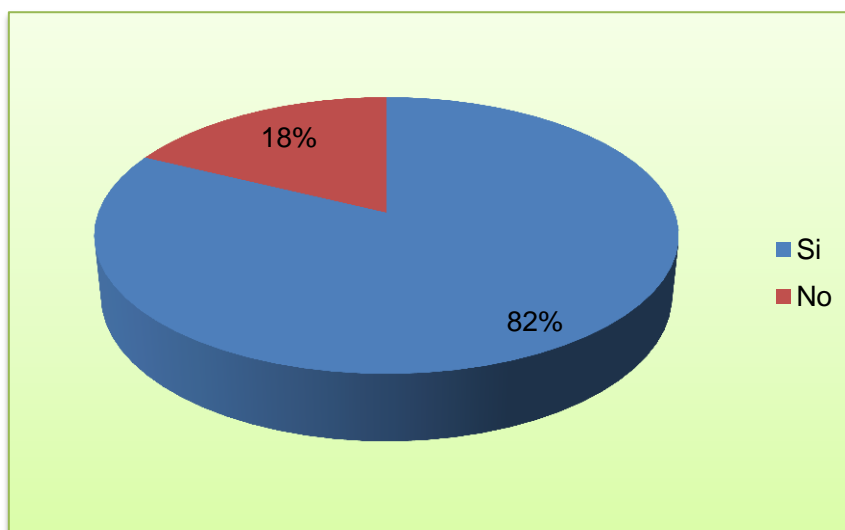
Le gustaría formar parte de una microempresa

Le gustaría formar parte de una nueva microempresa	N°	Porcentajes
Si	88	82%
No	19	18%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 30

Le gustaría formar parte de una microempresa



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

16.1 Interpretación de datos:

En esta pregunta se obtuvo una favorable acogida para formar parte de una microempresa demostrando interés y entusiasmo al conocer que sus ingresos económicos van a mejorar y pueden contribuir con los gastos que se genera en el hogar, aquellas que contestaron negativamente se debe a que desconocen sus habilidades para ser integrantes de una microempresa, tienen una baja autoestima.

17.- De acuerdo a los conocimientos y habilidades que posee, ¿qué actividad le gustaría emprender para mejorar el nivel económico de su familia?

Tabla N° 48

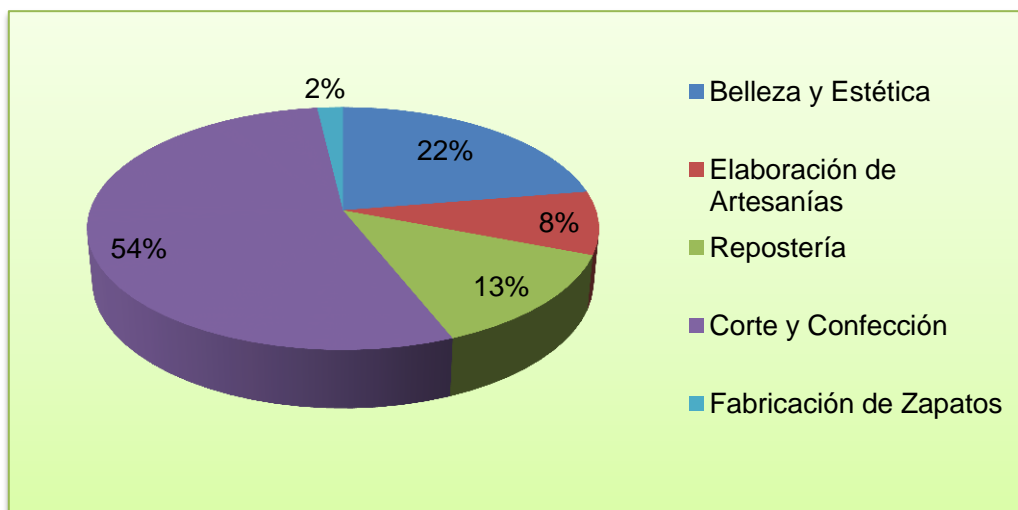
Habilidades que posee

Conocimientos y Habilidades	N°	Porcentaje
Belleza y Estética	24	22%
Elaboración de Artesanías	9	8%
Repostería	14	13%
Corte y Confección	58	54%
Fabricación de Zapatos	2	2%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 31

Habilidades que posee



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

17.- Interpretación de datos:

Del total de las encuestadas, se confirmó que mayoritariamente les gusta la opción de corte y confección, aunque carezcan de formación académica, pero si disponen de los conocimientos y habilidades para desempeñarse en la costura, dado que se trata de conocimientos transmitidos tradicionalmente. Seguido de aquellas que se inclinan por la belleza y estética; un tercer lugar de preferencia obtuvo la repostería, y finalmente un mínimo porcentaje las opciones restantes, esto nos permite saber que contamos con un grupo de mujeres capacitadas y con las habilidades necesarias para el desarrollo del proyecto.

18.- ¿Existe en la Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, proyectos microempresariales activos?

Tabla N° 49

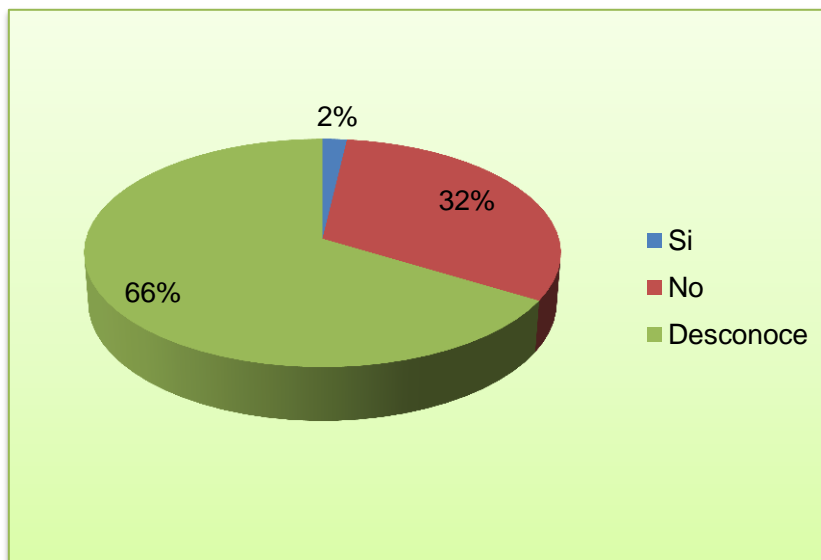
Existen Proyectos Microempresariales

Existen Proyectos Microempresariales Activos	N°	Porcentaje
Si	2	2%
No	34	32%
Desconoce	71	66%
TOTAL	107	100%

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 32

Existen Proyectos Microempresariales



Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: La Autora

18.- Interpretación de datos:

El 66% de las encuestadas afirman que desconocen si existen proyectos microempresariales comunitarios en la cooperativa, mientras el 32% dicen que no hay este tipo de proyectos en el sector, pero todas desean que existan más iniciativas que apoyen a las mujeres para reducir la pobreza.

3.5 Recursos: Instrumentales, Cronogramas, Presupuesto.-

3.5.1 Recursos Instrumentales:

Al cabo de las diferentes fases en la investigación se ha utilizado recursos fungibles y permanentes, que se detalla a continuación:

3.5.1.1 Recursos Fungibles:

- ✓ Carpetas plásticas transparentes.
- ✓ Cd, pen drive, memorias digitales.
- ✓ Esferos, resaltadores.
- ✓ Resmas de hojas tamaño A4.
- ✓ Grapadora.
- ✓ Clips.
- ✓ Copias para encuesta de demanda y socioeconómica.
- ✓ Perforadora
- ✓ Cartucho de impresora

3.1.5.2 Recursos Permanentes:

- ✓ Consumo de Celular
- ✓ Consumo de Internet
- ✓ Transporte

3.5.2 Cronograma de Actividades:

Nº	Nombre de la Tarea	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1	Desarrollo del proyecto de Investigación								
2	Desarrollo del Primer Capítulo								
3	Tutorías								
4	Recopilación de información en el INEC								
5	Recopilación de información en Flor de Bastión, bloque 8								
6	Desarrollo del Segundo Capítulo								
7	Tutorías								
8	Elaboración del Estado del Arte								
9	Elaboración de la Fundamentación Teórica								
10	Determinación de Hipótesis								
11	Determinación de las Variables								
12	Elaboración de los Indicadores								
13	Desarrollo del Tercer Capítulo								
14	Tutorías								
15	Determinación de datos (INEC)								
16	Desarrollo de Técnicas e Instrumentos								
17	Aplicación de Encuestas; Paque California y Terminal Terrestre Guayaquil								
18	Aplicación de Encuestas en Flor de Bastión, bloque 8								
19	Recopilación de información de Créditos y Requisitos para nuevas empresas								
20	Desarrollo del Cuarto Capítulo								
21	Tutorías								
22	Elaboración de la Propuesta								

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

3.5.3 Presupuesto: El presupuesto asignado a la realización del proyecto es el siguiente:

Tabla N° 50

Presupuesto Detallado de los Gastos Generados en Recursos Fungibles para la Realización del Proyecto

N°	Suministros		Presupuesto		
	Detalle	Características	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Carpetas plásticas transparentes	Marca Bester	5	\$ 1,00	\$ 1,00
2	Cd	CD-RW Imation - Media/1X-4X-700MB	10	\$ 0,70	\$ 7,00
3	Pen drive	Pen Drive Imation 4 GB	2	\$ 8,00	\$ 16,00
4	Memoria digital	Memoria Kingston Technology Sd De 8gb	1	\$ 11,00	\$ 11,00
5	Esferos	Bic azul y negra punta gruesa 0.34 m	4	\$ 0,15	\$ 0,60
4	Resaltadores	Bic amarillo flúor	2	\$ 0,81	\$ 0,81
5	Resmas de hojas	Papel Bond Xerox 75gr A4 500 HOJAS	2	\$ 3,50	\$ 7,00
6	Grapadora	Grapadora KW Trio Metal Nova 5712	1	\$ 8,72	\$ 8,72
7	Clips	Caja de clips metálicos alex 32mm x 100	4	\$ 0,21	\$ 0,84
8	Copias	Encuestas	614	\$ 0,02	\$ 12,28
9	Perforadora	KW Trio Grande # 978 P/30	1	\$ 4,51	\$ 4,51
10	Cartucho de impresora	Hp tinta 901 color	2	\$ 32,00	\$ 64,00
		Hp tinta 901 B/N	2	\$ 19,00	\$ 38,00
11	Grapas	Caja de grapas Alex 26/6 de 5000 unidades	1	\$ 0,67	\$ 0,67
12	Sobres	Sobre manila F4	10	\$ 0,15	\$ 1,50

13	Cuadernos	Universitario Espiral 100 Hojas a Cuadros	1	\$	1,58	\$	1,58
14	Notas adhesivas	Post it amarillo 100 hojas	1	\$	5,69	\$	5,69
Total				\$	97,71	\$	181,20

Fuente: La Autora

Elaborado Por: La Autora

Tabla N° 51

Presupuesto Detallado de los Gastos Generados en Recursos Permanentes para la Realización del Proyecto

N°	Suministros		Presupuesto		
	Detalle	Características	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Consumo Celular	Mes Septiembre - Abril		\$ 10,00	\$ 80,00
2	Consumo Internet	Mes Septiembre - Abril		\$ 21,00	\$ 168,00
3	Transporte	Mes Septiembre - Abril		\$ 15,00	\$ 120,00
Total				\$ 46,00	\$ 368,00

Fuente: La Autora

Elaborado Por: La Autora

Tabla N° 52
Presupuesto General de los Gastos Generados para la Realización del Proyecto

N°	Suministros	Presupuesto
	Detalle	Costo
1	Útiles de Oficina	\$ 32,92
2	Tintas	\$ 102,00
3	Papelería	\$ 12,28
4	Computación	\$ 34,00
Recursos Fungibles		\$ 181,20
1	Transporte	\$ 120,00
2	Servicios Básicos	\$ 248,00
Recursos Permanentes		\$368,00
Suma Total		549,20

Fuente: La Autora
Elaborado Por: La Autora

CAPITULO IV

4. Informe Técnico Final

4.1 Propuesta

En el presente estudio de la situación económica y social de las mujeres y sus hogares en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8, se manifestó que los trabajos eventuales, el desempleo y su escasez de recursos económicos son los primeros inconvenientes que producen que estas familias no tengan las condiciones de vida adecuadas.

A causa de los cambios y retos continuos que se enfrentan en la vida socio económicos, se preocupa por buscar una solución que pueda contribuir a mejorar la situación de desempleo.

Las mujeres de la Cooperativa son las más expuestas al desempleo, que diariamente buscan las formas de obtener ingresos para su hogar, por este motivo, el principal objetivo de esta investigación es presentar una propuesta que dé solución, que ayude a disminuir el desempleo dando la posibilidad para fomentar el empleo femenino, fortaleciendo su autoestima y que se pueda mejorar o incrementar sus ingresos, dotándolas de un espacio estable de trabajo.

Mediante la encuesta realizada a las mujeres en el Capítulo III sobre sus condiciones de vida, de trabajo, también se evidenció que poseen conocimientos y habilidades en corte y confección, por lo que se busca asesorar a las mujeres que intervienen en este proyecto.

Las microempresas contribuyen al establecimiento de nuevas unidades productivas que ofrecen soluciones viables y efectivas para la generación de empleo y la reducción de la pobreza, es una buena manera de ganarse la vida y de

emprender proyectos nuevos que mejoren la condición óptima y económica de los habitantes.

4.1.1 Desarrollo de la microempresa

Para la implementación de esta propuesta se cuenta con el apoyo de las mujeres que habitan en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8, se muestran interesadas y entusiasmadas por emprender una microempresa.

4.2 Objetivos de la Propuesta.

4.2.1 Objetivo General:

Proporcionar la planificación estratégica necesaria para la conformación de una microempresa de confección de ropa para damas.

4.2.2 Objetivos Específicos:

- ✓ Formar una asociación de mujeres, con habilidades en corte y confección para la conformación de la microempresa.
- ✓ Capacitar al personal para brindarles las herramientas y conocimientos adecuados en emprendimiento de la actividad microempresarial.
- ✓ Determinar la ubicación y distribución del taller de confección.
- ✓ Realizar el estudio financiero para determinar la factibilidad de la microempresa.

4.3 Generalidades de las Asociaciones.

El propósito de formar la Asociación de Mujeres de Flor de Bastión, bloque 8 es enseñar, y promover a la mujer, especialmente a aquellas de bajos recursos, y

que no cuentan con un trabajo estable, para que se pueda integrar al mundo laboral con las mejores cualidades posibles.

Al constituir una asociación, es para que se recoja las inquietudes y motivaciones de las mujeres que la componen, como uno de los caminos más eficaces para ir consolidando un proceso colectivo de participación que permita avanzar hacia el desarrollo.

Antes de pasar a enumerar los requisitos formales que debe cumplir cualquier asociación, es interesante que las mujeres que quieran juntarse en un grupo sepan cómo empezar:

- ✓ El primer paso es compartir un interés que las lleve a reunirse.
- ✓ Un vez juntas hay que decidir el nombre que se quiere dar a la asociación.

Tras resolver este paso, hay que decidir dónde se va a situar la asociación. El grupo debe contar con un domicilio social donde recibir la correspondencia y poder localizar a las asociadas. Como muchas veces resulta complicado disponer de un local propio se pueden buscar alternativas como: contar con el domicilio particular de alguna de las socias para tener una dirección.

Por último hay que elegir los cargos de presidenta, tesorera y secretaria. Una vez abordados estos aspectos iniciales, cabe ahora enunciar los pasos que se deben dar para constituir legalmente la asociación.

4.3.1 Creación de Corporaciones

De conformidad con el reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, registros de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el código civil y en las leyes especiales, expedido mediante decreto ejecutivo no. 3054 de 30 de agosto de 2002 publicado en el registro oficial no. 660 de 11 de septiembre de 2002 y reformado con decreto ejecutivo 982, promulgado en registro oficial no. 311 de 8 de abril de 2008.

Las corporaciones se pueden constituir por personas naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar, que busquen o promuevan el bien común de sus miembros o de una comunidad determinada.

4.3.2 Clases de Corporaciones

Podrán ser las corporaciones; de primer, segundo y tercer grado.

- ✓ Corporación de Primer Grado: Aquella que agrupa a personas naturales con un mínimo de 5 miembros, con un fin delimitado tales como: asociaciones, clubes, comités, colegios profesionales y centros.
- ✓ Corporación de Segundo Grado: Aquella que agrupa a las de primer grado o personas jurídicas, como las federaciones y cámaras.
- ✓ Corporación de Tercer Grado: Aquella que agrupa a las de segundo grado como confederaciones, uniones nacionales u organizaciones similares.

4.3.3 Requisitos para aprobar una Asociación

El Presidente de la República es el facultado para aprobar la constitución de una fundación según el Art. 584 del Título XXIX del Código Civil, sin embargo, por razones de orden práctico, esta atribución ha sido delegada a los Ministros de Estado (Decreto Ejecutivo 339 de 28 de noviembre de 1998 y Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, artículo 11 literal k), quienes de acuerdo a la materia de que se trate podrán aprobar los estatutos y las reformas de las mismas y podrán otorgar la personería jurídica.

Para obtener la aprobación de una fundación o corporación, se deberá presentar una solicitud, dirigida al Ministro de Estado que corresponda o al Secretario General de la Administración Pública, firmada por el miembro

fundador delegado para ello, adjuntando en un solo expediente, los siguientes documentos, debidamente certificados por el Secretario de la organización:

- ✓ Acta de la Asamblea Constitutiva de la organización en formación, suscrita por todos los miembros fundadores, la misma que deberá contener expresamente:

a) La voluntad de los miembros de constituir la misma;

b) La nómina de la directiva provisional;

c) Los nombres completos, la nacionalidad, números de los documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores; y,

d) La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia e indicación de un número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

- ✓ Copia del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del Secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio y aprobación del mismo.

El patrimonio mínimo de las corporaciones de primer grado deberá acreditar en una cuenta de integración de capital un patrimonio mínimo de USD 400 dólares.

4.3.4 Estatutos y su aprobación

El estatuto de una fundación o corporación deberá contener al menos los siguientes puntos:

- ✓ Nombre, domicilio y naturaleza jurídica de la organización.
- ✓ Objetivos, fines específicos y fuentes de ingresos.
- ✓ Clase de miembros.
- ✓ Derechos y obligaciones de los miembros.

- ✓ Régimen disciplinario.
- ✓ Régimen de solución de controversias.
- ✓ Causales para la pérdida de calidad de miembro
- ✓ Estructura y organización interna.
- ✓ Régimen económico.
- ✓ Causas para disolución y procedimiento para la liquidación.
- ✓ Mecanismos de elección, duración y alternabilidad de la directiva.

Una vez presentada toda la documentación requerida en la instancia correspondiente (Ministerio o Secretaría General de la Administración Pública), la elaboración del acuerdo ministerial o decreto ejecutivo que conceda la personería jurídica a la organización en formación, se la realizará en el término máximo de 15 días contados a partir de la presentación de la solicitud. En el caso de que la solicitud no reune todos los requisitos exigidos o no estuviere acompañada de los documentos arriba mencionados, tendrá un término de 5 días para completarla. Si no se presentara, el trámite será negado, dentro del término máximo de 15 días, sin perjuicio de que se presente con posterioridad una nueva solicitud.

4.3.5 Directiva de una Asociación

Después de obtenerse la personería jurídica, se deberá poner en conocimiento del Ministerio correspondiente la nómina de la directiva, en un plazo máximo de 15 días posteriores a la fecha de elección, para el registro estadístico respectivo.

En el caso de que la corporación fuera aprobada por el Presidente de la República, el correspondiente decreto ejecutivo deberá disponer al Ministerio que ejercerá los controles respectivos y ante el cual deberán efectuarse los registros y demás trámites reglamentarios. Una vez establecido el Ministerio bajo cuyo control queda la organización, este ejercerá todos los actos de autoridad, incluyendo la facultad de aprobar reformas estatutarias.

4.3.6 Ingreso y Salida de Miembros y cambio de Directiva de una Asociación

Las corporaciones deberán solicitar a los correspondientes ministerios el registro de la inclusión o exclusión de miembros, así como los cambios de directiva, adjuntando la siguiente documentación:

- ✓ Solicitud de registro, firmada por el representante legal de la fundación o corporación, acompañada de la siguiente información:
 - a) Nombre de la organización.
 - b) Fecha en la que fue aprobado el estatuto y sus reformas, si las hubiere.
 - c) Nómina actualizada de los miembros, nombre del representante legal y domicilio de la organización.
 - d) Número del decreto ejecutivo o acuerdo ministerial, folio y número de registro correspondiente.

- ✓ Convocatoria a la Asamblea; y,
- ✓ Acta de la Asamblea en la que se eligió la Directiva o se aprobó la inclusión o exclusión de miembros, haciendo constar los nombres y firmas de los socios asistentes, debidamente certificados por el Secretario de la organización.

Los Ministerios tienen la facultad de requerir a las fundaciones y corporaciones que están bajo su control, que presenten información relacionada con las actas de asambleas, informes económicos y memorias aprobadas, y toda clase de informes que se refieran a sus actividades, exceptuando aquella documentación protegida por la Ley de Propiedad Intelectual.

4.4 Capacitación

La capacitación es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemático y organizado, mediante el cual las personas aprenden conocimientos específicos y relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización de la tarea y del ambiente y desarrollo de habilidades.

Para que la capacitación sea efectiva es necesario que la participante conciba la capacitación como una herramienta a través de la cual puede adquirirse nuevos conocimientos o ampliar los que ya se tienen.

4.4.1 Datos de la Capacitación

Lugar de Capacitación: Centro Educativo "Gral. Luis Alfredo Molina Arroyo" N° 100, ubicado en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8

Tema de Capacitación: Módulo de Capacitación en la Constitución de la Microempresa y Obtención de Crédito.

Día de Capacitación: sábado

Horas de Capacitación: 8:00 am a 12:00 pm

Número de participantes: 15 personas

4.4.2 Contenido de la capacitación

1) La empresa

- ✓ Definición de empresas
- ✓ Elementos de la empresa
- ✓ Clases de empresas
- ✓ Características del empresario

2) Requisitos para la constitución de la empresa.

- ✓ Registro único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Afiliación al IESS.
- ✓ Registro único de Proveedores.
- ✓ Certificado de Seguridad de Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Registro de Patentes en la Municipalidad de Guayaquil.
- ✓ Superintendencia de Compañías.

3) Características de los créditos.

- ✓ Bancos y Cooperativas del Sistema Financiero.
- ✓ Documentos para solicitud del crédito.
- ✓ Tipos de crédito.
- ✓ Montos de crédito.
- ✓ Plazos de pago.
- ✓ Formas de pago.
- ✓ Períodos del pago.

4) Desarrollo Empresarial

- ✓ Concepto de Emprender
- ✓ El emprendedor
- ✓ Espíritu emprendedor
- ✓ Características del emprendedor
- ✓ Idea, empresa
- ✓ Liderazgo
- ✓ Trabajo en equipo

4.4.3 Presupuesto de la Capacitación

Tabla N° 53
Presupuesto de Capacitación

PRESUPUESTO			
MATERIALES DE APOYO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lápices	15	\$ 0,15	\$ 2,25
Carpetas	15	\$ 0,70	\$ 10,50
Resmas de hojas	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Fotocopias	450	\$ 0,02	\$ 9,00
Cds con material de apoyo	2	\$ 0,70	\$ 1,40
Borrador	15	\$ 0,25	\$ 3,75
Insumos (Refrigerio)			
Refrigerio	15	\$ 1,00	\$ 15,00
TOTAL			\$ 45,40

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

4.5 Descripción del Procedimiento

La planificación estratégica es indispensable para que la microempresa pueda anticiparse y responder a los cambios del entorno, es decir, del mercado, de la competencia, de la tecnología, de la cultura. La formulación de la estrategia para la conformación debe partir de la definición de qué va a ser la empresa y de cuál va a ser su producto-mercado (misión), de su localización y su nombre

4.5.1 Matriz de Estrategias FODA

Para nuestro estudio se considera de gran importancia la elaboración de una matriz FODA, con el propósito de conocer más acerca del entorno, analizar y determinar la estrategia que nos permita tener éxito en esta nueva microempresa

Tabla N° 54

Matriz FODA

Análisis	Fortalezas	Debilidades
	<p>1.-Conocimientos y experiencia en confección de prendas.</p> <p>2.- Deseo de superación.</p> <p>3.-Habilidades que favorece el diseño creativo de prendas.</p> <p>4.-Diseños modernos y creativos.</p>	<p>1.- No cuenta con local de venta propio.</p> <p>2.- El producto y la microempresa son desconocidos en el mercado.</p>
Oportunidades	Estrategia (FO)	Estrategias (DO)
<p>1.- Experiencia de emprendedoras en la elaboración de las prendas de vestir.</p> <p>2.- Oportunidad de crecimiento personal, y económica.</p>	<p>Utilización adecuada y eficiente de los recursos físicos, humanos y financieros que garantizara procesos de crecimiento y de posicionamiento en el sector económico y productivo</p>	<p>Mediante el apoyo que brindan las instituciones financieras se podrá realizar un crédito para la adquisición de la maquinaria.</p>
Amenazas	Estrategia (FA)	Estrategia (DA)
<p>1.-Al ser una microempresa nueva está en desventaja, por la</p>	<p>Calidad de la prenda tanto en diseño y confección, para captar clientes.</p>	<p>Al tener una inestabilidad en la demanda por el constante cambio de la</p>

<p>presencia de distribuidoras de la industria establecida.</p> <p>2.- Inestabilidad de la demanda.</p> <p>3.- Nuevas empresas competidoras</p>	<p>moda, nos enfocaremos a la creación de nuevos modelos de innovación para satisfacer al cliente. Con el catálogo, volantes y página web se espera posicionar pronto nuestro producto y que las mujeres lo tengan en cuenta.</p>
---	---

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

4.5.2 Descripción Institucional

✓ **Nombre:**

Microempresa de Confecciones Flor

✓ **Objetivo General:**

Confeccionar y comercializar blusas para damas, que cumplan con los requerimientos de calidad e intereses de las clientas.

✓ **Misión**

Confeccionar y comercializar blusas para damas de excelente calidad, para satisfacer las exigencias de nuestros clientes y ser una microempresa competitiva y eficiente mediante procesos de mejoramiento continuo, que aseguren nuestro proceso posicionamiento y permanencia en el mercado, teniendo siempre en cuenta que cada una de las integrantes de la microempresa, somos miembros fundamentales para el logro de cada uno de nuestros objetivos.

✓ **Visión**

Ser reconocida en el sector de Flor de Bastión, como una microempresa de ropa confeccionada, satisfaciendo las necesidades y expectativas de las clientas.

✓ **Valores**

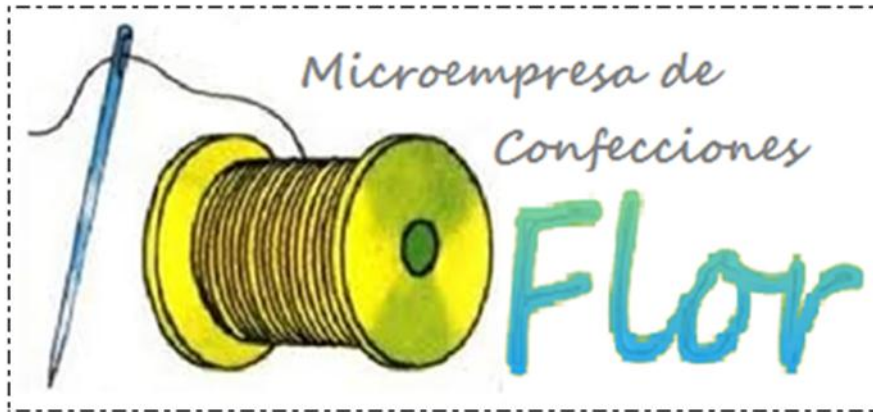
- ✓ Respeto: Hacia todas las personas que conforman directa o indirectamente la microempresa, las buenas relaciones entre clientes, proveedores, trabajadores y comunidad.
- ✓ Lealtad: Compromiso con la microempresa, con sus objetivos y metas en forma decidida y constante, obrando siempre con honestidad y justicia.
- ✓ Responsabilidad: Compromiso de cumplir nuestras obligaciones, dando siempre lo mejor de cada uno, tomando decisiones justas y a tiempo que ocasionen el mínimo impacto negativo para los afectados.
- ✓ Trabajo en Equipo: Unimos esfuerzos para el logro de nuestros objetivos, en un ambiente de confianza, comunicación permanente y respeto; compartiendo conocimiento, experiencia e información.

✓ **Logo de la Microempresa**

Es un elemento gráfico, visual o auditivo que sirve a una empresa, institución o producto como presencia en el mercado. Constituye la representación gráfica de la razón social; es decir, es la identidad de la misma. El logotipo seleccionado para la nueva empresa de confección de ropa femenina, es:

Gráfico N° 33

Logo de la Microempresa



✓ Estructura Organizacional:

Para que cualquier empresa logre tener un desempeño apropiado, ampliar su cobertura y obtener un reconocimiento favorable por la calidad de sus productos, la confianza que el cliente sienta hacia los propios, hacia los empleados, la responsabilidad de los mismos por esmerarse en brindarle la mejor atención y colaboración que el cliente necesite basándose en el respeto y la lealtad generada por el sentido de pertenencia de cada una de las personas que integran la empresa.

Es importante considerar todas las partes involucradas en las organizaciones para poder evaluarlas y manejarlas como un ente coherente, y lograr mantener un sistema de calidad total, que consiste en satisfacer simultáneamente a todos los interesados.

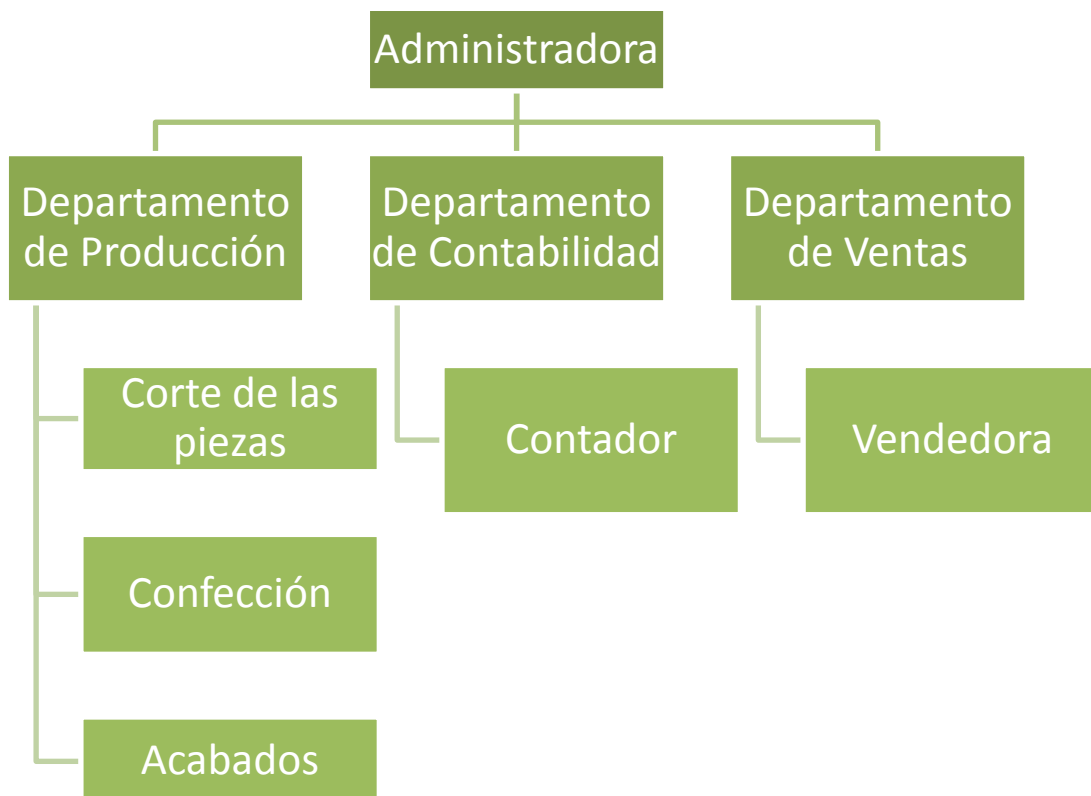
La estructura orgánica de una empresa, se representa gráficamente en un organigrama, es aquí donde se observa la fluidez de la comunicación (autoridad y responsabilidad), los niveles jerárquicos, el tipo de organización, los departamentos que tiene una empresa y que posición tiene cada individuo dentro de ella.

Los organigramas estructurales son muy útiles en la organización, debido a que permiten:

- ✓ La división de funciones
- ✓ Niveles jerárquicos

Todo organigrama debe ser flexible y adaptable, de forma que si hay cambios en la empresa, este se pueda adaptar.

Gráfico N° 34
Estructura Organizacional de la Microempresa



Fuente: La Autora

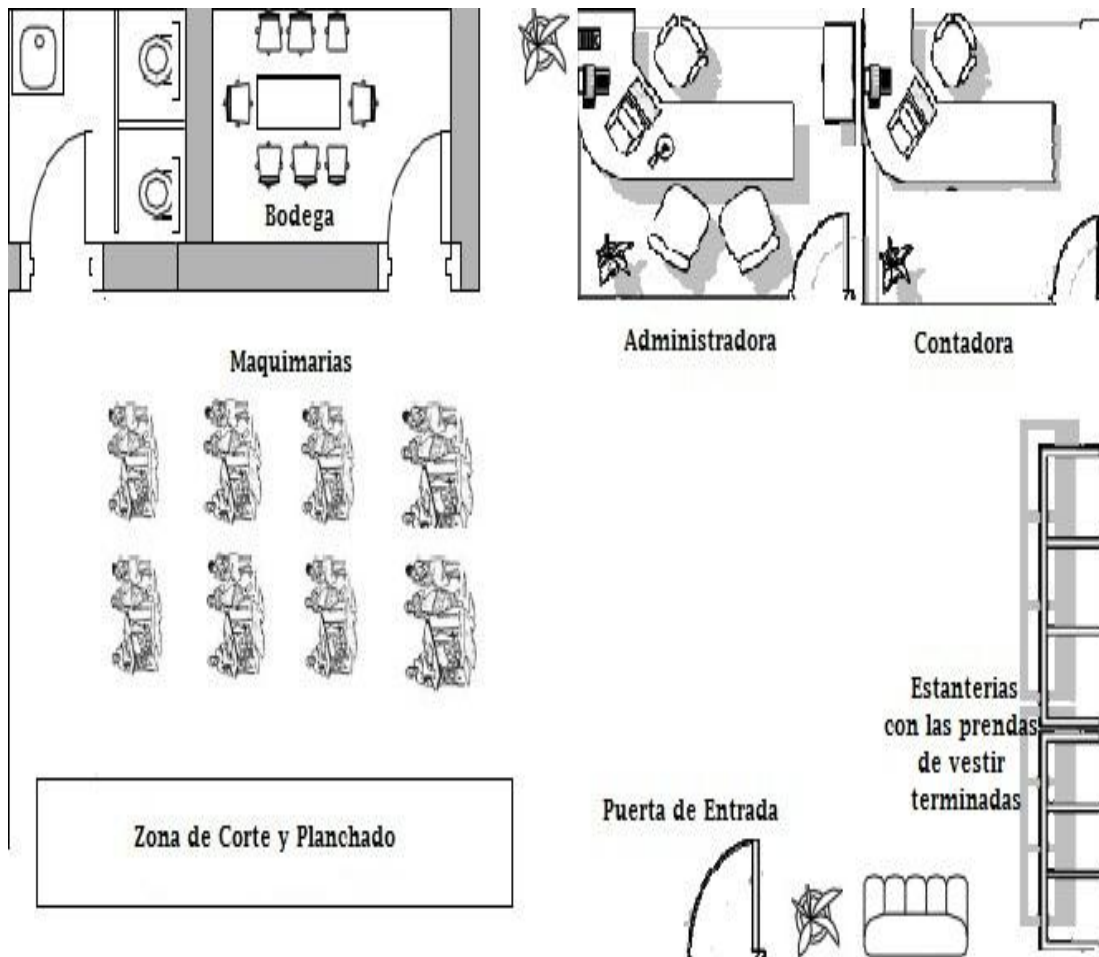
Elaborado por: La Autora

4.6 Localización y Distribución de la Microempresa De Confecciones

La microempresa se encontrará ubicada en la ciudad de Guayaquil, Cooperativa Flor de Bastión, bloque 8, se ha escogido esta cooperativa por cuanto las confeccionistas poseen propiedades en la misma, y se prevé será la mejor alternativa para llevar adelante este proyecto.

Figura N° 9

Distribución de la Microempresa De Confecciones Flor



Elaborado por: La Autora

- ✓ **Área de Producción.-** Está integrada por las maquinarias y costura, con un amplio espacio para la movilización de las trabajadoras que transitarán dentro de las instalaciones. En esta área se unen y se confeccionan las piezas junto con la colocación de las etiquetas en cada blusa.
- ✓ **Área de Corte.-** Se instalará la mesa de madera para el corte de tela. Se tiempla la tela cuidadosamente, se ubican los moldes y con la tiza sastre se dibuja de acuerdo al patrón diseñado.
- ✓ **Área de empaque.-** La coordinadora de operaciones debe revisar cuidadosamente la producción final, cada producto se empaqueta dentro de una funda plástica para evitar que se manche.
- ✓ **Oficinas Administrativas.-** Para las oficinas se dispondrá de dos oficinas, las cuales serán divididas para la Administradora y la contadora.
- ✓ **Bodega.-** La bodega poseerá un almacenamiento del material e insumos necesarios para la producción.
- ✓ **Sanitario.-** Para los baños se ha destinado dos, para el uso de los trabajadores de la empresa.

4.7 Estrategia Empresarial

4.7.1 Definición del Producto

Nuestro producto son principalmente blusas para mujer, nuestro segmento objetivo son las mujeres a las que les gusta vestir a la moda, ellas son quienes más compran y controlan los ingresos familiares, consideramos que es un segmento importante porque está en permanente rotación.

El producto de las blusas se concibe como un producto diseñado para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestras compradoras, por lo cual se va a diferenciar por el diseño, los materiales y los colores.

De acuerdo con el resultado de las encuestas, se encontró que ellas buscan la comodidad como algo fundamental, los colores pasteles que combinen muy bien, el material preferido es el algodón, aunque algunas personas dijeron que otras opciones de tela como el chiffon es un material que le da elegancia a la prenda. Para poder utilizarlas en climas cálidos se requiere que sean confeccionadas en materiales muy suaves.

El catálogo de muestra de las prendas para los negocios que quieran adquirir nuestras prendas y para las personas que acudan al taller se diseñará con las recomendaciones tomadas por nuestras clientes, a partir de sus opiniones, tendremos la oportunidad de hacerle modificaciones para ir renovando el producto.

4.7.2 Estrategia de Proceso de Producción

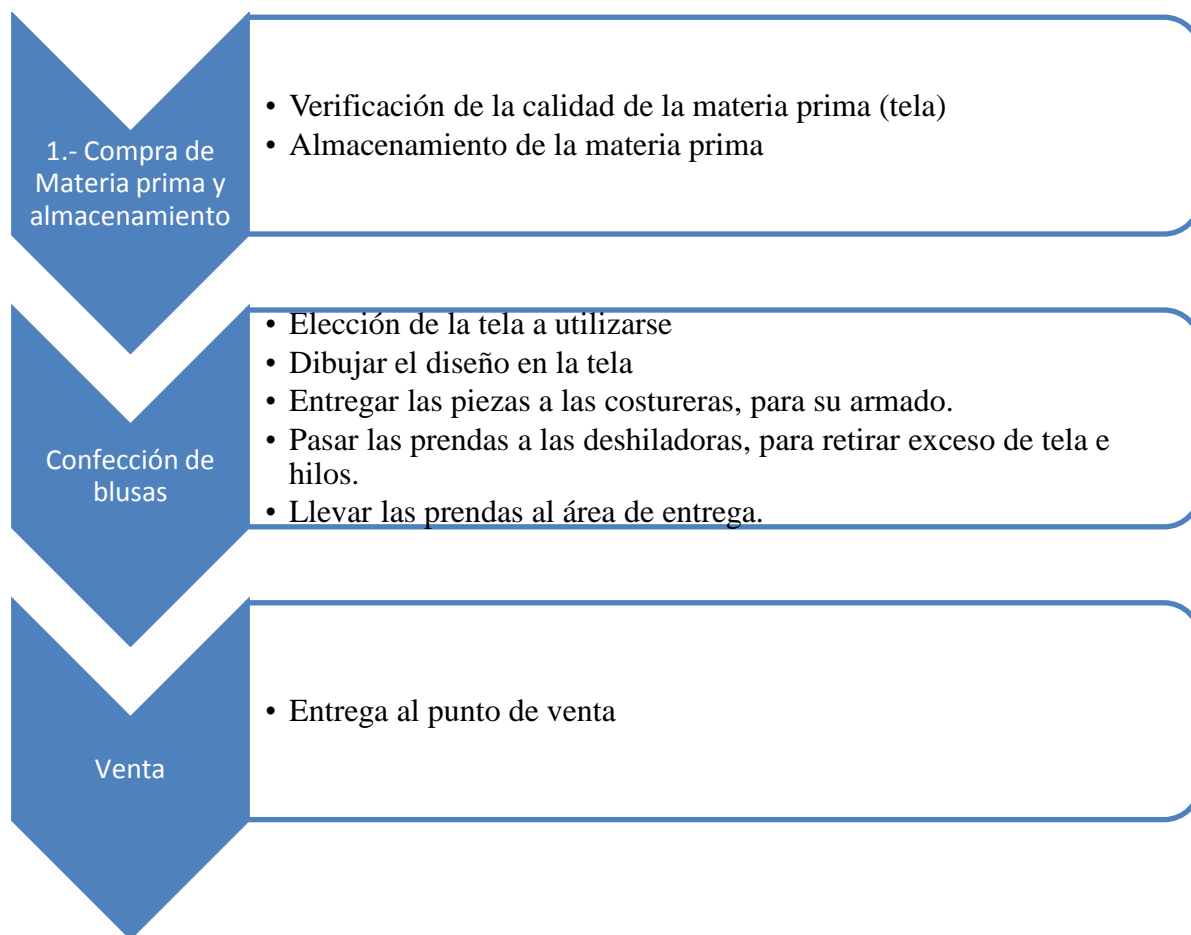
Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. Los elementos de entrada pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Para la confección de las blusas se ha establecido el siguiente proceso de producción:

1. Adquirir la materia prima, que reúna la calidad y las características necesarias para la producción, en este caso es: tela, hilos, y botones.
2. Seleccionar y verificar la materia prima para elaborar la prenda, en especial la tela debe estar sin ningún tipo de falla.
3. En la tela se procede a realizar el diseño de la prenda, para luego cortarla.
4. Entregar el diseño cortado en piezas a las costureras, para que ellas procedan a unir las mismas en las máquinas.
5. Ya con la prenda terminada las costureras proceden a entregar las mismas a las deshiladoras, para que ellas deshilen las prendas, es decir que corten los hilos o exceso de tela que haya quedado en las prendas.
6. Luego las prendas son dobladas y enfundadas para ser colocadas en el área de entrega y proceder a entregar al punto de venta.

Gráfico N° 35

Cadena de Valor del Proceso de Producción



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

4.7.3 Estrategia de Publicidad

La comunicación o promoción es la unión o el conjunto de fuerzas de la microempresa, con un fin único, darse a conocer. Que el cliente sepa quién es y en qué consiste esta microempresa.

Las opciones que se tomará para darse a conocer como una microempresa de confecciones de ropa femenina serán a través del Internet, volantes y catálogo de modelos de las blusas.

Desarrollar e implementar un portal de la microempresa en la Web, el mismo que contenga toda la información posible acerca de la microempresa. Reunirá información tal como los modelos de blusas, tarifa de precios, dirección y personal con el que se trabaja.

4.7.4 Estrategia para la Distribución

La intención fundamental de la distribución del producto es ubicarlo en manos de los clientes. La red de distribución debe permitir que el cliente esté al tanto del producto y obtenga la resolución de eventuales problemas con su uso, por lo cual se ha determinado seguir el siguiente camino de distribución.

Se piensa llegar al cliente por los siguientes canales:

- ✓ **Venta directa:** Se utilizará este tipo de venta cuando el consumidor acuda directamente a la microempresa convirtiéndose en una gran oportunidad en cuanto a la publicidad boca a boca, puesto que el cliente al comprar algo bueno, regresa y además recomienda a un tercero a la compra del producto, beneficiando a la microempresa a elevar un mayor número de clientes y adquirir reconocimiento. Se contará con un ambiente adecuado para la venta.

- ✓ **Venta minorista:** Se distribuirá las blusas a los propietarios en boutiques y tiendas de ropa ubicadas en los alrededores, que compren prendas de vestir para ser comercializados en sus propios negocios, quiénes a su vez

se encargarán de hacer llegar el producto al cliente. Con este tipo de venta se logrará una rotación más rápida del Stock.

Para lograr una buena atención al cliente y sobre todo estar en contacto con ellos se utilizará ciertos mecanismos como: llamadas telefónicas y visitas permanentes de un representante de la empresa a los distribuidores con la finalidad de entregar información con los modelos, diseños y colores de las prendas que al momento se estén fabricando y de esta manera recibir información de ciertas inquietudes y sugerencias que tengan con respecto al producto.

4.7.5 Estrategias Corporativas

4.7.5.1 Estrategia de Desarrollo

✓ Diferenciación

Se la utilizará debido a que la microempresa busca entregar al mercado características diferentes a la de la competencia tanto en los productos como en el servicio que se ofrezca. Así mismo lo que se pretende es lograr fidelización por parte del cliente hacia la marca de nuestra microempresa y menor sensibilidad al precio, por lo que esta estrategia nos ayuda a generar esto.

La estrategia es diferenciarse en el mercado actual, mediante una serie de factores en nuestros productos, como es el posicionamiento de una marca nacional para la mujer, con diseños a la moda, según la temporada, así como elaboración de prendas de vestir de todo tipo de tallas.

4.7.5.2 Estrategia de Crecimiento

✓ Desarrollo del Producto

Se utilizará este tipo de estrategia debido a que la microempresa lo que proyecta es incrementar sus ventas a través del desarrollo de productos innovadores, pese a que el mercado de la moda ya se encuentre atendido, así como satisfacer las necesidades cambiantes del mercado en cuanto a prendas de vestir para la mujer, que requieren siempre de constante innovación en los modelos de las prendas de vestir.

Proporcionar al mercado, el diseño constante de nuevos modelos, con el propósito de que las prendas no permanezcan mucho tiempo en las perchas, se establecerá un periodo de tiempo para la innovación de nuevos modelos en base a las necesidades del mercado, que permitan satisfacer mayores necesidades de los clientes.

4.8 Presupuesto para implementación del proyecto.

El plan financiero nos ayudará a determinar la inversión requerida para este proyecto, y la manera en la que va a ser distribuida, es decir en qué se usará el dinero, que se comprará; así también se desarrollará las tres estados financieros: balance general, estado de resultados y flujo de caja. Además de establecer el punto de equilibrio.

4.8.1 Detalle de la Inversión

Nuestra principal inversión es la adquisición de las maquinarias, la cual tiene como finalidad cumplir con nuestro objetivo de la microempresa de confecciones, satisfaciendo las necesidades de las mujeres al adquirir prendas de vestir.

La inversión total de un proyecto abarca lo que se refiere a la inversión inicial más el capital de trabajo requerido: sueldos, costos indirectos de fabricación, materia prima.

Tabla N° 55

Total de Inversión

Descripción	Valor	Porcentaje
Activos fijos	\$ 8.958,90	51%
Capital de Trabajo	\$ 8.700,09	49%
Total de Inversión	\$ 17.658,99	100%

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

✓ **Activos Fijos:**

Para iniciar la actividad de la microempresa se debe tomar en cuenta alguna de las inversiones que se requiere para poder llevar a cabo nuestro proyecto. Los bienes que se utilizará para el funcionamiento de la microempresa se detallan a continuación:

- ✓ **Maquinarias:** Nuestro principal activo fijo con el cual la microempresa de confecciones “Flor” no podría empezar su funcionamiento, para ello se invertirá en la compra de máquinas industriales de coser puntada recta, máquina cortadora, máquina recubridora, máquina overlock y plancha industrial.

- ✓ **Muebles y Enseres:** El taller y oficina administrativa estará acondicionada para la correcta funcionalidad del proceso de producción y administración. Para ello se necesitará una mesa de corte, 10 sillas para costureras y administrativa, dos escritorios de oficina, y una estantería metálica para colocar las prendas ya terminadas.

- ✓ **Equipos de computación:** Para el manejo de la microempresa de confección, instrumentos indispensables será una computadora, la cuál será usada como medio de comunicación con nuestros clientes, y para poder llevar un control de los ingresos y egresos.

Tabla N° 56

Detalle Activos Fijos

Microempresa de Confección “Flor”

Descripción	Marca	Modelo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria y Equipos					
Máquina Puntada Recta Industrial	Maqi	LS 8900	3	\$465,00	\$1.395,00
Máquina Cortadora Industrial	Singer	950C	1	\$441,00	\$441,00
Máquina Recubridora Industrial	Maqi	LS 31016 02BB	1	\$1.450,00	\$1.450,00
Máquina Overlock Industrial	Maqi	LS 757F516MZ35	1	\$950,00	\$950,00
Plancha Industrial	Silver Star	SIT 100	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Total Maquinaria y Equipos					\$5.436,00
Muebles y Enseres					
Mesa de Corte	1.60 * 1.60		1	\$150,00	\$150,00
Sillas para costureras			10	\$23,00	\$230,00
Escritorios de Oficina			2	\$165,00	\$330,00
Otros Muebles			2	\$85,00	\$170,00
Total Muebles y Enseres					\$880,00
Insumos					
Agujas (paño de 10 unidades)			10	\$1,78	\$17,80
Hilos (6 unidades de 10000 yardas)			5	\$14,40	\$72,00
Botones			100	\$0,10	\$10,00
Tiza			10	\$0,22	\$2,20
Cinta Métrica			10	\$0,50	\$5,00
Tijera profesional	Singer		1	\$10,20	\$10,20
Tijera profesional zigzag	Singer	y550155	1	\$8,50	\$8,50
Total Insumos					\$125,70
Otros Equipos					
Computadora	HP-Compaq	18-2004LA	1	\$699,00	\$699,00
Impresora	Canon	MG2120	1	\$69,00	\$69,00
Aire Acondicionado (24000 BTU)	Panasonic	Inverter Econavi	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Total Otros Equipos					\$1.968,00
Costo de Estudio del Proyecto					\$549,20
Total de Adquisición e Inversión					\$8.958,90

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

✓ **Capital de Trabajo:**

Aquellos recursos que requiere la microempresa para poder iniciar su operación, como la mano de obra, insumos, servicios básicos, publicidad. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la microempresa a tiempo.

Tabla N° 57
Gastos Fijos de Producción
Microempresa de confección “Flor”

Detalle	Cant.	Costo Unitario	Costo Total	Horas Laboradas	Costo por	13º	14º	Aporte	Costo
		Mensual	Mensual	Mensualmente	Hora	sueldo	sueldo	Patronal	Anual
Costos Operacionales:									
<i>Operativo</i>									
Operadoras de Máquina Recta	3	\$321,98	\$965,94	160	\$6,04	\$965,94	\$ 954,00	\$1.292,43	\$14.803,65
Operadora Máquina Recubridora	1	\$321,98	\$321,98	160	\$2,01	\$321,98	\$ 318,00	\$ 430,81	\$4.934,55
Operadora Máquina Overlock	1	\$321,98	\$321,98	160	\$2,01	\$321,98	\$ 318,00	\$ 430,81	\$4.934,55
Coordinadora de operaciones	1	\$500,00	\$500,00	160	\$3,13	\$500,00	\$ 318,00	\$ 669,00	\$7.487,00
Auxiliar	1	\$320,39	\$320,39	160	\$2,00	\$320,39	\$ 318,00	\$ 428,68	\$4.911,75
Total Mano de Obra Directa		\$1.786,33	\$2.430,29		\$15,19				\$37.071,50
<i>Administrativo</i>									
Administradora	1	\$ 650,00	\$ 650,00	160	\$ 4,06	\$ 650,00	\$ 318,00	\$ 869,70	\$ 9.637,70
Contadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	160	\$ 3,13	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ 669,00	\$ 7.487,00
Vendedora	1	\$ 400,00	\$ 400,00	160	\$ 2,50	\$ 400,00	\$ 318,00	\$ 535,20	\$ 6.053,20
Total Costos Administrativos		\$ 1.550,00	\$ 1.550,00		\$ 9,69				\$ 23.177,90
Total Costos del Personal		\$ 3.336,33	\$ 3.980,29		\$ 24,88				\$ 60.249,40
Costos Generales									
<i>Servicios Básicos:</i>									
Energía		\$40,00							\$480,00
Telefono		\$18,00							\$216,00
Agua		\$12,00							\$144,00
Internet		\$21,00							\$252,00
Total Costo de Servicios Básicos		\$91,00							\$1.092,00
<i>Útiles de Oficina:</i>									
Papelería		\$15,00							\$180,00
Otros		\$70,00							\$840,00
Total Costos de Utiles de Oficina		\$85,00							\$1.020,00
<i>Publicidad:</i>									
Volantes	2000	\$0,05	\$8,18						\$98,00
Diseño de Página Web			\$75,00						\$900,00
Catálogo	500	\$1,50	\$62,50						\$750,00
Total Costos de Publicidad									\$ 1.748,00
Total Costos Indirectos de Fabricación									\$ 3.860,00
Total Capital de Trabajo									\$ 8.700,09

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

4.8.2 Costos e Ingresos de Producción

✓ Costos de Producción:

Los costos de producción son los recursos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento, consiste en la determinación previa de los gastos indispensables para obtener un volumen dado de producción y entrega de cada tipo y de toda la producción de la microempresa

Tabla N° 58
Costos Variables de Producción
Microempresa de confección “Flor”

Costo Variables	Medidas	Material Requerido	Valor de Material	Valor de Producción Unitario	Valor de Producción Mensual	Valor de Producción Anual
Producción de Blusas					100	1200
Blusa Manga Larga						
Tela Chifón	Metros	1,5	\$ 6,50000	\$ 9,75	\$ 243,75	\$ 2.925,00
Botones	Docena	0,66	\$ 0,10000	\$ 0,07	\$ 1,65	\$ 19,80
Hilo	Yardas	20	\$ 0,00024	\$ 0,005	\$ 0,12	\$ 1,44
Pellón	Metros	0,25	\$ 2,50000	\$ 0,63	\$ 15,63	\$ 187,50
Etiquetas	Unidades	1	\$ 0,20000	\$ 0,200	\$ 5,00	\$ 60,00
Costo de materiales				\$ 10,65	\$ 266,15	\$ 3.193,74
Blusa Marga corta						
Tela Chifón	Metros	1,25	\$ 6,50000	\$ 8,13	\$ 203,13	\$ 2.437,50
Botones	Docena	0,50	\$ 0,10000	\$ 0,05	\$ 1,25	\$ 15,00
Hilo	Yardas	20	\$ 0,00024	\$ 0,005	\$ 0,12	\$ 1,44
Pellón	Metros	0,25	\$ 2,50000	\$ 0,63	\$ 15,63	\$ 187,50
Etiquetas	Unidades	1	\$ 0,20000	\$ 0,200	\$ 5,00	\$ 60,00
Costo de Materiales				\$ 9,00	\$ 225,12	\$ 2.701,44
Blusa sin Mangas						
Tela Chifón	Metros	0,75	\$ 6,50000	\$ 4,88	\$ 121,88	\$ 1.462,50
Hilo	Yardas	20	\$ 0,00024	\$ 0,005	\$ 0,12	\$ 1,44
Botones	Docena	0,42	\$ 0,10000	\$ 0,04	\$ 1,05	\$ 12,60
Etiquetas	Unidades	1	\$ 0,20000	\$ 0,200	\$ 5,00	\$ 60,00
Costo de Materiales				\$ 5,12	\$ 128,05	\$ 1.536,54
Blusa de Tiras						
Tela Algodón Lycra	Metros	0,5	\$ 8,50000	\$ 4,25	\$ 106,25	\$ 1.275,00
Hilo	Yardas	20	\$ 0,00024	\$ 0,005	\$ 0,12	\$ 1,44
Etiquetas	Unidades	1	\$ 0,20000	\$ 0,200	\$ 5,00	\$ 60,00
Costo de Materiales				\$ 4,45	\$ 111,37	\$ 1.336,44
Empaque						
Cajas de Cartón	Unidades	180	\$ 0,40000	\$ 0,40	\$ 6,00	\$ 72,00
Cinta de embalaje	Unidades	24	\$ 0,75000	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 9,00
Costo de Materiales				\$ 1,15	\$ 7,50	\$ 81,00
Subtotal De Producción				\$ 30,38	\$ 738,18	\$ 8.849,16
Otros Costos						
Energía Eléctrica	KW/H		\$ 0,08108	\$ 1,22	\$ 121,62	\$ 1.459,46
Total Costo de Producción				\$ 31,59	\$ 859,80	\$ 10.308,62

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

✓ **Gastos de Fabricación**

Para el cálculo de la depreciación, se utilizó el método de línea recta, al ser el más utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo.

Tabla N° 59
Depreciación Lineal de Activos Fijos

ACTIVOS	Porcentaje	Valor	Depreciación	
			Mensual	Anual
Maquinarias y Equipos	10%	\$ 5.436,00	\$ 45,30	\$ 543,60
Muebles y Enseres	10%	\$ 880,00	\$ 7,33	\$ 88,00
Equipo de Computación	33,33%	\$ 768,00	\$ 21,33	\$ 255,97
Insumos	5%	\$ 125,70	\$ 0,52	\$ 6,29
Otros Equipos	10%	\$ 1.200,00	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 8.409,70	\$ 84,49	\$ 1.013,86

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

Tabla N° 60
Amortización de Activo Diferido

ACTIVOS	Porcentaje	Valor	Depreciación	
			Mensual	Anual
Costo del Estudio del Proyecto	5%	549,2	2,89	27,46
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 8.958,90	\$ 87,38	\$ 1.041,32

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

✓ Ingresos por Ventas

Los ingresos por venta fueron calculadas por el número de prendas de vestir que pueden ser confeccionadas mensualmente por el precio de venta.

TABLA N° 61
Ingresos por Ventas
Microempresa de Confecciones Flor

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Número de Blusas			100	1200
Blusa Manga Larga	25	\$ 25,00	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Blusa Manga Corta	25	\$ 22,00	\$ 2.200,00	\$ 26.400,00
Blusa sin Mangas	25	\$ 18,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00
Blusa de Tiras	25	\$ 12,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Total de Ingresos		\$ 77,00	\$ 7.700,00	\$ 92.400,00

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

4.9 Viabilidad o Factibilidad del Proyecto.-

Se realiza el estudio de factibilidad para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de este proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su desarrollo o implementación.

4.9.1 Estado de Situación Inicial.-

El Balance muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el período pronosticado.

Se presenta el Estado de Situación Inicial de la Microempresa de Confecciones Flor una vez obtenido el préstamo.

TABLA N° 62

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL Microempresa de Confecciones "Flor"

ACTIVOS

Activos Corrientes

Capital de trabajo \$ 8.700,09

Total Activo Corriente \$ 8.700,09

Activos Fijos

Maquinaria y Equipos \$ 5.436,00

Muebles y Enseres \$ 880,00

Otros Equipos \$ 1.968,00

Insumos \$ 125,70

Total de Activo Fijo \$ 8.409,70

Activos Diferidos

Costo Estudio del Proyecto \$ 549,20

Total Activo Diferido \$ 549,20

Total de Activos \$ 17.658,99

PASIVOS

Pasivos a Largo Plazo

Préstamo \$ 17.658,99

Total de Pasivos \$ 17.658,99

PATRIMONIO

\$ -

TOTAL PASIVO + CAPITAL \$ 17.658,99

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

4.9.2 Estado de Resultados.-

Los estados financieros proyectados normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Donde se muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente. Se detalla el estado de resultados proyectado donde se muestra de manera ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

TABLA N° 63

ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIA PROYECTADO
Micromepresa de Confecciones "Flor"

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje de Crecimiento		5%	5%	5%	5%
<u>Ingresos Operacionales:</u>					
Venta	\$ 92.400,00	\$ 97.020,00	\$ 101.871,00	\$ 106.964,55	\$ 112.312,78
TOTAL INGRESOS	\$ 92.400,00	\$ 97.020,00	\$ 101.871,00	\$ 106.964,55	\$ 112.312,78
<u>Costos Operativos:</u>					
Costos Variables de Materiales	\$ 10.308,62	\$ 10.824,05	\$ 11.365,25	\$ 11.933,51	\$ 12.530,19
Costo Fijo de Mano de Obra	\$ 37.071,50	\$ 38.925,07	\$ 40.871,33	\$ 42.914,89	\$ 45.060,64
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	\$ 47.380,12	\$ 49.749,12	\$ 52.236,58	\$ 54.848,41	\$ 57.590,83
Margen de Contribución	\$ 45.019,88	\$ 47.270,88	\$ 49.634,42	\$ 52.116,14	\$ 54.721,95
<u>Costos Administrativos:</u>					
Gasto de Sueldos Administrativos	\$ 23.177,90	\$ 23.641,46	\$ 24.114,29	\$ 24.596,57	\$ 25.088,50
Servicios Básicos Fijos	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00
Útiles de Oficina	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00
Gastos por Publicidad	\$ 1.748,00	\$ 1.748,00	\$ 1.748,00	\$ 1.748,00	\$ 1.748,00
Amortización Gasto de Proyecto	\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46
Depreciaciones	\$ 1.013,86	\$ 1.013,86	\$ 1.013,86	\$ 757,89	\$ 757,89
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 28.079,22	\$ 28.542,78	\$ 29.015,61	\$ 29.241,92	\$ 29.733,85
<u>Costos Financieros:</u>					
Préstamo	\$ 2.552,36	\$ 2.968,49	\$ 3.452,98	\$ 4.015,46	\$ 4.670,16
Intereses	\$ 2.511,21	\$ 2.095,04	\$ 1.611,03	\$ 1.048,10	\$ 393,39
TOTAL COSTO FINANCIERO	\$ 5.063,57	\$ 5.063,53	\$ 5.064,01	\$ 5.063,56	\$ 5.063,55
UTILIDAD BRUTA	\$ 11.877,09	\$ 13.664,57	\$ 15.554,81	\$ 17.810,67	\$ 19.924,55
Participación de trabajadores (15%)	\$ 1.781,56	\$ 2.049,69	\$ 2.333,22	\$ 2.671,60	\$ 2.988,68
Utilidad despues de participación	\$ 10.095,53	\$ 11.614,89	\$ 13.221,58	\$ 15.139,07	\$ 16.935,87
Impuesto a la renta del 22%	\$ 2.221,02	\$ 2.555,27	\$ 2.908,75	\$ 3.330,59	\$ 3.725,89
UTILIDAD NETA	\$ 7.874,51	\$ 9.059,61	\$ 10.312,84	\$ 11.808,47	\$ 13.209,98

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

4.9.3 Flujo de Caja.-

A partir del reporte de pérdidas y ganancias obtenemos el flujo de caja, que nos demuestra la cantidad de efectivo de la microempresa.

TABLA N° 64
FLUJO DE EFECTIVO
Microempresa de Confecciones "Flor"

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta en Efectivo	\$ -	\$ 92.400,00	\$ 97.020,00	\$ 101.871,00	\$ 106.964,55	\$ 112.312,78
Financiamiento	\$ 17.658,99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 17.658,99	\$ 92.400,00	\$ 97.020,00	\$ 101.871,00	\$ 106.964,55	\$ 112.312,78
<u>Salidas Inicial de Inversión:</u>						
Inversión de Maquinarias y Equipos	\$ 8.958,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión de Capital de Trabajo	\$ 8.700,09	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Inversión	\$ 17.658,99	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<u>Costos y Gastos de Operación:</u>						
Costos de Materiales Directos	\$ -	\$ 10.308,62	\$ 10.824,05	\$ 11.365,25	\$ 11.933,51	\$ 12.530,19
Costo de Personal Operativo y Administrativo	\$ -	\$ 60.249,40	\$ 62.566,53	\$ 64.985,61	\$ 67.511,47	\$ 70.149,14
Servicios Básicos, Administrativos y de Publicidad	\$ -	\$ 3.860,00	\$ 3.860,00	\$ 3.860,00	\$ 3.860,00	\$ 3.860,00
Impuestos	\$ -	\$ 2.221,02	\$ 2.555,27	\$ 2.908,75	\$ 3.330,59	\$ 3.725,89
Participación de los trabajadores	\$ -	\$ 1.781,56	\$ 2.049,69	\$ 2.333,22	\$ 2.671,60	\$ 2.988,68
Depreciaciones		\$ 1.013,86	\$ 1.013,86	\$ 1.013,86	\$ 757,89	\$ 757,89
Amortizaciones		\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46	\$ 27,46
Total Salidas de Operación	\$ -	\$ 79.461,92	\$ 82.896,86	\$ 86.494,15	\$ 90.092,52	\$ 94.039,25
Total Salidas	\$ 17.658,99	\$ 79.461,92	\$ 82.896,86	\$ 86.494,15	\$ 90.092,52	\$ 94.039,25
Superávit (Déficit)	\$ -	\$ 12.938,08	\$ 14.123,14	\$ 15.376,85	\$ 16.872,03	\$ 18.273,53
<u>Financiamiento:</u>						
Préstamo Bancario		\$ 2.552,36	\$ 2.968,49	\$ 3.452,98	\$ 4.015,46	\$ 4.670,16
Intereses	\$ -	\$ 2.511,21	\$ 2.095,04	\$ 1.611,03	\$ 1.048,10	\$ 393,39
Total Salida Financiero		\$ 5.063,57	\$ 5.063,53	\$ 5.064,01	\$ 5.063,56	\$ 5.063,55
Saldo Efectivo	\$ -	\$ 7.874,51	\$ 9.059,61	\$ 10.312,84	\$ 11.808,47	\$ 13.209,98
Saldo Efectivo Acumulado	\$ -	\$ 7.874,51	\$ 16.934,12	\$ 27.246,96	\$ 39.055,43	\$ 52.265,41

Fuente: La Autora
Elaborado: La Autora

4.9.4 Análisis del TIR, VAN Y PRI.-

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es viable o no. Cuando se forma una empresa hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años.

Dos parámetros muy usados a la hora de calcular la viabilidad de un proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno), y el PRI (Período de Recuperación de la Inversión).

- ✓ TIR.- La tasa de rendimiento es del 12% y como el valor de la TIR es mayor con el 46%, se determina que la inversión es factible.
- ✓ VAN.- Este valor representa el Valor Actual Neto de la inversión en valores monetarios de acuerdo a una tasa del 12% generada para 5 años, el cual nos presenta un valor de \$16.906,02 lo que nos demuestra que con un VAN > 0, el proyecto de la microempresa es rentable.
- ✓ PRI.- El período de recuperación explica el momento en el cual la inversión inicial se recupera, en nuestro caso ese período es de 2 años

TABLA N° 65

Análisis del VAN, TIR y PRI

Microempresa de Confecciones Flor

Año	Tasa anual de descuento es del Detalle	12%		
		Ingresos	Egresos	Valores
0	Préstamo Inicial de Inversión			\$17.659,00
1	Ingresos Netos del Primer Año	\$ 92.400,00	\$ 84.525,49	\$ 7.874,51
2	Ingresos Netos del Segundo Año	\$ 97.020,00	\$ 87.960,39	\$ 9.059,61
3	Ingresos Netos del Tercer Año	\$ 101.871,00	\$ 91.558,16	\$ 10.312,84
4	Ingresos netos del Cuarto Año	\$ 106.964,55	\$ 95.156,08	\$ 11.808,47
5	Ingresos Netos del Quinto Año	\$ 112.312,78	\$ 99.102,80	\$ 13.209,98
				\$ 34.606,41
VAN				\$ 16.906,02
TIR				46%
PRI				2

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

4.9.5 Punto de Equilibrio.-

El punto de equilibrio representa el número de unidades que deben ser vendidas para que los ingresos igualen a los egresos, y a partir de este punto la empresa podrá obtener ganancias. El punto de equilibrio puede estar expresado en unidades físicas y unidades monetarias.

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

Dónde:

PE unidades = Punto de equilibrio en unidades

CF = costos fijos

PVu = precio de venta unitario

CVu = costo variable unitario

$$PE_{unidades} = \frac{25233,0788}{77 - 42,7000967}$$

$$PE_{unidades} = \frac{25233,0788}{34,29990332}$$

$$PE_{unidades} = 735,660348$$

$$PE_{unidades} = 736$$

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Dónde:

PE ventas = Punto de Equilibrio en Ventas

CF = costos fijos

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

$$PE_{ventas} = \frac{25233,0788}{1 - \left[\frac{51240,116}{92400} \right]}$$

$$PE_{ventas} = \frac{25233,0788}{1 - 0,55454671}$$

$$PE_{ventas} = \frac{25233,0788}{0,44545329}$$

$$PE_{ventas} = 56645,85$$

Para alcanzar el punto de equilibrio la microempresa de confecciones deberá vender 736 unidades de blusas al año, para obtener un nivel de ingresos por ventas de \$56.645,85 dólares

TABLA N° 66

Datos Iniciales del Punto de Equilibrio

Datos iniciales

Precio Venta	77
Coste Unitario	43
Gastos Fijos Mes	2.103
Pto. Equilibrio	61
\$ Ventas Equilibrio	4.722

TABLA N° 67

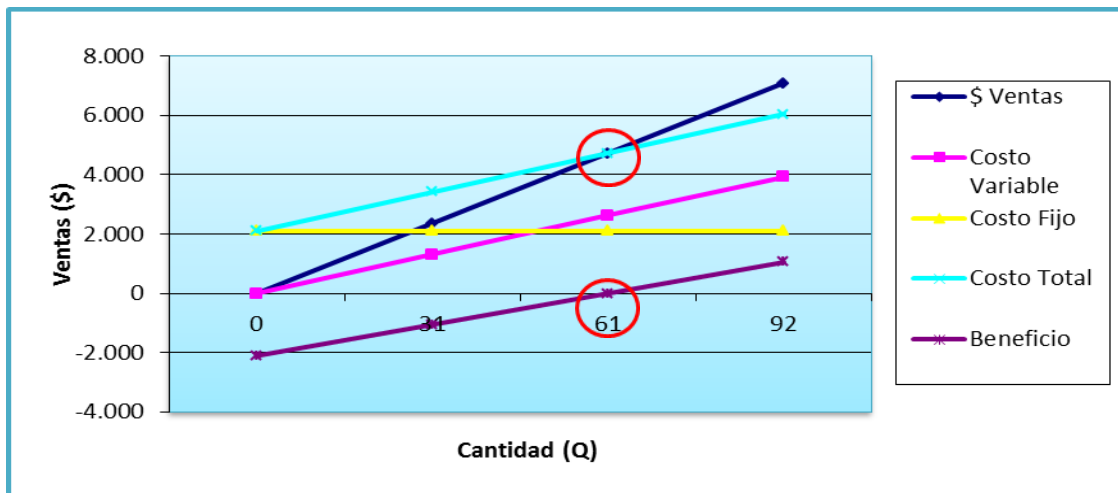
Datos para el Gráfico del Punto de Equilibrio

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	31	61	92
\$ Ventas	0	2.361	4.722	7.083
Costo Variable	0	1.309	2.618	3.928
Costo Fijo	2.103	2.103	2.103	2.103
Costo Total	2.103	3.413	4.722	6.031
Beneficio	-2.103	-1.052	0	1.052

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 61 unidades mes

TABLA N° 68

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



El gráfico muestra que la microempresa deberá confeccionar como mínimo 61 blusas al mes para obtener un punto de equilibrio. Vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios.

CAPÍTULO V

5.- Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Del estudio realizado podemos obtener las siguientes conclusiones:

- ✓ El sector de la confección continúa siendo un gran mercado, sobretodo el nacional dado que la población crece constantemente y siempre se tendrá que cubrir una de las necesidades básicas como es la vestimenta por lo que se considera una oportunidad para incursionar en el mercado.
- ✓ La ejecución de este proyecto contribuirá a la creación de puestos de trabajo para las mujeres de la Cooperativa de Flor de Bastión, Bloque 8, sumándose así a la dinámica de la economía nacional y sobre todo a mejorar la calidad de vida de quienes están involucrados en la microempresa.
- ✓ El estudio de mercado nos permitió determinar las características de los gustos y preferencias de las consumidoras, permitiendo establecer los segmentos objetivos a los que se enfocará la microempresa.
- ✓ La identificación de la prenda que se va a producir y confeccionar complementado con las diferentes formas de publicidad, como volantes, página web y catálogos es muy importante porque permiten

una adecuada promoción para que se facilite el posicionamiento de nuestros productos en el mercado.

- ✓ Mediante la evaluación del proyecto se llega a determinar que el proyecto es viable ya que se obtiene un VAN positivo de 16.906,02 un TIR de 46% esto quiere decir que se recuperará la inversión y adicionalmente se obtendrá beneficios.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Buscar nuevas opciones de diversificación de los productos ya sea elaborar con la finalidad de conseguir otros ingresos y por ende ganar posicionamiento en el mercado.
- ✓ Mantener una constante capacitación y asesoramiento con el fin de elevar la calidad en los procesos de producción, mediante los adelantos que vive el mundo actual.
- ✓ Para el crecimiento y desarrollo de la microempresa de Confecciones Flor, es recomendable efectuar una constante actualización del estudio de mercado para conocer los actuales gustos y preferencias de las consumidoras.
- ✓ Realizar constantes campañas de publicidad para evitar una disminución en las ventas. Además establecer alianzas estratégicas con los proveedores para minimizar los costos.
- ✓ Se recomienda con el fin de cumplir con los objetivos determinados, se cumpla con las estrategias planteadas en el proyecto para atraer a los clientes, y lograr posicionamiento en el mercado, para así en un futuro lograr mayor cobertura.

BIBLIOGRAFÍA

AIM: Asociación Chilena de Empresas de Investigación de Mercado (2008). “Grupos Socioeconómicos 2008”. Disponible en línea:
http://www.aimchile.cl/Grupos_Socioeconomicos_AIM2008.pdf

Amar Bhide. Et al., La iniciativa emprendedora, Harvard Business Review, 2004, Ediciones Deusto, España

Amaya, Juan David. Diana Beatriz Quiceno Montoya , Diseño Del Cuadro De Mando Integral En El Área Financiera Para Las Empresas Del Sector De La Confección En El Departamento De Risaralda, Pereira, 2010.
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2191/1/6584012A489.pdf>

Arce, Maribel (Swisscontact) y Gary Gumucio (Estrategia, Ingeniería y desarrollo), Estrategias de apertura a nuevos mercados: Calidad y Productividad. Año 2012

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Estrategia para el desarrollo de la microempresa, Washington D.C., Febrero de 1997,
<http://bvirtual.indecopi.gob.pe/collec/1.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo propone iniciativa para generar oportunidades económicas para la mayoría en América Latina y el Caribe, Año 2006, Comunicado de prensa. <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2006-06-06/bid-propone-iniciativa-para-generar-oportunidades-economicas-para-la-mayoria-en-america-latina-y-el-caribe,3110.html>

Banco Interamericano de Desarrollo. Informe de microfinanzas para Ecuador. Año 2010. <http://es.scribd.com/doc/47384685/BID-2010-Informe-Microfinanzas-en-America-Latina>.

Barber Lazcano, Andrea. Estudio de Mercado: Confección de Vestuario en Brasil, Año 2010, Revisado el 10 de octubre del 2012,
<http://es.scribd.com/doc/65783030/Estudio-de-mercado-confeccion-de-vestuario-Brasil>.

Biasca, Rodolfo. ¿Somos Competitivos?, Análisis Estratégico para crear valor, Ediciones Granica, Año 2001

Burnett, D. The Supply of Entrepreneurship and Economic Development. Año 2000, www.technopreneurial.com/articles/ed.asp.

Caballero Miguez, Gonzalo; Freijeiro Álvarez, Ana Belén 'Dirección estratégica de la PYME, Fundamentos y Teoría para el éxito Empresarial Editorial Ideaspropias, Año 2007

Carrillo, Daniela. INEC, Diagnóstico del Sector Textil y Confecciones, 2010. <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/TEXTIL.pdf>

Castillo, Alicia. Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento, para INTEC CHILE, con el financiamiento del Fondo de Desarrollo e Innovación CORFO y el apoyo de la Universidad de Tarapacá y el Servicio de Cooperación Técnica SERCOTEC, Año 1999.

Castillo, Antonio. Sector Textil y Confecciones Brasil, 2010, <http://es.scribd.com/doc/34226151/BRASIL-CONFECIONES>

C E P A L, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. México, D.F, 10 al 12 de junio de 2004. Documento revisado el 3 de octubre del 2012, http://www.eclac.cl/mujer/direccion/Consenso_Mx.pdf

Cuarta Cumbre de las Américas, Declaración de Mar del Plata; “Crear Trabajo para Enfrentar la Pobreza y Fortalecer la Gobernabilidad Democrática”; Mar Del Plata, Argentina - 5 De Noviembre De 2005, Revisado el 3 de Octubre del 2012, http://www.summit-americas.org/iv_summit/iv_summit_dec_sp.pdf

Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing (China) del 4 al 15 de septiembre de 1995, <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

Chang Ramos, Inés. El Sector Confecciones En La Ciudad De Piura: Diagnóstico Competitivo, Problemática Actual Y Perspectivas A Futuro, Piura, Año 2012. <http://dspace.udep.edu.pe/handle/123456789/1461>

Décima Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe Quito, Ecuador, 6 al 9 de agosto de 2007, revisado el 3 de octubre del 2012, <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/29489/dsc1e.pdf>

Drucker, Peter. Innovation and Entrepreneurship. Harper y Row. Nueva York, USA, Año 1985

FITA (Federación de Industrias Textiles Argentinas). Sector Textil y Confecciones en Argentina. <http://www.fadit-fita.com.ar/index.php>.

Foro Ecuatoriano de la Microempresa, Identidad, Importancia, Potencialidad de la Microempresa; Revisado el 15 de octubre del 2012; <http://www.fomecuador.org/55.0.html>

Huilcatoma, Rosa Elvira. Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Confección De Ropa Para Damas En La Ciudad De Latacunga, Año 2006. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/3692>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Población. Año 2012

Johnson y Scholes. Dirección Estratégica, Editorial Pearson Prentice Hall, Año 2006

Kenneth, A. Manual de Administración estratégica. Editorial McGraw – Hill, Año 1992

Kirzner I. M. El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I, Unión Editorial, Madrid, Año 1998

Magill, John. Development Alternatives Inc. y Richard L Meyer, Ohio State University para el Proyecto SALTO/USAID; Microempresa y Microfinanzas en el Ecuador, Año 2005. <http://www.portalmicrofinanzas.org/gm/document-1.9.36181/Microempresas%20y%20microfinanzas%20en%20ecuador.pdf>

Marco, Pablo. El Mercado del Sector Textil en Ecuador, Estudios de Mercado, Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX, Año 2010. <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4398019>

Mintzberg, Quinn, Voyer, El Proceso Estratégico, Editorial Prentice-Hall, Año 1997

Neira, Fernando. Elementos para el estudio de la Microempresa Latinoamericana, Distrito Federal México, Revista de Estudios Latinoamericanos, Año 2006, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64004308>.

Ortiz Villavicencio Flavia, Tesis “Proyecto de Factibilidad para la exportación de bisutería de tagua con incrustación de piedras semipreciosas al mercado de Georgia (EEUU) Periodo 2009 – 2018”, Año 2009

Pineda, Javier. “Entre el empoderamiento y la subordinación: los retos del enfoque de género y desarrollo en los programas de microempresas”, Documento presentado en el encuentro Internacional “Aportes de la Perspectiva de Género en la promoción del microempresariado para el Desarrollo Territorial”, Bogotá 29 y

30 de abril del 2004.
http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0096/entre_empoderamiento_y_subordinacion.pdf

Plan Nacional de Desarrollo, Micro, pequeña y mediana empresa, 2010,
<http://plan.senplades.gob.ec/micro-pequena-y-mediana-industrias>

Puchol, Luis. El libro del emprendedor: cómo crear tu propia empresa y convertirte en tu propio jefe. Segunda Edición, Ediciones Diaz de Santos, Año 2005

Revista EKOS Economía y Negocios No. 126

Salcedo, Miranda; Carlos Arturo. Plan De Negocios De La Comercializadora Inspots Insumos Para La Confección De Ropa Deportiva, Bogotá, Año 2012.
<http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/663/1/MirandaCarlos2012.pdf>

Schumpeter, J.A. Capitalism, Socialism and democracy. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers. Año 1950

Sen, Amartya, Desarrollo y Libertad; Editorial Planeta, Año 2000

Steiner, G. Planificación Estratégica, Editorial CECSA, Año 1991

Superintendencia de Bancos y seguros del Ecuador, El Sistema Financiero Ecuatoriano, Disponible en línea:
http://portaldelusuario.sbs.gob.ec/contenido.php?id_contenido=23

Thornton, M. The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón (1680-1734). Año 1998

Timmons, Jeffrey. New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century, Editorial McGraw – Hill. Año 2004.

Un nuevo concepto en investigación e innovación textil: Desafío Cintex [Medellín], 2004. <http://www.inexmoda.org.co/>

Varela, Marcelo. Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Año 2011.
<http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yorlux67pdzje.pdf>

Zuluaga, Gloria Elena. Héctor Elías Villada, Héctor Alonso Zapata Creación De Una Empresa De Diseño, Producción Y Comercialización De Ropa Informal Y Casual Femenina, 2006.
http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/disenio_produccion_y_comercializadora_ropa_informal_femenina.pdf

ANEXOS

Anexo N° 1

Cuadro de Resultados del Estudio Socio-económico aplicado en la Cooperativa Flor de Bastión, Bloque 8, por el INEC en el año 2009



ÁREA #090150:CIUDAD DE GUAYAQUIL

ZONAS DE FLOR DE BASTION, BLOQUE 8

NOTA: LA DELIMITACION FUE PROPORCIONADA POR EL DEPARTAMENTO DE GEOESTADISTICA, LOS SECTORES SON LOS SIGUIENTES:

Bastión Popular(Bloque 8)

DPA_SECTOR

90150418001

90150417001

90150417002

90150417003

90150417004

90150417005

90150417006

90150417007

90150416004

90150416005

POBLACION POR SEXO

Sexo	Casos	%
Hombre	2.320	51,52%
Mujer	2.183	48,48%
Total	4.503	100,00%

*POBLACION OCUPADA DE 10 AÑOS Y MAS EDAD

POBLACION* POR RAMA DE ACTIVIDAD

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	16	1,06%
Explotación de minas y canteras	2	0,13%

Industrias manufactureras	181	11,95%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2	0,13%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	13	0,86%
Construcción	238	15,71%
Comercio al por mayor y menor	383	25,28%
Transporte y almacenamiento	96	6,34%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	79	5,21%
Información y comunicación	3	0,20%
Actividades financieras y de seguros	4	0,26%
Actividades inmobiliarias	2	0,13%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	12	0,79%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	69	4,55%
Administración pública y defensa	14	0,92%
Enseñanza	32	2,11%
Actividades de la atención de la salud humana	15	0,99%
Artes, entretenimiento y recreación	9	0,59%
Otras actividades de servicios	37	2,44%
Actividades de los hogares como empleadores	170	11,22%
no declarado	138	9,11%
Total	1.515	100,00%

POBLACION* POR GRUPO DE OCUPACION

Grupo de ocupación (Primer Nivel)	Casos	%
Directores y gerentes	10	0,66%
Profesionales científicos e intelectuales	27	1,78%
Técnicos y profesionales del nivel medio	24	1,58%
Personal de apoyo administrativo	53	3,50%
Trabajadores de los servicios y vendedores	345	22,77%
Agricultores y trabajadores calificados	19	1,25%
Oficiales, operarios y artesanos	321	21,19%

Operadores de instalaciones y maquinaria	131	8,65%
Ocupaciones elementales	445	29,37%
Ocupaciones militares	2	0,13%
no declarado	138	9,11%
Total	1.515	100,00%

POBLACION* POR CATEGORIA DE OCUPACION

Categoría de ocupación	Casos	%
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	58	3,83%
Empleado u obrero privado	675	44,55%
Jornalero o peón	60	3,96%
Patrono	11	0,73%
Socio	5	0,33%
Cuenta propia	406	26,80%
Trabajador no remunerado	5	0,33%
Empleado domestico	171	11,29%
no declarado	124	8,18%
Total	1.515	100,00%

***POBLACION DE 15 AÑOS Y MAS EDAD**

POBLACION* ALFABETA Y ANALFABETA

POBLACION	Casos	%
ALFABETAS	2.672	92,33%
ANALFABETAS	222	7,67%
Total	2.894	100,00%

POBLACION* POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Nivel de instrucción al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	205	7,08%
Centro de Alfabetización/(EBA)	17	0,59%
Preescolar	11	0,38%
Primario	964	33,31%
Secundario	856	29,58%
Educación Básica	117	4,04%

Educación Media	328	11,33%
Ciclo Postbachillerato	34	1,17%
Superior	98	3,39%
Postgrado	7	0,24%
Se ignora	257	8,88%
Total	2.894	100,00%

*POBLACION DE 10 AÑOS Y MAS EDAD

POBLACION* ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)

OCUPADOS	CESANTE	TRABAJADOR NUEVO	PEA
1.515	18	127	1.660

POBLACION* EN EDAD DE TRABAJAR (PET)

Sexo	Casos	%
Hombre	1.791	51,52%
Mujer	1.685	48,48%
Total	3.476	100,00%

Anexo N° 2

Información de Datos para Análisis de Muestra



www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com
ECUADOR CUENTA CON EL INEC

ÁREA #090150-CIUDAD DE GUAYAQUIL
ZONAS DE FLOR DE BASTION, BLOQUE 8

NOTA: LA DELIMITACION FUE PROPORCIONADA POR EL DEPARTAMENTO DE GEOSTADISTICA, LOS SECTORES SON LOS SIGUIENTES:

Bastión Popular (Bloque 8)

DPA_SECTOR

- 90150418001
- 90150417001
- 90150417002
- 90150417003
- 90150417004
- 90150417005
- 90150417006
- 90150417007
- 90150416004
- 90150416005

*POBLACION DE 10 AÑOS Y MAS EDAD

POBLACION* ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)

SEXO	OCUPADOS	CESANTE	TRABAJADOR NUEVO	PEA
HOMBRE	1.090	16	80	1.186
MUJER	425	2	47	474
TOTAL	1.515	18	127	1.660

FUENTE: CENSO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS 2010

Anexo N° 3

Solicitud para el Registro de Patente Municipal



Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil
DIRECCIÓN FINANCIERA

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL

PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/>	PRIMERA VEZ	<input type="checkbox"/>	DÍA	MES	AÑO
PERSONA JURÍDICA	<input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN	<input type="checkbox"/>			

DATOS PARA PERSONAS NATURALES

NOMBRES Y APELLIDOS		CÉDULA DE CIUDADANÍA / RUC
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL O CELULAR		CORREO ELECTRÓNICO
DIRECCIÓN DOMICILIARIA O DEL ESTABLECIMIENTO (EN CASO DE POSERLO)		

DATOS PARA PERSONAS JURÍDICAS (SOCIEDADES O COMPAÑÍAS)

RAZÓN SOCIAL	RUC
DIRECCIÓN PRINCIPAL EN EL CANTÓN GUAYAQUIL	
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL O CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA PERSONAS JURÍDICAS)

NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA DE CIUDADANÍA
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL O CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO

DATOS DE LA ACTIVIDAD

ESTÁ OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EN EL CANTÓN GUAYAQUIL	TOTAL PATRIMONIO NETO
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES DÍA AÑO	US \$

DATOS DEL CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)

NOMBRES Y APELLIDOS		Nº. DE REGISTRO
TIPO DE ACTIVIDAD QUE EJERCE		PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL <input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>	INMOBILIARIA <input type="checkbox"/>
FINANCIERA <input type="checkbox"/>	ARTESANAL <input type="checkbox"/>	PROFESIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	ESPECIFICAR ACTIVIDAD _____	
		Nº. DE LA RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN
		FECHA DE EMISIÓN DE LA RESOLUCIÓN
		Nº. DE CALIFICACIÓN O RECALIFICACIÓN ARTESANAL

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRUCTIVAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.


CONTRIBUYENTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)	NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN) REVISADO POR:
_____	_____	_____

OBSERVACIONES IMPORTANTES QUE DEBE TENER EN CUENTA:

- 1.- EN CASO DE DETECTARSE INCONSISTENCIAS EN LA INFORMACIÓN DETALLADA EN ESTE FORMULARIO, Y QUE GENERE UN VALOR A FAVOR DE ESTA MUNICIPALIDAD, EL MISMO SERÁ CARGADO COMO DEUDA QUE SE COBRARÁ AL MOMENTO DE RENOVAR LA PATENTE ANUAL.
- 2.- LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO DEBE OBTENER LA TASA DE HABILITACIÓN Y CONTROL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN ESTABLECIMIENTOS.


Anexo N° 4

Formulario RUC 01-A, para la inscripción y actualización tributaria

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <small>Resolución No. NNC-08080312-0007</small>		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL SRI	
				www.sri.gob.ec RUC	
A.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD					
82	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL				
83	NOMBRE COMERCIAL				
84	PROVINCIA	CANTÓN		PARROQUIA	
87	Ciudadela	86	CALLE	89	NÚMERO
91	INTERSECCIÓN / MANZANA		92	CONJUNTO	
14	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		95	Nº DE OFICINA	96
18	CAMINO		99	REFERENCIA UBICACIÓN	17
26	TELÉFONO 1	21	TELÉFONO 2	22	TELÉFONO 3
34	CELULAR	25	APARTADO POSTAL	26	CORREO ELECTRÓNICO
B.- IDENTIFICACIÓN DEL DOMICILIO ESPECIAL					
28	PROVINCIA		29		
C.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD					
ORIGEN (Ejemplo una opción)					
30	RAZÓN SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS			RUC	
30	CONSTITUCIÓN	32	31		
31	FUSIÓN	35	36		
32	ESCISIÓN	37	38		
D.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD					
39	FECHA DE CONSTITUCIÓN	40	TIPO DE SOCIEDAD	41	SI REPRESENTA CAPITAL
42a	mes	42	ORGANISMO REGULADOR		
43	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES	44	Nº REG. MERCANTIL	45	SI PATRONAL
46a	mes	46	CAPITAL SUSCRITO	47	INTRINSECOS
48	RUC CONTADOR	49	NOMBRE DEL CONTADOR		
E.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL					
50	APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACIÓN			51	CL. RUC O PASAPORTE
52	NACIONALIDAD			54	TIPO DE VISA (VER ANEXO 1)
56	PROVINCIA	57		58	
58	PARROQUIA	59	CALLE	60	FECHA DE NOMBRAMIENTO
60	NÚMERO	61	INTERSECCIÓN		
62	REFERENCIA	63			64
64	TELÉFONO 2	65	CELULAR	66	APARTADO POSTAL
67	CORREO ELECTRÓNICO				
F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS					
68	SEDELA/RUC-TRIBUTARIA	TIPO DE VISA	APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACIÓN	NACIONALIDAD	ESTATUS TRIBUTARIO (VER 2) (OBLIGADO)
69					% PART.
70					
71					
72					
73					
74					
75					
G.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (DOMICILIO TRIBUTARIO)					
76					
77					
78					
79					
80					
81					
H.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Seleccione una de las actividades ingresadas en la Sección G)					
82	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL				
I.- INFORMACIÓN ADICIONAL DE LA SOCIEDAD					
83	SI PRODUCTOR DE BIENES GRAVADOS DE IGET	SI	NO		
84	SI IMPORTADOR DE BIENES GRAVADOS DE IGET	SI	NO		
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos. Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.					
85	FECHA DE PRESENTACIÓN			FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	
86a	mes	86b	año		

Anexo N° 5

Formulario RUC 01-B, para la inscripción y actualización de los establecimientos

 <p>REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-B</p> <p><small>Resolución No. NRC-DNERGICG-08077</small></p>	<p>INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO</p>	<p>ORIGINAL - SRI</p> <p>www.sri.gob.ec</p> <p>RUC</p>
<p>02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL</p>		
<p>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>03 NOMBRE COMERCIAL 04 APERTURA <input type="checkbox"/> CIERRE <input type="checkbox"/> ACTUALIZACION <input type="checkbox"/> No. ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>05 PROVINCIA 06 CANTON 07 PARROQUIA</p>		
<p>08 CIUDADELA 09 BARRIO 10 CALLE 11 ANEXO</p>		
<p>12 INTERSECCION / MANZANA 13 COLONATO 14 PLAZA</p>		
<p>15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL 16 No. DE OFICINA 17 CARRETERO 18 Km</p>		
<p>19 CAMINO 20 REFERENCIA</p>		
<p>21 TELEFONO 1 22 TELEFONO 2 23 TELEFONO 3 24 FAX</p>		
<p>25 CELULAR 26 APARTADO POSTAL 27 CORREO ELECTRONICO</p>		
<p style="text-align: center;">DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS</p>		
<p>28</p>		
<p>29</p>		
<p>30</p>		
<p>31</p>		
<p>32</p>		
<p>33</p>		
<p>34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 36 FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS</p> <p style="font-size: small;">Ea mes año Ea mes año Ea mes año</p>		
<p>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>03 NOMBRE COMERCIAL 04 APERTURA <input type="checkbox"/> CIERRE <input type="checkbox"/> ACTUALIZACION <input type="checkbox"/> No. ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>05 PROVINCIA 06 CANTON 07 PARROQUIA</p>		
<p>08 CIUDADELA 09 BARRIO 10 CALLE 11 ANEXO</p>		
<p>12 INTERSECCION / MANZANA 13 COLONATO 14 PLAZA</p>		
<p>15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL 16 No. DE OFICINA 17 CARRETERO 18 Km</p>		
<p>19 CAMINO 20 REFERENCIA</p>		
<p>21 TELEFONO 1 22 TELEFONO 2 23 TELEFONO 3 24 FAX</p>		
<p>25 CELULAR 26 APARTADO POSTAL 27 CORREO ELECTRONICO</p>		
<p style="text-align: center;">DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS</p>		
<p>28</p>		
<p>29</p>		
<p>30</p>		
<p>31</p>		
<p>32</p>		
<p>33</p>		
<p>34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 36 FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS</p> <p style="font-size: small;">Ea mes año Ea mes año Ea mes año</p>		
<p>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>03 NOMBRE COMERCIAL 04 APERTURA <input type="checkbox"/> CIERRE <input type="checkbox"/> ACTUALIZACION <input type="checkbox"/> No. ESTABLECIMIENTO</p>		
<p>05 PROVINCIA 06 CANTON 07 PARROQUIA</p>		
<p>08 CIUDADELA 09 BARRIO 10 CALLE 11 ANEXO</p>		
<p>12 INTERSECCION / MANZANA 13 COLONATO 14 PLAZA</p>		
<p>15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL 16 No. DE OFICINA 17 CARRETERO 18 Km</p>		
<p>19 CAMINO 20 REFERENCIA</p>		
<p>21 TELEFONO 1 22 TELEFONO 2 23 TELEFONO 3 24 FAX</p>		
<p>25 CELULAR 26 APARTADO POSTAL 27 CORREO ELECTRONICO</p>		
<p style="text-align: center;">DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS</p>		
<p>28</p>		
<p>29</p>		
<p>30</p>		
<p>31</p>		
<p>32</p>		
<p>33</p>		
<p>34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS 36 FECHA DE RENICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS</p> <p style="font-size: small;">Ea mes año Ea mes año Ea mes año</p>		
<p><small>Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos. Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.</small></p>		
<p>37 FECHA DE PRESENTACION</p> <p style="font-size: small;">Ea mes año</p>		<p>_____ FIRMA REPRESENTANTE LEGAL</p>

Anexo N° 6

MÓDULO DE CAPACITACIÓN EN LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA Y OBTENCIÓN DE CRÉDITO.

1) La empresa

- ✓ Definición de empresas
- ✓ Elementos de la empresa
- ✓ Clases de empresas
- ✓ Características del empresario

2) Requisitos Para La Constitución De La Empresa.

- ✓ Registro único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Afiliación al IESS.
- ✓ Registro único de Proveedores.
- ✓ Certificado de Seguridad de Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Registro de Patentes en la Municipalidad de Guayaquil.
- ✓ Superintendencia de Compañías.

3) Características de los créditos.




- ✓ Bancos y Cooperativas del Sistema Financiero.
- ✓ Documentos para solicitud del crédito.
- ✓ Tipos de crédito.
- ✓ Montos de crédito.
- ✓ Plazos de pago.
- ✓ Formas de pago.
- ✓ Períodos del pago.

Anexo N° 7

Maquinaria y Equipos de la Microempresa

	<p><u>Recta Tanque Industrial</u> LS 8700.</p> <p>Aplicable a las materias comunes, fino y medio.</p> <p>Características: Fácil operación.</p> <p>Aspecto delicado, práctico de bajo ruido y vibración baja.</p> <p>Auto lubricación para garantizar la lubricación durante la operación.</p> <p>Con mesa y motor.</p>
	<p><u>Máquina para coser Overlock.</u></p> <p>Modelos de 5 Hilos Alta velocidad.</p> <p>Con mesa y motor.</p>
	<p><u>Máquina Recubridora</u></p> <p>Disponibles en collareta y tapa costura</p> <p>Peso 5.6 y 6.4mm.</p> <p>Con mesa y motor</p>

	<p><u>Mesa al Vacío con plancha</u> <u>SILVERSTAR</u></p>
	<p><u>Estantería Metálica</u></p>
	<p><u>Escritorios</u></p>
	<p><u>Sillas</u></p>

	<p><u>Mesa de Corte</u></p>
	<p><u>HP-COMPAQ</u> <u>Modelo: 18-2004LA</u></p>
	<p><u>Impresora Canon</u> <u>Modelo: Mg2120</u></p>