



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS
INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL
DEL GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO DE EMPRESAS

AUTOR:

HERNAN SANTIAGO VÁSCONEZ MALÁN

Riobamba-Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS
INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL
DEL GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO DE EMPRESAS

AUTOR: HERNAN SANTIAGO VÁSCONEZ MALÁN

DIRECTOR: ING. STALIN EFRÉN ARGUELLO ERAZO PhD.

Riobamba-Ecuador

2022

©2022, Hernán Santiago Vásquez Malan

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Hernán Santiago Vásquez Malan, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación, El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 18 de Abril del 2022


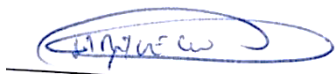
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'H.S. Malan', with a stylized flourish at the end.

Hernán Santiago Vásquez Malan

CC: 060505924-5

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: proyecto de Investigación: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL DEL GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.** realizado por: **HERNÁN SANTIAGO VÁSCONEZ MALAN**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del trabajo de titulación, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en la virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

| | FIRMA | FECHA |
|---|---|--------------------|
| Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL |  _____ | 2020/ 04/13 |
| Ing. Stalin Efrén Arguello Erazo PhD DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN |  _____ | 2020/ 04/13 |
| Eco. Adriana Margarita Morales Noriega MIEMBRO DEL TRIBUNAL |  _____ | 2020/ 04/13 |

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación quiero dedicar con mucho respeto y agradecimiento a Dios, por ser el motor principal y haberme permitido culminar satisfactoriamente un escalón más como estudiante, dándome la sabiduría e inteligencia, sobre todo las fuerzas para no rendirme en cada una de mis adversidades, con gran admiración y mucho amor a mi querida Madre, María Fernanda Malan Quinche por ser mi fuente de motivación y haberme brindado todo su apoyo incondicional, a mis queridos hermanos que siempre he contado con su apoyo, Verónica, Juan, Fabian, Anita, por siempre a ver creído en mis capacidades, y al resto de mi familia por ser parte de mi proceso formativo siendo parte de mis sueños y anhelos.

Santy

AGRADECIMIENTOS

Un Agradecimiento profundo para la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas, para cumplir con mi objetivo de ser un profesional, mediante las enseñanzas de los mejores docentes que conforman su Unidad, a la Escuela de Administración de Empresas por permitirme ser parte de su proceso de formación, a todos mis docentes que han sido participes desde mi inicio impartiéndonos sus conocimientos no solo formando buenos profesionales si no excelentes seres humanos con éticas y valores para el servicio de la sociedad.

Un Agradecimiento profundo y especial a mis tutores por su paciencia y esmero para la realización y culminación de este trabajo de titulación, por su valioso tiempo dedicado gracias infinitas.

Un Agradecimiento especial al Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, ya que con su ayuda desinteresada me permitió realizar el presente proyecto de factibilidad, aportando con valiosa información relevante.

Santy

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|-------------------------|-------|
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xi |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiv |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xv |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xvii |
| RESUMEN..... | xviii |
| ABSTRACT..... | xix |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|---|----------|
| 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL..... | 2 |
| 1.1. Antecedentes de investigación..... | 2 |
| 1.2. Marco teórico..... | 4 |
| 1.2.1. Proyecto..... | 4 |
| 1.2.2. Objetivos del proyecto..... | 5 |
| 1.2.3. Importancia de los proyectos..... | 5 |
| 1.2.4. Tipos de proyectos..... | 5 |
| 1.2.4.1. Según su Carácter:..... | 6 |
| 1.2.4.2. Según su Sector Económico:..... | 6 |
| 1.2.4.3. Según su Objetivo:..... | 6 |
| 1.2.4.4. Según el Ejecutor:..... | 6 |
| 1.2.4.5. Según su área de Influencia:..... | 7 |
| 1.2.4.6. Según su Tamaño:..... | 7 |
| 1.2.5. Ciclo de vida de un proyecto..... | 7 |
| 1.2.5.1. Fase uno: Preinversión..... | 7 |
| 1.2.5.2. Fase dos: Inversión..... | 8 |
| 1.2.5.3. Fase tres: Operación..... | 8 |
| 1.2.5.4. Fase cuatro: Evaluación de resultados..... | 8 |
| 1.2.6. Estudio de Factibilidad..... | 9 |
| 1.2.7. Estudio de mercado..... | 9 |
| 1.2.7.1. Objetivos del estudio de mercado..... | 10 |
| 1.2.7.2. Análisis de la demanda..... | 10 |
| 1.2.7.3. Análisis de la oferta..... | 10 |
| 1.2.7.4. Marketing Mix o 4Ps..... | 11 |

| | | |
|----------------|--|----|
| 1.2.7.5. | <i>Canales de distribución</i> | 11 |
| 1.2.8. | <i>Estudio Técnico</i> | 12 |
| 1.2.8.1. | <i>Tamaño óptimo de la planta</i> | 12 |
| 1.2.8.2. | <i>Localización óptima de la planta</i> | 13 |
| 1.2.8.3. | <i>Ingeniería del proyecto</i> | 13 |
| 1.2.8.4. | <i>Distribución de planta</i> | 13 |
| 1.2.8.5. | <i>Organización</i> | 13 |
| 1.2.9. | <i>Estudio Económico</i> | 14 |
| 1.2.9.1. | <i>Ingresos</i> | 14 |
| 1.2.9.2. | <i>Egresos</i> | 14 |
| 1.2.9.3. | <i>Depreciación</i> | 14 |
| 1.2.9.4. | <i>Punto de equilibrio</i> | 14 |
| 1.2.9.5. | <i>Estructura del estudio económico-financiero</i> | 15 |
| 1.2.10. | <i>Evaluación del Proyecto</i> | 16 |
| 1.2.10.1. | <i>Partes de la evaluación del proyecto</i> | 16 |
| 1.2.11. | <i>Segmentación de Mercado</i> | 17 |
| 1.2.12. | <i>Mercado potencial</i> | 17 |
| 1.2.13. | <i>Estudio administrativo legal</i> | 18 |
| 1.2.14. | <i>Estudio Organizacional</i> | 18 |
| 1.2.14.1. | <i>Misión</i> | 18 |
| 1.2.14.2. | <i>Visión</i> | 18 |
| 1.2.14.3. | <i>Estrategias</i> | 18 |
| 1.2.15. | <i>Confeción</i> | 19 |
| 1.2.16. | <i>Tejidos</i> | 20 |

CAPÍTULO II

| | | |
|---------------|---|----|
| 2. | MARCO METODOLÓGICO | 21 |
| 2.1. | Enfoque de investigación | 21 |
| 2.2. | Nivel de Investigación | 21 |
| 2.2.1. | <i>Investigación explicativa</i> | 21 |
| 2.2.2. | <i>Investigación descriptiva</i> | 21 |
| 2.3. | Diseño de investigación | 22 |
| 2.3.1. | <i>Según la manipulación de la variable</i> | 22 |
| 2.3.2. | <i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> | 22 |
| 2.4. | Tipo de Estudio | 22 |
| 2.4.1. | <i>De campo</i> | 22 |

| | | |
|---------------|---|----|
| 2.5. | Población y Planificación | 22 |
| 2.5.1. | <i>Población</i> | 23 |
| 2.5.2. | <i>Muestra</i> | 23 |
| 2.6. | Métodos, técnicas e instrumentos de investigación Técnicas | 24 |
| 2.6.1. | <i>Métodos</i> | 24 |
| 2.6.1.1. | <i>Método inductivo</i> | 24 |
| 2.6.1.2. | <i>Método deductivo</i> | 24 |
| 2.6.1.3. | <i>Método sintético</i> | 24 |
| 2.6.2. | <i>Técnicas</i> | 24 |
| 2.6.2.1. | <i>Encuestas</i> | 24 |
| 2.6.3. | <i>Instrumentos</i> | 25 |
| 2.6.3.1. | <i>Cuestionarios</i> | 25 |
| 2.7. | Idea a defender | 25 |
| 2.8. | Variables | 25 |
| 2.8.1. | <i>Variable Independiente</i> | 25 |
| 2.8.2. | <i>Variable Dependiente</i> | 25 |

CAPÍTULO III

| | | |
|---------------|--|----|
| 3. | MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 26 |
| 3.1. | Resultados | 26 |
| 3.1.1. | <i>Encuesta dirigida al PEA de Riobamba.</i> | 26 |
| 3.1.2. | <i>Encuesta dirigida a los estudiantes del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba.</i> | 43 |
| 3.2. | Discusión de Resultados | 54 |
| 3.3. | Propuesta | 56 |
| 3.3.1. | <i>Tema</i> | 56 |
| 3.3.2. | <i>Identificación de la institución</i> | 56 |
| 3.3.3. | <i>Objetivos de la propuesta</i> | 56 |
| 3.3.4. | <i>Antecedentes</i> | 56 |
| 3.3.5. | <i>Contenido de la Propuesta</i> | 57 |
| 3.3.5.1. | <i>Unidad de Producción</i> | 58 |
| 3.3.5.2. | <i>Estructura de la Unidad de Producción</i> | 58 |
| 3.3.5.3. | <i>Principales Productos de la Unidad de Producción</i> | 59 |
| 3.3.6. | <i>Estudio de Mercado</i> | 59 |
| 3.3.6.1. | <i>Producto</i> | 60 |
| 3.3.6.2. | <i>Demanda</i> | 65 |

| | | |
|---------------|---|------------|
| 3.3.6.3. | <i>Oferta</i> | 67 |
| 3.3.6.4. | <i>Precio</i> | 69 |
| 3.3.6.5. | <i>Canales de distribución</i> | 71 |
| 3.3.6.6. | <i>Segmentación del mercado</i> | 71 |
| 3.3.6.7. | <i>Estrategias de Comercialización</i> | 72 |
| 3.3.7. | <i>Estudio Técnico</i> | 74 |
| 3.3.7.1. | <i>Tamaño del proyecto</i> | 74 |
| 3.3.7.2. | <i>Localización del proyecto</i> | 74 |
| 3.3.7.3. | <i>Macro localización</i> | 75 |
| 3.3.7.4. | <i>Micro localización</i> | 76 |
| 3.3.7.5. | <i>Ingeniería del proyecto</i> | 77 |
| 3.3.7.6. | <i>Distribución de la Planta</i> | 77 |
| 3.3.7.7. | <i>Diseño del proyecto</i> | 78 |
| 3.3.7.8. | <i>Flujograma del proceso productivo</i> | 83 |
| 3.3.7.9. | <i>Maquinaria y equipo</i> | 86 |
| 3.3.7.10. | <i>Proyección de la inflación con el método de pronóstico</i> | 93 |
| 3.3.7.11. | <i>Materia prima</i> | 93 |
| 3.3.7.12. | <i>Cif</i> | 93 |
| 3.3.7.13. | <i>Mano de obra directa</i> | 94 |
| 3.3.7.14. | <i>Mano de obra indirecta</i> | 94 |
| 3.3.8. | <i>Estudio Administrativo</i> | 95 |
| 3.3.8.1. | <i>Organigrama Estructural de la Unidad de Producción Artesanal</i> | 95 |
| 3.3.8.2. | <i>Manual de funciones</i> | 96 |
| 3.3.8.3. | <i>Misión</i> | 101 |
| 3.3.8.4. | <i>Visión</i> | 101 |
| 3.3.8.5. | <i>Slogan</i> | 101 |
| 3.3.8.6. | <i>Políticas</i> | 101 |
| 3.3.8.7. | <i>Valores Corporativos</i> | 102 |
| 3.3.8.8. | <i>Análisis FODA</i> | 102 |
| 3.3.8.9. | <i>Base Legal</i> | 104 |
| 3.3.9. | <i>Estudio Económico Financiero</i> | 106 |
| 3.3.9.1. | <i>Inversiones</i> | 106 |
| 3.3.9.2. | <i>Gastos</i> | 110 |
| 3.3.9.3. | <i>Costos</i> | 112 |
| 3.3.9.4. | <i>Ingresos</i> | 112 |
| 3.3.9.5. | <i>Estados Financieros</i> | 114 |
| 3.3.9.6. | <i>Estado de Resultado</i> | 115 |

| | |
|--|-----|
| 3.3.9.7. <i>Flujo de fondo proyectado</i> | 116 |
| 3.3.9.8. <i>Evaluaciones</i> | 118 |
| 3.3.9.9. <i>Taza mínima aceptable de rendimiento</i> | 118 |
| 3.3.9.10. <i>Van</i> | 118 |
| 3.3.9.11. <i>Tir</i> | 120 |
| 3.3.9.12. <i>Periodo de recuperación de la inversión</i> | 120 |
| 3.3.9.13. <i>Evaluación social</i> | 121 |
| CONCLUSIONES | 123 |
| RECOMENDACIONES | 124 |
| BIBLIOGRAFÍA | |
| ANEXOS | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabla 1-1: | FODA..... | 19 |
| Tabla 1-3: | Tipos de Género en la encuesta aplicada en el PEA de Riobamba. | 26 |
| Tabla 2-3: | Edad según la encuesta aplicada en el PEA de Riobamba. | 27 |
| Tabla 3-3: | Información sobre los servicios que ofrece el CFA. | 28 |
| Tabla 4-3: | Aceptación sobre el proyecto de factibilidad para crear una nueva Unidad de Producción. | 29 |
| Tabla 5-3: | Información sobre Unidades de producción similares en la provincia. | 30 |
| Tabla 6-3: | Determinación de los productos..... | 31 |
| Tabla 7-3: | Determinación para analizar la factibilidad de este proyecto público. | 32 |
| Tabla 8-3: | Cualidades del producto..... | 33 |
| Tabla 9-3: | Decisión de fabricación..... | 34 |
| Tabla 10-3: | Decisión de producción según gustos. | 35 |
| Tabla 11-3: | Medios de Comunicación..... | 36 |
| Tabla 12-3: | Capacidad de compra por la Ropa Deportiva. | 37 |
| Tabla 13-3: | Capacidad de compra por la Ropa de Trabajo. | 38 |
| Tabla 14-3: | Capacidad de compra por la Uniformes Corporativos. | 39 |
| Tabla 15-3: | Capacidad de compra por adquisición de productos. Otros | 40 |
| Tabla 16-3: | Tasa de uso..... | 41 |
| Tabla 17-3: | Decisión de adquisición de producto | 42 |
| Tabla 18-3: | Aceptación por parte del alumnado para la creación de esta Unidad de Producción. | 43 |
| Tabla 19-3: | Información sobre la existencia de Unidades de Producción similares en la Ciudad. | 44 |
| Tabla 20-3: | Tipos de prendas a confeccionar | 45 |
| Tabla 21-3: | Productos a petición del alumnado | 46 |
| Tabla 22-3: | Información en cantidades de las prendas de vestir | 47 |
| Tabla 23-3: | Capacidad de venta por la Ropa de Trabajo..... | 48 |
| Tabla 24-3: | Capacidad de venta por la Ropa Deportiva..... | 49 |
| Tabla 25-3: | Capacidad de compra por la Uniformes Corporativos..... | 50 |
| Tabla 26-3: | Capacidad de compra por adquisición de productos. Otros | 51 |
| Tabla 27-3: | Medios de Comunicación..... | 52 |
| Tabla 28-3: | Decisión de Adquisición de productos..... | 53 |
| Tabla 29-3: | Productos Principales de la Unidad | 60 |
| Tabla 30-3: | Tallas y Conjuntos | 63 |

| | | |
|--------------------|--|-----|
| Tabla 31-3: | Características | 63 |
| Tabla 32-3: | Crecimiento Poblacional | 64 |
| Tabla 33-3: | Tasa de uso..... | 65 |
| Tabla 34-3: | Demanda actual..... | 65 |
| Tabla 35-4: | Proyección de la demanda..... | 66 |
| Tabla 36-3: | Empresas textiles | 67 |
| Tabla 37-3: | Oferta histórica..... | 67 |
| Tabla 38-3: | Proyección de la oferta..... | 68 |
| Tabla 39-3: | Cálculo de la demanda insatisfecha | 69 |
| Tabla 40-3: | Precio efectuado por la encuesta | 70 |
| Tabla 41-3: | Precios a base de competencias | 70 |
| Tabla 42-3: | Fijación de precio..... | 70 |
| Tabla 43-3: | Producción Anual por cada Prenda..... | 74 |
| Tabla 44-3: | Geografía de Chimborazo | 75 |
| Tabla 45-3: | Maquinaria y equipo | 86 |
| Tabla 46-3: | Inflación Anual | 93 |
| Tabla 47-3: | Cálculo de materia prima | 93 |
| Tabla 48-3: | Cálculo del CIF | 93 |
| Tabla 49-3: | Mano Obra Directa Remuneración | 94 |
| Tabla 50-3: | Mano de Obra Indirecta | 94 |
| Tabla 51-3: | Manual de funciones del Director de la Unidad..... | 96 |
| Tabla 52-3: | Manual de funciones de la secretaria de la Unidad de Producción..... | 97 |
| Tabla 53-3: | Manual de funciones del jefe de producción..... | 98 |
| Tabla 54-3: | Manual de funciones Área de Corte y Diseño. | 99 |
| Tabla 55-3: | Manual de funciones área de acabados y ventas..... | 100 |
| Tabla 56-3: | Cálculo de la inversión total..... | 106 |
| Tabla 57-3: | Total de Inversión | 106 |
| Tabla 58-3: | Cálculo de máquinas y equipos..... | 107 |
| Tabla 59-3: | Cálculo de muebles y enseres | 108 |
| Tabla 60-3: | Cálculo del equipo de oficina..... | 108 |
| Tabla 61-3: | Cálculo del equipo de cómputo..... | 108 |
| Tabla 62-3: | Cálculo Inversión diferida..... | 109 |
| Tabla 63-3: | Cálculo capital de trabajo..... | 109 |
| Tabla 64-3: | Cálculo del total de gastos | 110 |
| Tabla 65-3: | Gasto Administrativo | 110 |
| Tabla 66-3: | Gasto ventas | 110 |
| Tabla 67-3: | Cálculo de servicios básicos | 110 |

| | | |
|--------------------|--|-----|
| Tabla 68-3: | Cálculo suministros de oficina..... | 111 |
| Tabla 69-3: | Cálculo de la Publicidad | 111 |
| Tabla 70-3: | Mantenimiento de maquinaria y equipo..... | 111 |
| Tabla 71-3: | Depreciación | 111 |
| Tabla 72-3: | Amortización..... | 112 |
| Tabla 73-3: | Cálculo de Ventas Unitarias..... | 112 |
| Tabla 74-3: | Cálculo Ventas Totales de producción..... | 112 |
| Tabla 75-3: | Crecimiento Esperado | 113 |
| Tabla 76-3: | Producción Anual Prendas | 113 |
| Tabla 77-3: | Estados Financieros | 114 |
| Tabla 78-3: | Estado de Resultados | 115 |
| Tabla 79-3: | Cálculo del flujo de fondo proyectado | 116 |
| Tabla 80-3: | Cálculo del flujo de fondo con financiamiento proyectado | 117 |
| Tabla 81-3: | Tasa mínima aceptable de Rendimiento | 118 |
| Tabla 82-3: | Tasa mínima de recuperación | 120 |
| Tabla 83-3: | Beneficiarios directos..... | 121 |
| Tabla 84-3: | Beneficiarios indirectos..... | 122 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|---------------------|---|----|
| Figura 1-1: | Partes del Estudio de factibilidad..... | 9 |
| Figura 2-1: | Canales de distribución para un product | 11 |
| Figura 3-1: | Partes de la evaluación del proyecto | 16 |
| Figura 4-1: | Esquema del proceso productivo confección prendas de vestir | 19 |
| Figura 5-1: | Esquema de proceso productivo confección de Tejidos | 20 |
| Figura 1-3: | Canales de distribución | 71 |
| Figura 2-3: | Ubicación geográfica de Chimborazo | 75 |
| Figura 3-3: | Ubicación geográfica de Riobamba | 76 |
| Figura 4-3: | Localización de una Unidad de Producción artesanal..... | 76 |
| Figura 5-3: | Distribución de la planta Unidad de Producción Artesanal | 77 |
| Figura 6-3: | Unidad de Producción Artesanal Distribución..... | 78 |
| Figura 7-3: | Área de Ropa Deportiva..... | 79 |
| Figura 8-3: | Área de Planchado | 79 |
| Figura 9-3: | Área de Corte | 80 |
| Figura 10-3: | Área de Proceso de Aprendizaje | 80 |
| Figura 11-3: | Área de Ropa Interior..... | 81 |
| Figura 12-3: | Área de Modistería..... | 81 |
| Figura 13-3: | Área de Fabricación de Jeans..... | 82 |
| Figura 14-3: | Bordadora..... | 82 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|----------------------|---|----|
| Gráfico 1-1: | Partes del estudio económico..... | 15 |
| Gráfico 1-3: | Género según el PEA de Riobamba..... | 26 |
| Gráfico 2-3: | Edad según la encuesta aplicada al PEA de Riobamba. | 27 |
| Gráfico 3-3: | Información sobre los servicios que ofrece el CFA..... | 28 |
| Gráfico 4-3: | Aceptación por parte de la población | 29 |
| Gráfico 5-3: | Unidades de Producción similares en la provincia. | 30 |
| Gráfico 6-3: | Adquisición de los productos..... | 31 |
| Gráfico 7-3: | Aceptación del proyecto en la población..... | 32 |
| Gráfico 8-3: | Cualidades del producto | 33 |
| Gráfico 9-3: | Decisión de Fabricación | 34 |
| Gráfico 10-3: | Decisión de producción según gustos..... | 35 |
| Gráfico 11-3: | Medios de Comunicación | 36 |
| Gráfico 12-3: | Capacidad de compra por la Ropa Deportiva. | 37 |
| Gráfico 13-3: | Capacidad de compra por ropa de trabajo | 38 |
| Gráfico 14-3: | Capacidad de compra por uniformes corporativos | 39 |
| Gráfico 15-3: | Capacidad de compra por la adquisición de productos. Otros..... | 40 |
| Gráfico 16-3: | Tasa de uso | 41 |
| Gráfico 17-3: | Decisión de adquisición de producto..... | 42 |
| Gráfico 18-3: | Aceptación por parte del alumnado | 43 |
| Gráfico 19-3: | Información relativa..... | 44 |
| Gráfico 20-3: | Tipos de prendas a confeccionar..... | 45 |
| Gráfico 21-3: | Productos a petición del alumnado | 46 |
| Gráfico 22-3: | Información en cantidades de las prendas de vestir..... | 47 |
| Gráfico 23-3: | Capacidad de venta por la Ropa de Trabajo. | 48 |
| Gráfico 24-3: | Capacidad de compra por la Ropa Deportiva. | 49 |
| Gráfico 25-3: | Capacidad de compra por uniformes corporativos | 50 |
| Gráfico 26-3: | Capacidad de compra por la adquisición de productos. Otros..... | 51 |
| Gráfico 27-3: | Medios de Comunicación | 52 |
| Gráfico 28-3: | Decisión de Adquisición de Productos. | 53 |
| Gráfico 29-3: | Estudios a aplicar..... | 58 |
| Gráfico 30-3: | Proyección de la Demanda | 66 |
| Gráfico 31-3: | Proyección de la Oferta | 68 |
| Gráfico 33-3: | Confección de Prendas de vestir Ropa Deportiva..... | 83 |
| Gráfico 34-3: | Confección de Prendas de vestir Ropa de Trabajo | 84 |

| | | |
|----------------------|--|----|
| Gráfico 35-3: | Confección de Prendas de vestir Uniformes Corporativos | 85 |
| Gráfico 36-3: | Organigrama estructural | 95 |

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** MODELO DE ENCUESTA 1
- ANEXO B:** MODELO DE ENCUESTA 2.
- ANEXO C:** CARTA DE AUSPICIO
- ANEXO D:** CAMISA DE HOMBRE
- ANEXO E:** CAMISA DE MUJER
- ANEXO F:** CAMISETA POLO
- ANEXO G:** PIJAMAS
- ANEXO H:** BLUSA Y FALDA
- ANEXO I:** UNIDAD DE PRODUCCIÓN

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo efectuar un proyecto de factibilidad para la creación de una Unidad de producción de corte y confección en las instalaciones del Centro de Formación Artesanal del Gad Municipal Riobamba, provincia de Chimborazo, con la finalidad de generar ingresos económicos mediante la confección de prendas de vestir fabricadas por cada estudiante mientras se titulan como artesanos calificados. En la parte metodológica se utilizó el enfoque cuali-cuantitativa debido que se dará bajo la recopilación de información que afectaran directamente y se involucraran al crecimiento de la Unidad, las técnicas e instrumentos utilizados fueron la encuesta y cuestionarios, enfocadas al PEA de Riobamba y a los estudiantes del centro, teniendo como resultados que el 90% de la población riobambeña respaldan la ejecución de este proyecto público. Se realizó un estudio técnico, el cual determino las inversiones, ingresos actuales y futuros, gastos presentes y proyectados, así como los flujos de caja, se procedió a realizar las evaluaciones en donde nos dieron resultados positivos un (TMAR) de 15.21%, un (VAN) de \$ 12199.85 y un (TIR) de 10.54% con un periodo de recuperación de 3 años, 1 mes, 26 días, por lo tanto, representando la factibilidad de la ejecución de este proyecto.

Palabras clave: <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <UNIDAD DE PRODUCCIÓN>, <CORTE Y CONFECCIÓN>, <SOCIOECONÓMICO>, <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <RENTABILIDAD>




05-05-2022
0828-DBRA-UTP-2022

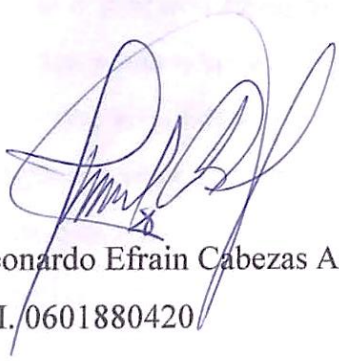
ABSTRACT

The present research aimed to achieve a project of feasibility for the creation of a Unit of production of cut and dressmaking in the facilities of the Centre of Artisan Formation of the Municipal Gad Riobamba, province of Chimborazo, with the purpose of generating economic income through the dressmaking of garments made by every student while they titled as qualified craftsmen. In the methodological part, the qualitative-quantitative approach used because of the collection of information that will directly affect and involve the growth of the Unit. The techniques and instruments used were the survey and questionnaires, focused on the PEA of Riobamba and the students of the centre, so 90% of the population of Riobamba support the execution of this public project. A technical study carried out, which determined the investments, current and future income, present and projected expenses, as well as the cash flows, we carried out the evaluations where they gave us positive results a (TMAR) of 15.21%, a (VAN) of \$12,199.85 and a (TIR) of 10.54% with a recovery period of 3 years, 1 month, 26 days, therefore, representing the feasibility of the execution of this project.

Keywords: <PROJECT FEASIBILITY>, <PRODUCTION UNIT>, <CUT AND TAPE>, <SOCIOECONOMIC>, <FINANCIAL EVALUATION>, <PROFITABILITY RETURN>.



Leonardo Efrain Cabezas Arévalo
C.I. 0601880420

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Leonardo Efraín Cabezas Arévalo', is written over a faint purple rectangular stamp.

Leonardo Efraín Cabezas Arévalo

C.I./0601880420

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tuvo como finalidad efectuar un, PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL MUNICIPAL RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, busca emitir a través de este proyecto público fomentar nuevas fuentes de ingresos socioeconómicos para los estudiantes que se titulan en cada ciclo académico, mediante la creación de esta Unidad de Producción en corte y confección, donde ellos puedan fabricar y vender sus propias prendas de vestir, según requerimientos que hagan los clientes, este proyecto público estará dirigido a personas en estado de vulnerabilidad del cantón Riobamba, con preferencia en mujeres, con ganas de emprender y a la vez obtener un título como artesanos, refrendados por el Ministerio de Trabajo y la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Desde el inicio de actividades (2018), se evidencia que el alumnado muestra limitaciones importantes a nivel social, económico y educativo, que afectan su desempeño y asistencia a clases, así como también ha causado que muchos de los estudiantes hayan desertado de sus estudios por la falta de ingresos propios para culminar su especialidad en lo cual, en base a una necesidad, se vio la creación de una Unidad de producción.

Es evidente que existe un bajo nivel formativo-educativo de atención prioritaria, que limita su acceso a empleos formales con ingresos adecuados, debido que muchas personas por falta de recursos y una educación apropiada tienen la obligación de trabajar por un ingreso que no cubre todas sus necesidades, por lo tanto, no cuentan con presupuestos suficientes para cursar un programa como el ofertado por el GAD Municipal de Riobamba a través del CFA, que a pesar de ser gratuito.

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación se ha desarrollado los siguientes capítulos:

Capítulo “I”: Representa toda la información relevante y concisa para el trabajo de investigación mediante la representación de un marco teórico relevante y preciso que nos ayuden a sustentar el trabajo a realizar.

Capítulo “II”: Nos indica la metodología a aplicar, representando el nivel de investigación, como el tipo de estudio que contaremos, y el diseño con el que vamos a trabajar, métodos, técnicas e instrumentos.

Capítulo “III”: Trata sobre los resultados y discusión de resultados, a base de las encuestas aplicadas tanto al PEA de Riobamba, como a los estudiantes del Centro Artesanal Riobamba, para finalizar este capítulo se demuestra la propuesta que será aplicada mediante, un estudio de mercado, estudio administrativo, estudio técnico, estudio financiero y evaluaciones y en base a lo expuesto se pudo demostrar las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de investigación

Según las investigaciones realizadas se ha predispuesto que dentro del cantón Riobamba, no se ha registrado antecedentes de haberse desarrollado un estudio de factibilidad para la creación de una Unidad de Producción en corte y confección en sus propias instalaciones.

Para la presente investigación se ha tomado como referencia algunas tesis presentadas en el repositorio de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, así como una tesis presentada en la Universidad Central del Ecuador, sobre proyectos de factibilidad en lo cual han sido de un gran aporte como guía para realización de este trabajo de titulación.

A continuación, se citarán los antecedentes de diferentes investigaciones realizadas por los estudiantes.

TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LOS TALLERES ARTESANALES DEL GAD PARROQUIAL DE INGAPIRCA, DEL CANTÓN CAÑAR Y PROVINCIA DEL CAÑAR, PERÍODO SEGUNDO SEMESTRE DEL 2017-PRIMERO DEL 2018.

Autora: Tania Valeria Romero Chimborazo

Año: 2018

Señalando lo más importante de esta investigación decimos que:

Se puede observar que las personas buscan lugares para compartir momentos de trabajo e inspiración con familiares y amigos, es aquí donde las artesanías ofrecen oportunidades, y cada vez son más las personas que atienden esta actividad.

El Municipio de Ingapirca posee objetivos para su población especialmente en los sectores económicos y financieros, por lo que es necesario determinar las bases necesarias para tomar decisiones y promover la producción artesanal local. (Romero, 2018).

La autora nos menciona que en la actualidad se ha ido perdiendo el interés y la fuerza dentro del sector artesanal, por muchas industrias que han remplazado la mano obrera por la maquinaria, opacando estos tipos de emprendimientos, es por ello que mediante este proyecto de factibilidad

su objetivo es reactivar la economía mediante el sector artesanal, en este sector de la provincia de Cañar, enfocados principalmente en su producción.

TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

AUTORA: Mirian Elizabeth Chang Parrales

Año: 2015

Señalando lo más importante:

“Los estilos de vida de los deportistas son cada vez más rigurosos, necesitan que sus prendas no solo les brinden comodidad y moda, sino que también sean su aliado en la consecución de sus objetivos. Crear una empresa con una estructura organizativa clara, cuyas operaciones no solo se basen en la experiencia, sino también en la investigación y el conocimiento, cambiar el paradigma de los productos de marketing simples y transformar su gestión en entrega de valor. Los clientes, se posicionan como sinónimo de innovación, calidad y una actitud positiva que acompaña a los deportistas para lograr sus objetivos.” (Chang, 2015).

Según nos menciona la autora se desea realizar un proyecto de factibilidad dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva, esto se basa a la demanda histórica que tiene estos tipos de prendas ya que si observamos en el mercado cada vez los jóvenes son más exigentes y se necesita satisfacer nuevas necesidades que el mercado demanda, cambiando lo común a lo innovador.

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PERSONALIZADAS JUVENILES, EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Autor: Diego Fernando Sarabia Castro

Año: 2017

Entre los aspectos más relevantes que se destacó de esta investigación se puede indicar lo siguiente:

“La presente investigación tiene como propósito la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa de vestir con diseños personalizados por parte de los clientes, esto a través del estudio de mercado, esencialmente en el norte de Quito para de esta manera conocer su comportamiento y poder penetrar dentro del mercado, teniendo como base sólida una buena organización, políticas, valores organizacionales, estructura adecuada, metodologías, clima cultural, respetando siempre al medio ambiente, la fuerza

laboral, los órganos regulatorios, en especial las debilidades de la empresa siendo sustentada en los indicadores económicos” (Sarabia, 2017, p. 19).

El autor menciona sobre un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la confección de prendas de vestir personalizadas directamente por el cliente, en lo cual hará un estudio del mercado previamente en lo que es el sector norte de la ciudad de Quito, según ello se sabrá las preferencias, el comportamiento que tan aceptable sería el estudio del mercado y según eso se obtendría una información totalmente clara y precisa, para el desarrollo de dicho trabajo de investigación.

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA DE ESTAMPADO EN SERIGRAFÍA Y SUBLIMADO EN LA EMPRESA SUMATEX, PERIODO 2015

Autor: Luis Felipe Checa Viteri

Año: 2015

Mencionando lo más destacado de este estudio:

“La presente indagación es de vital importancia debido que se ha conocido que el costo de la contratación de las maquinarias de estampado siendo esto un rubro muy significativo, teniendo en cuenta que la cantidad de artículos a estampar son recopiladas por medio de información de empresas dedicadas a esto, siendo que parte de la administración ha determinado que la mayoría de procesos es mediante la serigrafía y el sublimado, reflejándose en una rentabilidad bruta del 40% en sus costos de producción.” (Checa, 2015).

El autor nos menciona que este estudio de factibilidad vendría hacer de gran aporte económico a realce de la producción de la ciudad de Riobamba, ya que se determinó mediante un estudio de mercado que su rubro es muy significativo por la subcontratación que se tiene en sus pedidos de estampados, por lo cual hace que mediante un estudio de factibilidad empresa Sumatex cuente directamente con una área de estampado y serigrafía, para que de esta manera reducir los costos de producción y de igual manera darle un crecimiento mayor al negocio en su conjunto.

1.2. Marco teórico

1.2.1. Proyecto

“Un proceso único que involucra una serie de actividades de planificación, ejecución y evaluación. Estas actividades, con recursos humanos, técnicos y financieros limitados, intentan alcanzar las metas en un período de tiempo determinado y tienen un principio y un final claramente identificables” (Carrion & Berasategi, 2010).

Por otro lado, los proyectos establecen el conjunto de operaciones interrelacionadas que despliegan un programa.

“Formulan el nivel operante del proceso de proyección, y definen acciones específicas que permiten la realización de metas operativas en la práctica inmediata, así como resultados específicos que asegurarán la realización de los cambios y efectos de los planes en los que participan” (Mille, 2002, p. 10).

Con los conceptos anteriormente vistos se puede comprender que un proyecto no es más que una planificación que se realiza para dar una solución centrada a problemas que se nos presentan día a día con el cual podemos dar una respuesta mediante un estudio extendido a las demandas de las localidades.

1.2.2. *Objetivos del proyecto*

Para (Carrion & Berasategi, 2010) los objetivos importantes para la realización de un proyecto son:

- Conseguir un resultado final
- Buscar un coste económico equilibrado
- Cumplir un plazo establecido
- Compensar las necesidades del interesado o cliente

1.2.3. *Importancia de los proyectos*

“Según (Urbina, 2018) manifiesta que todos los días, sin importar dónde estemos, siempre tenemos una serie de productos o servicios brindados por humanos, desde la ropa que usamos hasta los alimentos procesados que consumimos, pasando por computadoras modernas que apoyan enormemente el trabajo humano. Cada uno de estos bienes y servicios será evaluado desde diferentes perspectivas antes de la venta comercial. El objetivo final es siempre satisfacer las necesidades humanas. Después de eso, alguien decidió producirlo en masa. Para ello debe realizar inversiones económicas”. Pag.4.

La importancia de los proyectos en si constituyen una transformación desde la parte más pequeña hasta lograr su resultado final en lo cual siempre existió una necesidad humana.

1.2.4. *Tipos de proyectos*

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno de los cuales tiene como objetivo resolver ciertos obstáculos de desarrollo, conjuntamente con costos y beneficios específicos.

Según (Díaz, 2016) clasifica los proyectos de la siguiente manera:

1.2.4.1. *Según su Carácter:*

- **Proyectos sociales:** Estos dependen del presupuesto público, y la implementación tendrá en cuenta que los consumidores o usuarios no pagarán por el uso de los servicios o el producto final.
- **Proyectos financieros:** Cuando su viabilidad depende del mercado y de su poder adquisitivo.

1.2.4.2. *Según su Sector Económico:*

- **Proyectos agropecuarios:** son dirigidos a la producción animal y vegetal.
- **Proyectos industriales:** Pertenecen a la industria manufacturera y a la producción de productos separados aledaños a la pesca y la agricultura.
- **Proyectos de infraestructura social:** Son aquellos que están encaminados a asistir necesidades básicas de la localidad (protección, estudios, fortaleza, vivienda, otros).
- **Proyectos de infraestructura económica:** Son aquellas utilidades que brindan insumos, bienes o servicios (construcción, electricidad, transporte, mantenimiento vial).
- **Proyectos de servicios:** La característica de estos proyectos es que no producen productos materiales. Solo brindan servicios personales, materiales o técnicos a través de profesionales o instituciones. También pueden ser proyectos de investigación técnica o científica.

1.2.4.3. *Según su Objetivo:*

- **Proyectos producción de bienes:** Son aquellos de producción
 - Primaria (pecuaria, agrario, forestales, mineros)
 - Secundaria (transformación de bienes a producto terminado)
- **Proyectos prestación de servicios:** Son los de infraestructura
 - Física (carga, transportes, recuperación de tierras, urbanizaciones)
 - De infraestructura social (administración y seguridad)
- **Proyectos de investigación:** Son proyectos dedicados a la investigación de las ciencias.

1.2.4.4. *Según el Ejecutor:*

- **Proyectos públicos:** son realizados por entes del gobierno y con presupuesto de inversión pública.
- **Proyectos privados:** aquellos realizados por personas naturales o jurídicas con recursos personales o de consideración.
- **Proyectos mixtos:** son aquellos sistematizados del sector público y del privado.

1.2.4.5. *Según su área de Influencia:*

- **Proyectos locales:** su transcendencia se restringe a ciertas colectividades, localidades, pueblos o comarcas. La operación es considerablemente más específica.
- **Proyectos regionales:** su nivel de acontecimiento es superior que la de un proyecto local, pero al mismo tiempo es menor que la nacional.
- **Proyectos nacionales:** se efectúan a lo largo y ancho de una región o país. Son propios de regímenes de administración centralistas en los que se marcan unas pautas desde la dirección y el resto de departamentos las acogen.
- **Proyectos multinacionales:** se efectúan en grandes zonas, por lo general resaltan las fronteras nacionales y continentales. Un ejemplo son las decisiones que brotan internamente de la Unión Europea.

1.2.4.6. *Según su Tamaño:*

- Proyectos pequeños
- Proyectos medianos
- Proyectos grandes o macros

1.2.5. *Ciclo de vida de un proyecto*

Según el autor (cepal, 2010) “menciona que el ciclo de vida de un proyecto de inversión se direcciona principalmente por una problemática a causa de la privación de los habitantes, que por medio de los sapiencias e instrumentales se busca dar término congruente. Tras la investigación se puede definir cuatro fases básicas del ciclo de vida que posee un proyecto”.

1. Preinversión
2. Inversión
3. Operación
4. Evaluación de resultados

1.2.5.1. *Fase uno: Preinversión*

La preinversión se orienta en nivelar, expresar y evaluar el proyecto para establecer cómo se llevaría a buen término para solucionar la necesidad que le da origen. Esta fase corresponde a la observación de viabilidad económica de las diferentes elecciones de desenlace registrada para cada una de las opiniones de proyectos (cepal, 2010).

1.2.5.2. *Fase dos: Inversión*

La fase de inversión compete al transcurso de la postura en camino del proyecto, una vez designada la pauta a seguir, se concretan todas las inversiones anticipado a su implantación.

Dentro de este contexto es fundamental considerar:

- Adquisición del terreno, construir la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- Comprar e instalar la maquinaria, equipos y herramientas.
- Seleccionar y administrar el sistema operacional y administrativo.
- Proceso de reclutamiento de personal y capacitación.
- Ejecución inicial del negocio.

Después de completar este paso, los resultados reales deben compararse y medirse con los presupuestados, lo que puede ser parcial o completamente alcanzable, con propósitos a optimizar o corregir el desarrollo del proyecto de inversión y así obtener los resultados más cercanos para los planes iniciales.

El monitoreo de la vida laboral del proyecto debe realizarse para medir el progreso y los beneficios en el transcurso del tiempo. Al mismo tiempo, este paso debe abordarse elaborando un presupuesto y creando un marco presupuestario que será responsable ante el departamento administrativo (cepal, 2010).

1.2.5.3. *Fase tres: Operación*

La fase operativa es en la que se realiza la inversión. Cuando se implementa un proyecto, comienza sus operaciones, inicia la confección del producto (bienes o servicios), con el propósito de resolver el problema o satisfacer las necesidades que lo causan (cepal, 2010).

Sin embargo, con el tiempo, se podrá evidenciar dos panoramas:

- Los nuevos usuarios necesitarán que se expanda el sistema para abastecer a todos.
- Por el uso de maquinaria enfatiza la necesidad de reparaciones o cambios.

1.2.5.4. *Fase cuatro: Evaluación de resultados*

Si el proyecto es una acción o respuesta a un problema, después de un tiempo suficiente, debe asegurarse de que el problema se aborde a través de los esfuerzos del proyecto.

De lo contrario, debe realizar el trabajo de reparación adecuado, analizar cuáles son los efectos causados por la ejecución y ese es el problema (cepal, 2010).

1.2.6. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad de un proyecto se despega en varios componentes en los cuales el mediante el cual se determina la probabilidad de progreso o fracaso de un proyecto.

Para (Guala, 2019) el estudio de Factibilidad consta de:

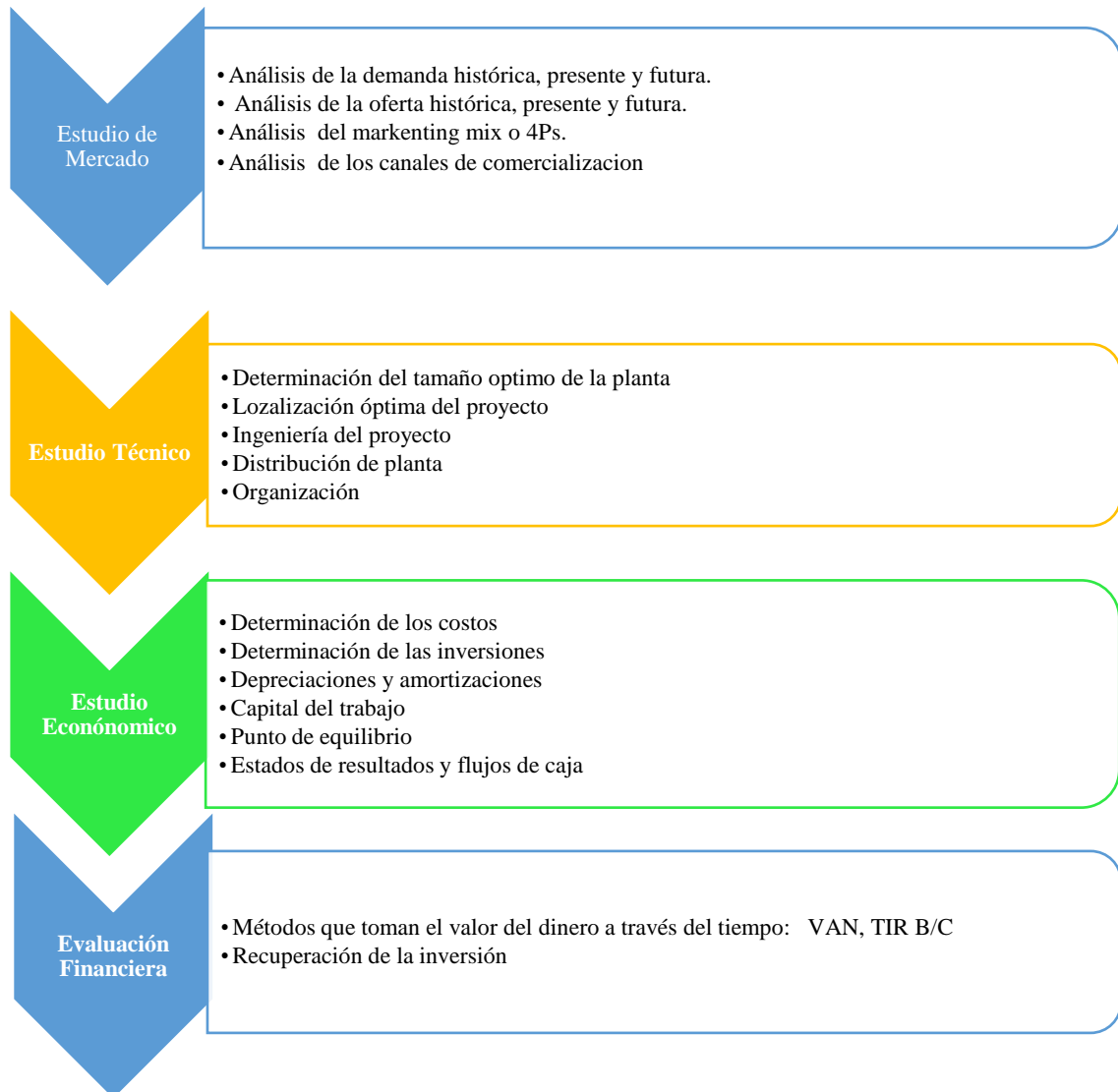


Figura 1-1: Partes del Estudio de factibilidad

Fuente: (Lara, 2011)

Realizado por: Vásquez, H 2021

1.2.7. Estudio de mercado

Según (Naresh, 2008) La investigación de mercado se clasifica como una investigación descriptiva (un tipo de investigación concluyente, cuyo objetivo principal es describir ciertas cosas, generalmente las características o funciones del mercado), y: participar en la investigación de ventas, investigación de imágenes, etc.

El estudio del mercado en si señala que es un tipo de investigación descriptiva, su objetivo principal es la descripción, características o funciones del mercado.

En este apartado, se observa los resultados del estudio central que rodea al negocio. Por lo tanto, se hace referencia a todo componente que rodea al mercado de acuerdo a su entorno, estableciendo sus generalidades, como su demanda y su oferta.

1.2.7.1. *Objetivos del estudio de mercado*

- Confirmar que existen necesidades insatisfechas en el mercado, o la posibilidad de brindar mejores servicios que los productos existentes en el mercado
- Determinar la cantidad de nuevas unidades de producción de bienes o servicios que la población está dispuesta a consumir a un precio específico.
- Comprender cuál es la forma de proporcionar bienes y servicios a los usuarios (Naresh, 2008).

1.2.7.2. *Análisis de la demanda*

El autor (Baca, 2011) menciona que la demanda es el conjunto de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer una demanda específica a un precio concreto.

El análisis de la demanda enfatiza toda cantidad de bienes y servicios que el mercado empleara para encontrar o encaminarse a una necesidad.

1.2.7.3. *Análisis de la oferta*

Según (Sarabia, 2017) manifiesta que una oferta es la cantidad de bienes o servicios que se brindan al público a diferentes precios. Existen varios aspectos decisivos en la determinación de la cotización de un producto o servicio, tales como:

- 1) **El precio.** – Se ha determinado que a medida que aumenten los precios, se proporcionarán más cantidades. Si el precio baja, la oferta disminuirá. Por tanto, existe una relación directa entre precio y cantidad. El precio al que otros productores venden el artículo en el mercado.
- 2) **La tecnología.** - Con la mejora y el desarrollo de la tecnología, la producción aumenta.
- 3) **La oferta.** - La abundancia y escasez de insumos limitan la cantidad entregada a los consumidores.
- 4) **Condiciones meteorológicas.** - Algunos elementos solo se derivan de ciertas condiciones naturales, como temperatura, lluvia, humedad, etc. El rendimiento depende de las condiciones naturales ideales.

1.2.7.4. *Marketing Mix o 4Ps*

Según (Guala, 2019) menciona que el marketing mix surge de la necesidad de una idea de crear un proceso de autoevaluación propia de una organización con el objetivo de mejorar sus habilidades de comercialización y su relación con el medio.

Lo cual significa, que el marketing mix desde un punto de vista, es la necesidad propia de una empresa para establecer o perfeccionar sus estrategias.

Según (Guala, 2019) menciona que las 4Ps se dividen en:

a) El precio

El coste que tanto vendedor como comprador divisan que tiene el producto o servicio en cuestión. Según las perspectivas de cada uno, parecerá costoso o económico.

b) La promoción

Instante en el que se muestra el producto o servicio al público con el objetivo de persuadirlo.

c) Producto

Es el principal protagonista de cualquier acción de marketing y todas las operaciones que tomemos deben rodar en torno a él.

d) Punto de venta

El punto de venta o distribución es el proceso mediante el cual el servicio se muestra al cliente, que puede ser comerciante o final.

1.2.7.5. *Canales de distribución*

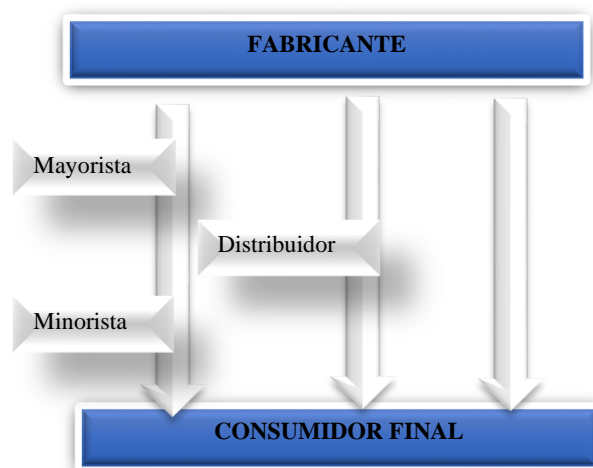


Figura 2-1: Canales de distribución para un product

Fuente: (Guala, 2019)

Realizado por: Vásquez, H 2021

1. Canales tradicionales

Según (Guala, 2019) “enfatisa que los canales tradicionales de venta directa son los que principalmente manejan un volumen de inversión alto para su implementación y buen funcionamiento, poseen tiendas propias o fuerza de ventas y tienen un contacto cercano con los clientes”.

Estos canales en si manifiestan, que son los que manejan un volumen de inversión alto a su ejecución y funcionamiento.

2. Canales nuevos de venta directa

Según (Guala, 2019) “menciona que la ventaja de estos nuevos canales reside en un ahorro significativo para las empresas, entre estos se puede resaltar la venta por internet, en donde no es necesario el uso de instalaciones para la comercialización”.

Lo que significa que estos canales, su característica está en el ahorro principalmente para las empresas ya sea la venta por internet en donde podemos optimizar recursos.

3. Canales de venta indirecta

Según (Guala, 2019) “indica que son aquellos mediadores que existen entre el productor y el consumidor, lo que facilita a la empresa para que pueda tener un alcance mayor de mercado a precios bajos”.

Estos canales en si son un enlace intermedio entre el fabricante y el cliente, lo que hace que la empresa pueda optimizar ganancias.

1.2.8. Estudio Técnico

El estudio técnico sujeta una gran cantidad de calificativos, los cuales tiene un objetivo en similitud que es examinar la factibilidad y mostrar los pros y la contra para el procedimiento y desarrollo de un producto o servicio en marcha, podemos enfatizar entre los principales criterios estos:

1.2.8.1. Tamaño óptimo de la planta

Según el autor (Baca, 2011) manifiesta que el tamaño del proyecto, enuncia la cantidad de producto medida en unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de elaboración de bienes, durante un ciclo específico

El tamaño óptimo de la planta podemos recalcar que es la capacidad o arqueo de producción de bienes que podemos adquirir para un proceso en ejecución.

1.2.8.2. *Localización óptima de la planta*

“En este estudio de localización de la planta se toma en cuenta dos puntos fundamentales que son la macro y la micro localización, analizando a la vez otros factores, llamados fuerzas ocasionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado estudio” (Corrillo & Gutiérrez, 2016).

En esta investigación, considerando que el centro ya tiene sus instalaciones propias, que se encuentra ubicado en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo en las calles Roma y Bucarest (sector del Mercado Mayorista) tan solo describiremos la ubicación ya que el proyecto necesitamos un pre estudio Generalizado.

1.2.8.3. *Ingeniería del proyecto*

“La ingeniería del proyecto tiene como objetivo manifestar todo lo que representa a las instalaciones y trabajo de planta, para lo cual se identifican los procesos de manera simple y detallada, de igual manera se representa la disposición más adecuada para las maquinarias, detallando cada de estas con sus funciones”(Baca, 2011).

Según el autor manifiesta que la ingeniería de proyecto tiene como finalidad mostrar todo el procedimiento del trabajo de planta desde su inicio hasta su etapa final, detallando y cuidando cada uno de sus procesos.

1.2.8.4. *Distribución de planta*

“La distribución de planta constituye la ordenación física de todos los elementos que componen una instalación sea industrial o servicios. Esta ordenación representa los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las funciones que tengan lugar en las instalaciones” (Salazar, 2019).

Según el autor nos manifiesta que la distribución de la planta se emplea en completa ordenanza de todos los elementos que participan en el proceso de instalación ya sea colaboradores directos e indirectos en sus actividades.

1.2.8.5. *Organización*

Según (Guala, 2019) indica que la organización es representar la misión, visión, organigrama, organización funcional, manual de funciones.

En si organización enfatiza la definición de lo que es la misión, visión, organigrama funciona, manual de funciones entre otros.

1.2.9. Estudio Económico

“Según (Lara, 2011) indica que un estudio económico pertenece a los costos de inversión y operación del producto o proyecto. En este estudio sabremos con exactitud si el proyecto es viable o no”.

1.2.9.1. Ingresos

Según (Lara, 2011) manifiesta que “Son los accesos de capital que el proyecto tiene principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades.”

Ingresos operacionales: son los ingresos que se producen por las actividades normales del proyecto.

Ingresos no operacionales: son los que son producidos por acciones no operacionales del proyecto y generalmente son: intereses ganados por inversiones de tipo financiera, venta de activos fijo a través del valor del salvamento (Lara, 2011).

1.2.9.2. Egresos

Según (Pérez & Gardey, 2009) menciona que egreso significa la salida del capital de las arcas de una **empresa u organización**, mientras que por ingresos se entiende el capital que ingresa.

Los Egresos hacen referencia a la salida del capital, dinero directamente en una organización o de una persona.

1.2.9.3. Depreciación

Según (Lara, 2011) indica que “es el desgaste del valor agregado de los activos fijos que sufren de su vida útil en cada ciclo tiempo, por su desgaste normal, debido al uso de los mismos en el proceso de producción de un proyecto”

1.2.9.4. Punto de equilibrio

Según (Baca, 2011, p. 148) manifiesta que “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que las entradas por ventas son exactamente iguales al total de los costos fijos y los variables.”

1.2.9.5. Estructura del estudio económico-financiero

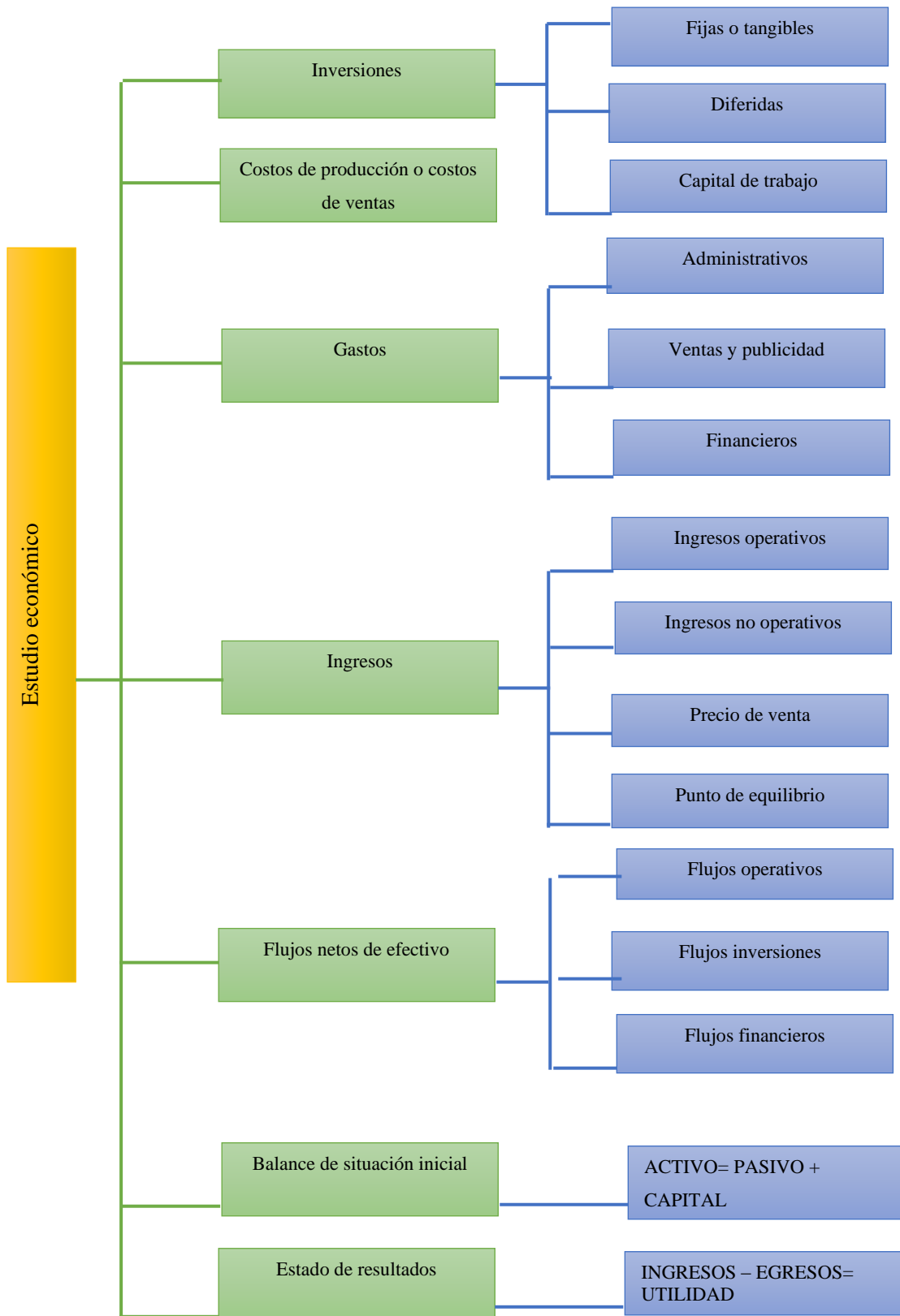


Gráfico 1-1: Partes del estudio económico

Fuente: (Lara, 2011)

Realizado por: Vascones, H 2021

1.2.10. Evaluación del Proyecto

Según (Jauregui, 2019) “menciona que una evaluación financiera de proyectos es la investigación de todas las partes de un proyecto determinado con el fin de valorar si este tendrá un rendimiento futuro”.

En si la evaluación del proyecto enfatiza una indagación de lo que compete las partes y componentes de lo que es un proyecto con un fin común.

1.2.10.1. Partes de la evaluación del proyecto

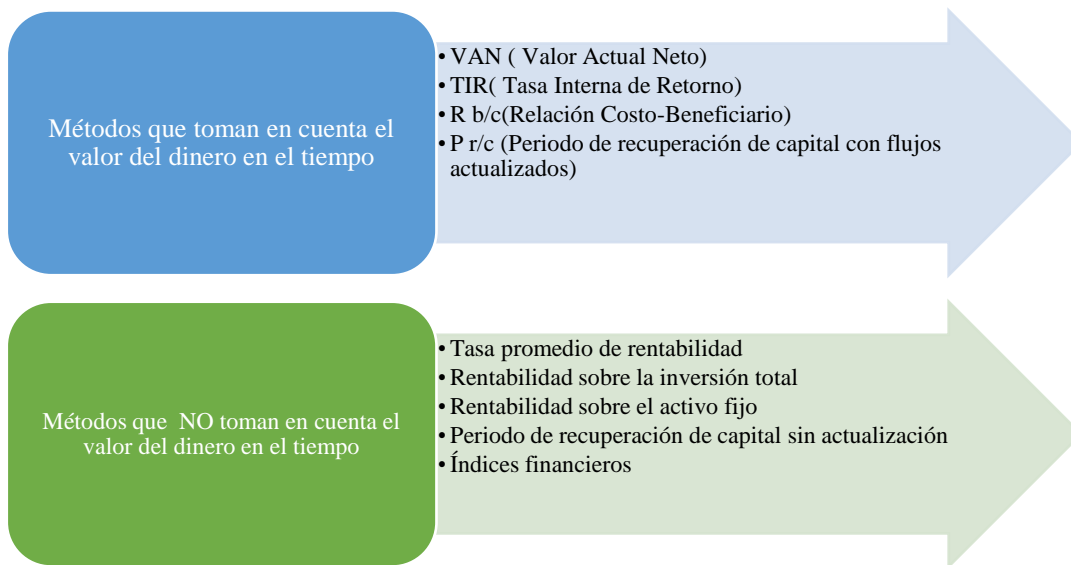


Figura 3-1: Partes de la evaluación del proyecto

Fuente: (Lara, 2011)

Realizado por: Hernán, V. 2021

a) Valor actual neto (VAN)

Según (Baca, 2011) indica que “Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos en cada año, establecidos a una tasa referencial.”

El valor actual neto según manifiesta el autor, que es toda suma de directa algebraica, va acompañado de un valor negativo o signo, seguido de los flujos de cada año.

b) Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa que convierte el VAN en cero, esto representa que el total de los flujos positivos establecidos son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos establecidos, lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero (Lara, 2011).

Lo que significa que, es toda totalidad de flujos positivos son igual a la totalidad de flujos negativos actualizados, lo que representa la tasa más alta de los inversionistas.

c) Flujo de caja proyectada

Según (Padilla, 2011) indica que “Es un estado financiero que mide los movimientos de dinero, exceptuando aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero”

El flujo de caja proyectada representa un estado financiero que mide todo movimiento efectivo, excluyendo todas esas operaciones que representa una salida de capital.

d) Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es la alternativa a la que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber logrado por haber seleccionado la opción alternativa.

Por lo tanto, el coste de oportunidad es aquellos que renunciamos de percibir o que simbolizan un coste por el hecho de no haber elegido la mejor alternativa posible, cuando se dispone con recursos suficientes (generalmente dinero y tiempo). El termino coste de oportunidad también es denominado como “el coste de la mejor opción no seleccionada (Pedrosa, 2017).

El costo de oportunidad según el autor menciona que es lo que renunciamos por obtener una mejor decisión de rentabilidad, donde vemos directamente beneficios.

1.2.11. Segmentación de Mercado

La persona encargada de desarrollar la segmentación de mercado debe emparejar a sus clientes potenciales del resto del mercado. Una excelente segmentación de mercado garantiza información clara y concisa que permite mejorar la oferta, adaptándose a las necesidades insatisfechas.

1.2.12. Mercado potencial

“El mercado potencial representa la vida futura de las empresas, enfocándose en los consumidores interesados en los productos o los servicios que ofrezca la marca. Es una indagación que se hace para hacer que los productos o servicios capten la atención de los clientes potenciales de esta forma hacerlo viable” (Pacheco, 2020)

El mercado potencial enfatiza lo que es una vida futura de la empresa, donde participan consumidores interesados en los distintos productos o requerimientos que se ofrezcan en el proceso.

1.2.13. Estudio administrativo legal

“El estudio administrativo legal, o plan organizacional indica los aspectos administrativos de una empresa, dentro del mismo se diseñará la misión, visión, objetivos organizacionales, estructura organizacional, de esta manera representando cuales son las metas de la organización, de igual manera se deberá mostrar aspectos legales en relación a los requisitos para constituir la empresa y lo que se necesita para su funcionamiento” (Pinson, 2013).

El estudio administrativo legal muestra en si todos los aspectos administrativos y estratégicos de una organización, así como los aspectos legales de una empresa y todo lo que necesita para su funcionamiento.

1.2.14. Estudio Organizacional

“Según (Segatore, 2019) menciona que el Estudio Organizacional para un proyecto es el estudio tanto de la capacidad de la empresa que lo llevará a cabo, como así también la estimación de sus capacidades administrativas”.

El estudio organizacional enfatiza todo análisis tanto lo que corresponde la capacidad y evaluación de una organización.

1.2.14.1. Misión

“La misión de una empresa es la razón de la existencia de dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) lo cual representa la razón de ser de la empresa” (Velayos, 2020).

La misión de una empresa expresa su razón de ser, en si indica la actividad en donde se relaciona dicha empresa.

1.2.14.2. Visión

La visión de una organización expresa lo que se desea conseguir en un futuro. Se trata de la perspectiva ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo proyecta conseguir sus metas”(Peiro, 2020).

Según el autor enfatiza que la visión describe o menciona lo que es el objetivo que la empresa quiere lograr en un futuro.

1.2.14.3. Estrategias

Las estrategias que serán manipuladas en el presente estudio de factibilidad serán: las estrategias competitivas, genéricas, que nos ayudaran para diagnosticar como está la capacidad de la

organización y consecuentemente las estrategias corporativas las cuales se dirigen a la evolución y experiencia adquirida para el centro.

El instrumento utilizado para este tipo de estrategias es la matriz FODA, la cual se divide en variables dependientes e independientes de la organización (fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas)

Tabla 1-1: FODA

| | POSITIVOS | NEGATIVOS |
|----------|---------------|-------------|
| INTERNOS | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| EXTERNOS | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |

Fuente: (Guala, 2019)

Realizado por: Vascones, H. 2021

1.2.15. Confección

Según los autores (Esparza & Guilcapi, 2010) indica que este proceso representa las prendas de vestir según las necesidades de cada cliente. Cada proceso de confección de cada prenda de vestir se compone de varias etapas, en las cuales, a su vez, se desarrollan múltiples actividades.

En la siguiente figura se demuestra un flujo general de proceso de confección:

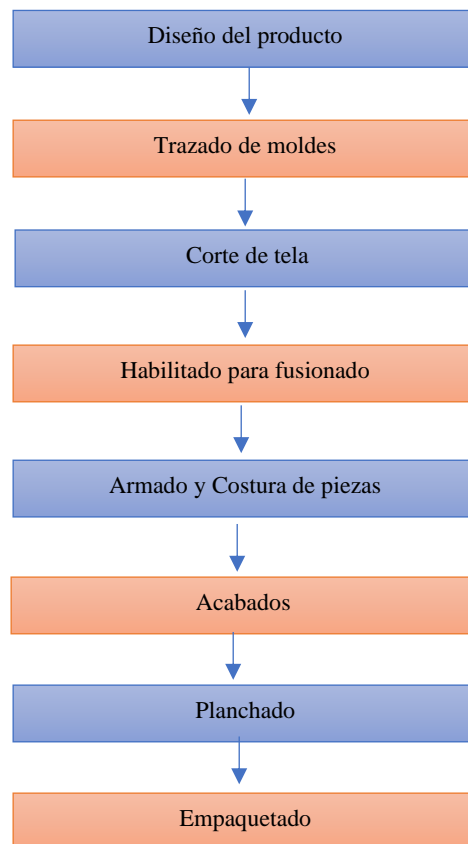


Figura 4-1: Esquema del proceso productivo confección prendas de vestir

Fuente: (Esparza & Guilcapi, 2010)

Realizado por: Hernán, V.2021

1.2.16. Tejidos

Según los autores (Esparza & Guilcapi, 2010) “indica que el tejido es un proceso artesanal o industrial para fabricar telas tejidas a partir de hilos, a través del entrecruzamiento ordenado, o combinado con trama.

A continuación, se detallan las diferencias en el proceso dependiendo del modelo y del material a utilizar. Pueden resumirse en las siguientes operaciones:

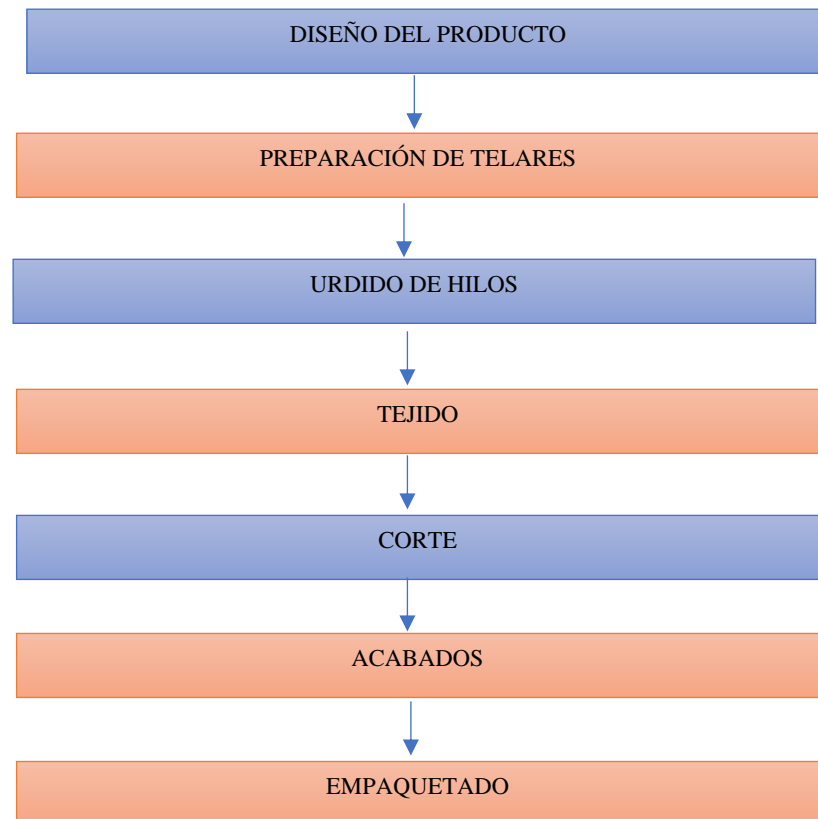


Figura 5-1: Esquema de proceso productivo confección de Tejidos

Fuente: (Esparza & Guilcapi, 2010)

Realizado por: Hernán, V.2021

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

Esta investigación se llevó a cabo mediante un análisis cuantitativo y cualitativo, es decir trataremos a una modalidad cuali-cuantitativa.

En este proyecto publico utilizamos la investigación cuantitativa, debido que se dará bajo la recopilación de la información de los factores que afectaran directamente y se involucraran al nivel del crecimiento de la Unidad, para el hallazgo y recolección de variables cuantificables como cantidades, muestreo y análisis de resultados y también se manejará la investigación cualitativa, referente a la identificación, evaluación y descripción de los elementos que tomaremos como base para el desarrollo y conceptualización para este modelo de proyecto, se recogerá información mediante técnicas no medibles como las entrevistas, diálogos entre otro.

2.2. Nivel de Investigación

Para los niveles de investigación se presentará los que mejor den realce al presente trabajo de investigación.

2.2.1. *Investigación explicativa*

Según el autor (Sarabia, 2017) menciona que la investigación explicativa es la cual tiene relación casual, no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta analizar las causas.

La investigación explicativa se ha relacionado directamente en el centro ya que al detectar directamente cual es el principal factor que limita el proceso de aprendizaje, se vio la necesidad de crear la unidad de producción que cubra las primeras necesidades del CFA.

2.2.2. *Investigación descriptiva*

Según expresa el autor (Sarabia, 2017) indica que la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea expresar en todos sus componentes principales, una realidad.

La investigación descriptiva en el centro lo utilizaremos bien hacer de forma directa ya que son problemas visibles a una necesidad y alcance del proyecto de factibilidad en proceso.

2.3. Diseño de investigación

2.3.1. Según la manipulación de la variable

No Experimental

El enfoque de esta investigación va dirigida a un diseño no experimental transeccional.

Las investigaciones no experimentales son las cuales que se desarrollan sin la operación de variables, es decir, solo se utiliza la observación de los fenómenos en su ambiente para luego analizarlos (Sampieri, 2004).

Los diseños de las investigaciones transeccionales almacenan datos en un preciso momento, en lo cual aplicaremos en el proyecto, con el objetivo de interpretar las variables y su efecto en un momento dado.

2.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo

Transversal

Se realiza una sola intervención en el trabajo campo. La recopilación de datos en un entorno definido de investigación se lo hace por una sola vez, ya que toda la información que necesitamos lo tenemos al alcance de este proyecto.

2.4. Tipo de Estudio

La tipología que se utilizará en esta indagación será de tipo:

2.4.1. De campo

Según (Guala, 2019) menciona que este tipo de investigación se hace en el lugar de los hechos, es decir, donde el objeto de estudio se implementará.

Pues se recoge información de los procesos internos del Centro de Formación Artesanal, para adaptarlos al proyecto de factibilidad de la Unidad.

El proceso tomara lugar en las propias instalaciones del CFA, que cuenta con un espacio propicio para que se desarrolle el proyecto.

2.5. Población y Planificación

Una vez presentados los objetivos de la investigación y el proceso a realizar, próximamente se debe determinar la población y muestra que se utilizara durante el presente estudio.

2.5.1. Población

“Según (Suárez, 2011) lo define como un conjunto de “individuos” al que se refiere nuestra pregunta de estudio o respecto al cual se pretende concluir algo”.

La población que se evaluado en el centro de Formación Artesanal Municipal es un aproximado de 75 estudiantes, donde se dividen entre las especialidades de corte, confección y bordado y belleza.

2.5.2. Muestra

La muestra se entiende como una parte de la población a ser estudiada, lo cual puede ser determinada aleatoriamente o con formula respectiva.

La población a tomarse a cuenta son los 75 estudiantes del Centro Ocupacional, la misma que al ser una muestra pequeña serán a quienes van dirigidas las encuestas para determinar la creación de la Unidad de Producción, por lo tanto, no es necesario aplicar la fórmula para el cálculo de la muestra.

Además, se tomará en cuenta para el proyecto de factibilidad el PEA, por lo que se necesitará sacar una muestra.

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

Donde:

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza 1,96

p= Probabilidad de éxito

q=Probabilidad de fracaso

e= Error muestral

$$n = \frac{41038 \times 0.95^2 \times 0,5 \times 0,5}{0.05^2 \times (41038 - 1) + 0.95^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 380$$

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación Técnicas

2.6.1. Métodos

2.6.1.1. Método inductivo

Según la autora (Guala, 2019) menciona que el método inductivo consiste en primer lugar en la investigación de datos y hechos que llevan finalmente a la teoría puesta en marcha.

Nos permitirá mediante la recolección de datos reafirmar el estudio planteado y la experimentación de diversos sucesos reales, llegando a una conclusión que involucre un antes y un después de la evaluación del proyecto.

2.6.1.2. Método deductivo

Según (Guala, 2019) menciona que se utilizara este método en el trabajo debido a la necesidad de dar respuestas correctas a nuestras interrogantes de estudio y de hacer predicciones consistentes sobre las variables identificadas.

Se utilizará este método en el presente trabajo investigativo ya que debido a la necesidad de dar respuestas validas a nuestros diferentes interrogantes y hacer predicciones consistentes sobre las diferentes variables encontradas.

2.6.1.3. Método sintético

Este método sintético nos ayudara en gran parte a unir todo en un solo conjunto, es decir tomaremos todos los elementos planteados para dar respuestas a todos los interrogantes.

2.6.2. Técnicas

2.6.2.1. Encuestas

Las encuestas son técnicas utilizadas para obtener información relevante de una parte de la población y muestra mediante un cuestionario previo elaborado o mediante una entrevista.

Para la siguiente investigación del presente proyecto de factibilidad utilizaremos encuestas que son documentos que vienen a ser tanto como escritos o digitales donde se plantean preguntas en distinto orden que nos ayudaran a la obtención y recolección de indagación preliminar.

Se realizará dos encuestas una para los beneficiarios que vienen hacer los estudiantes del centro de formación artesanal Riobamba, y otra delineada para el cálculo de la muestra del PEA de la ciudad de Riobamba.

2.6.3. Instrumentos

2.6.3.1. Cuestionarios

Los cuestionarios son utilizados directamente para la encuesta, donde se plantea cierto número de preguntas que ayudaran de una mejor forma a la obtención de información y datos claves para la presente investigación.

El cuestionario que aplicaremos lo haremos de una forma gradual y con preguntas aptas y precisas para el mercado que serán nuestro centro de estudio (estudiantes) donde serán los partícipes, así como los docentes.

2.7. Idea a defender

¿El Proyecto de Factibilidad permitirá la creación de la Unidad de Producción en el Centro de Formación Artesanal del GAD Municipal de la ciudad Riobamba?

2.8. Variables

2.8.1. Variable Independiente

Proyecto de Factibilidad

2.8.2. Variable Dependiente

Desarrollo de nuevos emprendimientos.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Resultados

3.1.1. Encuesta dirigida al PEA de Riobamba.

1. Género

Tabla 1-3: Tipos de Género en la encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

| DETALLE | FRECUENCIAS | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|-------------|---------------------|
| Masculino | 102 | 26.8% |
| Femenino | 267 | 70.3% |
| Otro | 11 | 2,90% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta elaborada en el PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H.2021

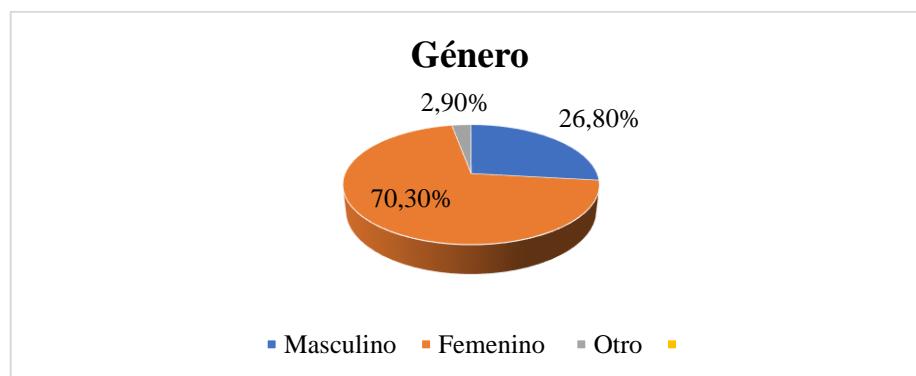


Gráfico 1-3: Género según el PEA de Riobamba.

Realizado por: Hernán, V.2021

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la interpretación del gráfico, existe un porcentaje del 70,30% que representa a las mujeres que se localizan en la población de la ciudad de Riobamba, mientras que el 26,80% representa a los hombres encuestados del cantón Riobamba, y el 2,90% representa al género LGBT de la ciudad, encuestados que servirían de información para este proyecto público.

Los resultados evidencian, según la encuesta elaborada, que las mujeres son el mayor rango en desear que se ejecute este proyecto público, ya que son la población que más se dedica y se enfatiza en el mercado laboral en las ramas artesanales en corte y confección, mientras que los hombres se mantienen en un rango menor por lo que se dedican a otro tipo de trabajos en su entorno.

2. Edad

Tabla 2-3: Edad según la encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

| EDAD | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------------|------------|---------------------|
| Rango 16-25 | 180 | 47.4% |
| Rango 25- 35 | 172 | 45.3% |
| Rango 35 en adelante | 28 | 7.4% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H.2021

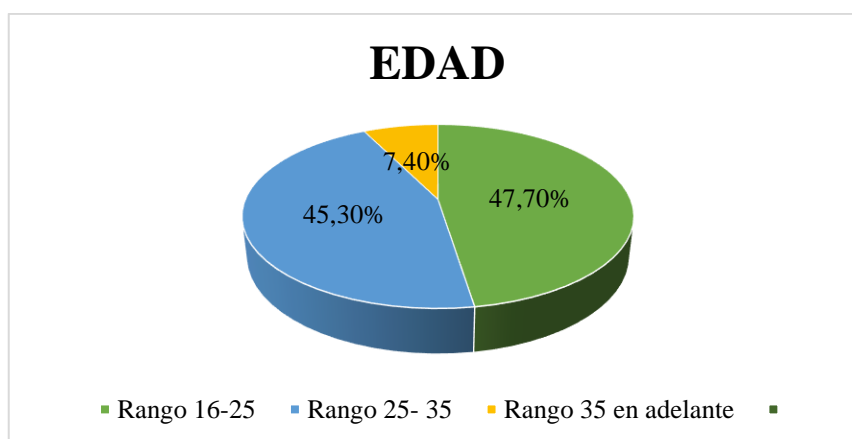


Gráfico 2-3: Edad según la encuesta aplicada al PEA de Riobamba.

Realizado por: Hernán, V.2021

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 47,70% de los encuestados representa un rango de 16 a 25 años de la población Económicamente Activa de Riobamba, el 45,30% de los encuestados representan un rango de 25 a 35 años de la población, y el 7.40% de los encuestados representan un rango de 35 años en adelante de la población.

Estos resultados nos indican que el mayor porcentaje de la población encuestada, se encuentra en la edad 16 a 25 años, seguida de las personas en el rango de 25 a 35 años que de igual manera ha tenido una buena acogida, por lo tanto, el resultado de estas respuestas nos permite observar que son personas que se encuentran en una estabilidad económica apta para comprar los productos ofertantes, de esta manera obteniendo información relevante para la ejecución y apertura de este proyecto de factibilidad.

3. ¿Conoce usted las actividades de formación y titulación en las ramas artesanales de corte-confección-bordado y belleza que brinda el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba?

Tabla 3-3. Información sobre los servicios que ofrece el CFA.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 172 | 45.3% |
| No | 208 | 54.4% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H.2021

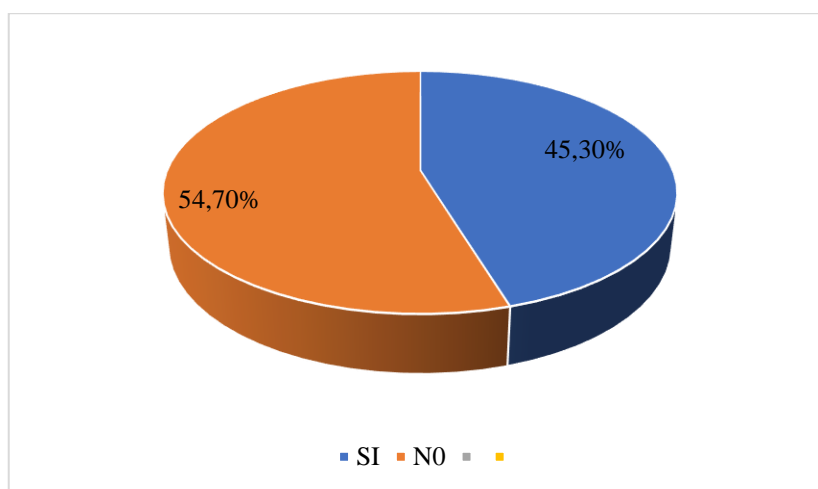


Gráfico 3-3: Información sobre los servicios que ofrece el CFA.
Realizado por: Hernán, V.2021

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como podemos observar en el gráfico, el 54,70% de los encuestados mencionan que NO conocen sobre las actividades de formación y titulación en las ramas artesanales de corte y confección que ofrece el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, y el 45,3% mencionan que tienen conocimiento sobre los servicios que otorga el centro.

A través de estos resultados evidencian, que una parte de la población de Riobamba, no tiene conocimiento sobre la existencia y servicios que viene otorgando CFA a pesar de ser gratuito en la ciudad y provincia de Chimborazo, por lo tanto, se debería entregar a la ciudadanía una mejor publicidad y buscar fuentes de promoción para hacer llegar de esta forma información relevante a más personas que les gustaría formar parte de estos cursos totalmente gratuitos que ofrece el Centro de Formación Artesanal Municipal.

4. ¿Estaría Ud. interesado en que se cree una Unidad de Producción en corte y confección en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, con el fin de ayudar de una manera económica a los estudiantes?

Tabla 4-3: Aceptación sobre el proyecto de factibilidad para crear una nueva Unidad de Producción.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 361 | 95% |
| No | 19 | 5% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

Elaborado por: Vásquez, H. 2020

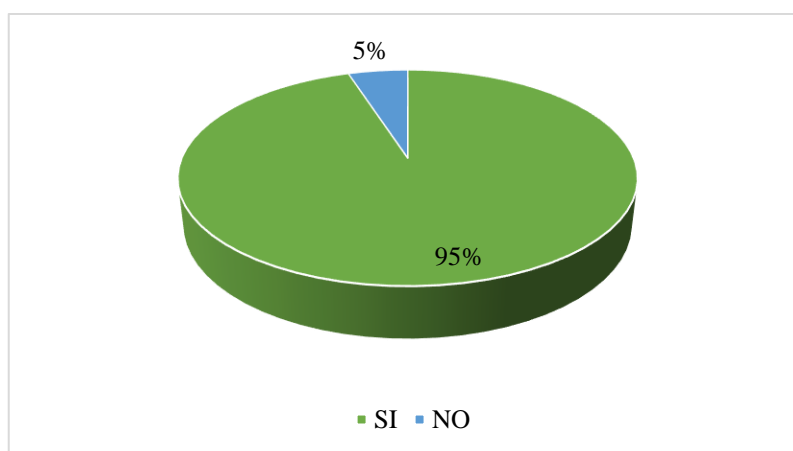


Gráfico 4-3: Aceptación por parte de la población

Realizado por: Hernán, V.2021

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 95% de los encuestados de la población Riobambeña señalaron que están interesados con la creación de una nueva Unidad de Producción en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, con el fin de ayudar de una manera económica a los estudiantes que se forman, tan solo un 5% de la población encuestada no está de acuerdo en este proyecto social.

Los resultados nos indican que es de vital importancia la creación de esta Unidad de Producción ya que no solo beneficiaría a los estudiantes de una manera lucrativa, en sus ingresos económicos mientras se titulan como artesanos calificados, si no también es una iniciativa a nuevos proyectos pilotos en la ciudad de Riobamba y la provincia de Chimborazo, ya que este proyecto público viene a ser el primero en la ciudad.

5. ¿Conoce usted algún Centro de Formación Artesanal público que cuente con una unidad de producción en corte, confección y bordado, ubicada en Riobamba, provincia de Chimborazo?

Tabla 5-3: Información sobre Unidades de producción similares en la provincia.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 30 | 17% |
| No | 350 | 83% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

Elaborado por: Vásquez, H.2020

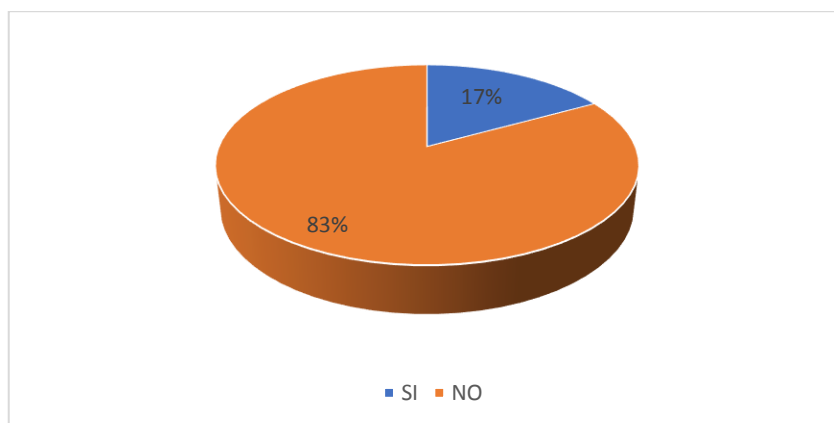


Gráfico 5-3: Unidades de Producción similares en la provincia.

Realizado por: Hernán, V.2021

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 83% de la población Riobambeña, desconocen la existencia de una Unidad de Producción en la ciudad de Riobamba, mientras tanto tan solo existen un 17% de personas que conocen la existencia de un Centro Artesanal que cuente con una Unidad de Producción, que otorgue cursos gratuitos en las ramas de corte y confección.

Como se observa en el gráfico, la ausencia de proyectos públicos en la ciudad y provincia es evidente, por lo que muchas personas desean estudiar, y aprender una rama artesanal, pero por falta de entradas económicas no pueden acceder y titularse, ya que existen centros artesanales similares, pero son privados, con este proyecto social no solo queremos llegar a los estudiantes que se titulan actualmente si no expandirse a la mayor parte de la ciudad y provincia de Chimborazo especialmente para sector vulnerable de bajos recursos.

6. ¿Le gustaría adquirir los productos en corte, confección y bordado que los estudiantes producirían en los Talleres del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba?

Tabla 6-3: Determinación de los productos

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 355 | 93.4% |
| No | 25 | 6.6% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

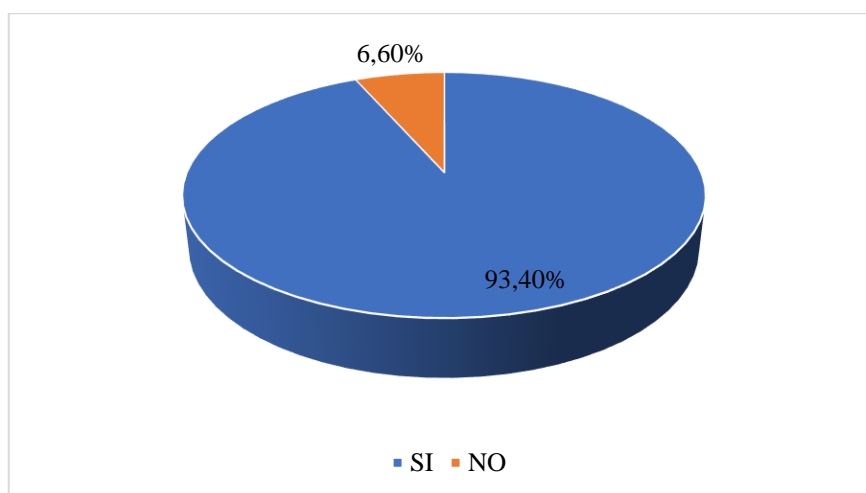


Gráfico 6-3: Adquisición de los productos

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 93.4% del total de encuestados nos da a conocer que, si están dispuestas a adquirir los productos que elaboren los estudiantes en los talleres del centro de formación artesanal Riobamba, mientras que el 6.60% no le gustaría adquirir los productos por razones desconocidas.

Esto da a conocer que da la población Riobambeña si tiene la iniciativa y la predisposición en aportar con la adquisición de estos productos en corte y confección, que elaboren los estudiantes del CFA, con el objetivo principal de ayudarse y solventar de una manera lucrativa en sus ingresos mientras se titulan como artesanos calificados en cada ciclo académico.

7. ¿Piensa que este proyecto público ayudaría al crecimiento socioeconómico de la población riobambeña, especialmente de los grupos de atención prioritaria?

Tabla 7-3. Determinación para analizar la factibilidad de este proyecto público.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 357 | 93.9% |
| No | 23 | 6.1% |
| TOTAL | 380 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H.2020

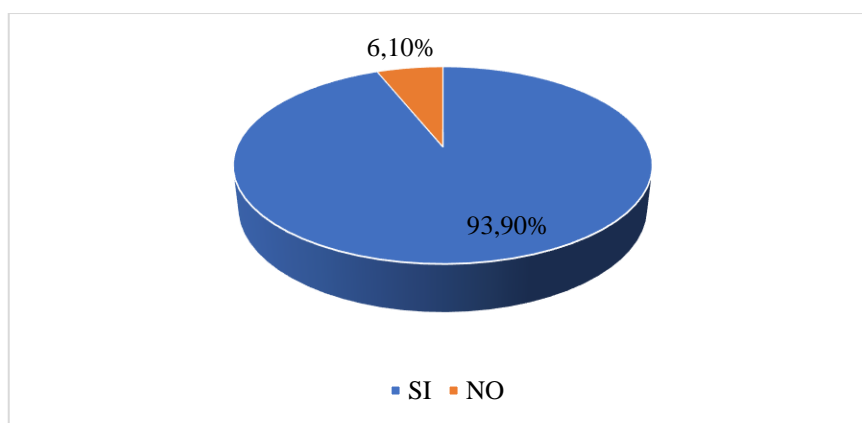


Gráfico 7-3. Aceptación del proyecto en la población.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 93.90% de la población Riobambeña que ha sido encuestada señaló que si sería este proyecto público de gran importancia para el crecimiento socioeconómico de la ciudad y provincia de Chimborazo en especial mente enfocado en la gente vulnerable, tan solo 6.10% de las personas mencionan que no sería de suma importancia la creación de este proyecto público por razones desconocidas.

Este resultado beneficiara altamente a la economía de la ciudad y provincia de Chimborazo, ya que mediante este proyecto público se enfocará en la gente de bajos recursos económicos que por falta de posibilidad no pueden acceder a una educación de calidad, a la vez mediante este proyecto sería la iniciativa a nuevos emprendimientos y futuros proyectos similares que realcen las ramas artesanales.

8. ¿Que busca en una prenda de vestir antes de comprar?

Tabla 8-3: Cualidades del producto.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|------------------------|------------|---------------------|
| Diseño | 96 | 19.5% |
| Calidad | 177 | 36% |
| Variedad | 134 | 27.2% |
| Precio | 71 | 14.4% |
| Puntualidad de entrega | 14 | 2.8% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H. 2021

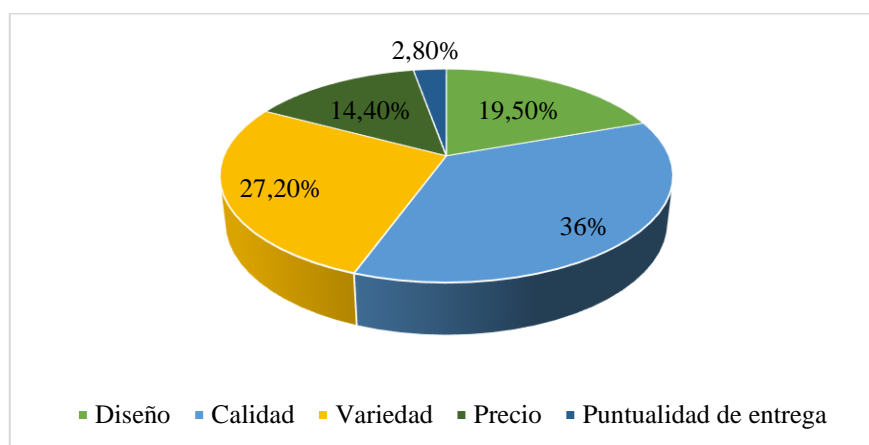


Gráfico 8-3: Cualidades del producto
Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 36% de los encuestados en la ciudad de Riobamba, contestó que uno de los aspectos más importantes que se toma en cuenta al momento de comprar una prenda es la calidad, el 27.2% considera que un punto importante es la variedad, el 19.5% menciona que es el diseño, el 14.4% dice que es el precio, y el 2.8% la puntualidad de entrega.

Como se puede observar en el gráfico, es de vital importancia al momento de comprar una prenda enfocarse directamente en la calidad menciona la población, ya que con una prenda de buena calidad nos da esa seguridad de portar un producto duradero y cómodo, para esto es necesario que los productos que salgan al mercado sean elaborados con una excelente materia prima.

9. ¿Qué tipo de prendas le gustaría que se fabriquen en la Unidad de Producción?

Tabla 9-3: Decisión de fabricación

| DETALLE | FRECUNCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|------------------------|-----------|---------------------|
| Ropa Deportiva | 140 | 36.84% |
| Ropa de Trabajo | 110 | 28.95% |
| uniformes Corporativos | 90 | 23.68% |
| Otros | 40 | 10.52% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H, 2021

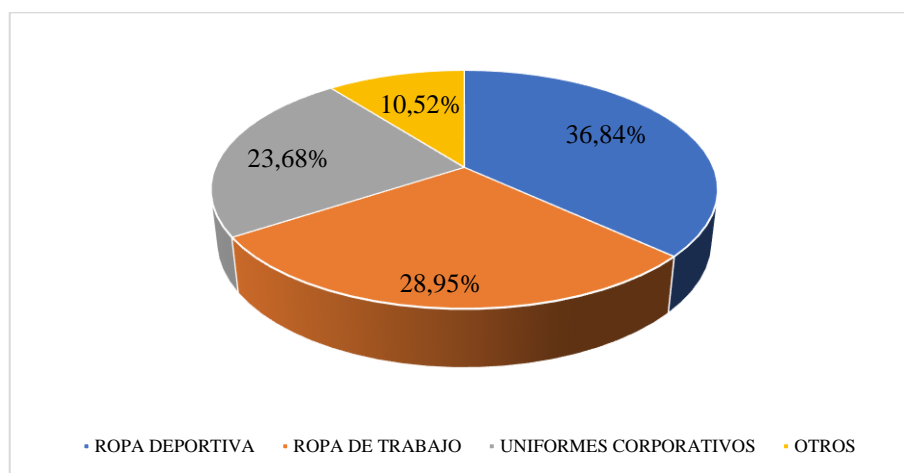


Gráfico 9-3. Decisión de Fabricación

Realizado por: Vásconez, H, 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 36.84% de los encuestados en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, contestó que prefieren que se fabrique Ropa de Deportiva, en los talleres de la Unidad de Producción, el 28.95% señaló que prefieren que se produzca Ropa de trabajo, el 23.68% prefieren Uniformes Corporativos y el 10.52% menciona que Otros.

Estos resultados evidencian que la población Riobambeña, prefiere que se produzca en la Unidad de Producción Ropa Deportiva, lo cual tomaremos como nuestro producto estrella, para la fabricación y distribución según las peticiones reales que tenga de distintas empresas públicas y privadas y personas naturales según convenios estratégicos.

10. ¿En caso que su respuesta no se encuentre en la pregunta anterior, que productos le gustaría que se fabriquen?

Tabla 10-3: Decisión de producción según gustos.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------------|------------|---------------------|
| Ropa Casual | 177 | 36% |
| Pantalones Jeans | 96 | 19.5% |
| Ropa Semiformal | 134 | 27.2% |
| Lencería de mujer | 71 | 14.4% |
| Chompas Jeans | 14 | 2.8% |

Fuente: Encuesta aplicada en el PEA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H.2021

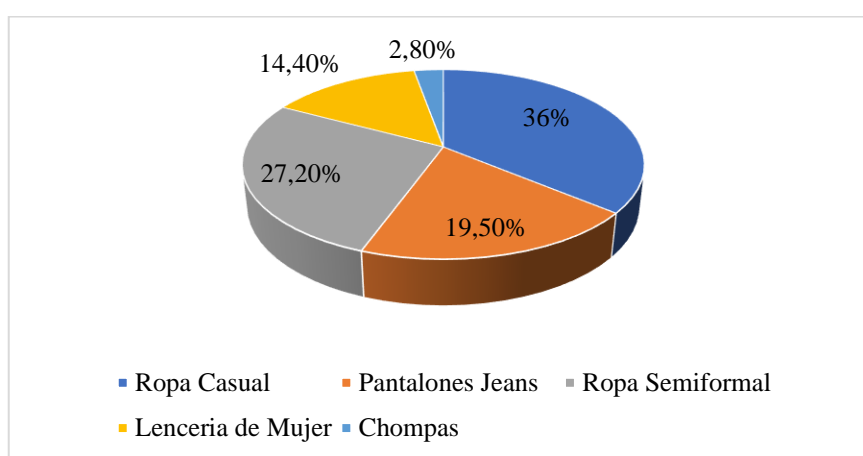


Gráfico 10-3. Decisión de producción según gustos.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se evidencio en la encuesta elaborada, el 36% sugirieron que se fabriquen Ropa Casual, el 19.5% señalo que prefieren que se confeccione pantalones Jeans, el 27.2% sugieren ropa semiformal, el 14.4% prefieren que se confeccione lencería, y el 2.8% prefieren las chompas.

Estos resultados evidencian, que la mayor parte de la población, prefieren como producto estrella la ropa casual, por la cual para su elaboración se tomara en cuenta varios factores importantes, desde la obtención de la materia prima, de esta manera ser aptos y competitivos con las diferentes líneas de producción textil, de la ciudad, fabricadas por los estudiantes del centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba.

11. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer sobre los tipos de productos ofertados por la Unidad de Producción?

Tabla 11-3: Medios de Comunicación

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|------------|---------------------|
| Redes Sociales | 325 | 75.1% |
| Televisión | 61 | 14.1% |
| Radio | 26 | 6% |
| Periódicos | 16 | 3.7% |
| Otros | 5 | 1.2% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H.2021

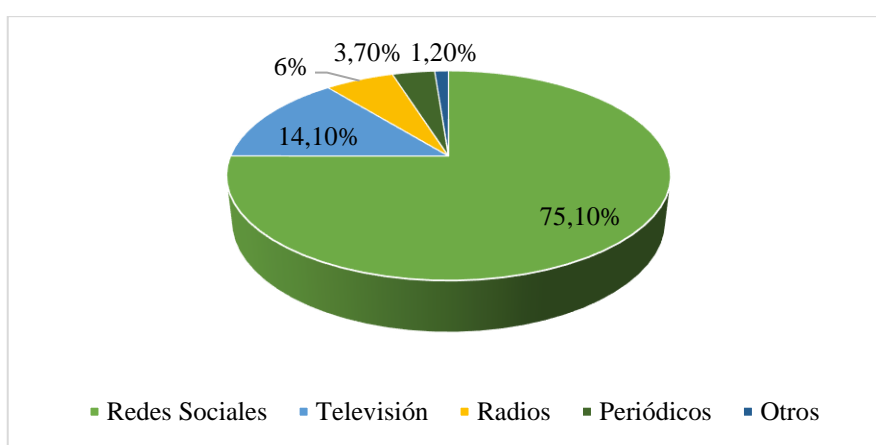


Gráfico 11-3. Medios de Comunicación

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las opciones de medios de comunicación presentadas en la encuesta, el 75.10% prefirió las redes sociales, el 14.10% la televisión, el 6% señaló que Radio, el 3.70% menciona que el periódico y el 1.20% menciona que otros.

Estos resultados evidencian, que la a la población de Riobamba, le gustaría conocer sobre los productos ofertados, mediante la publicidad en Redes Sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros, con esto se tendría buenos resultados mediante el marketing digital.

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto? Ropa Deportiva

Tabla 12-3: Capacidad de compra por la Ropa Deportiva.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$8-\$10 | 117 | 31.1% |
| \$10-\$12 | 231 | 61.4% |
| \$12-14 | 28 | 7.4% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

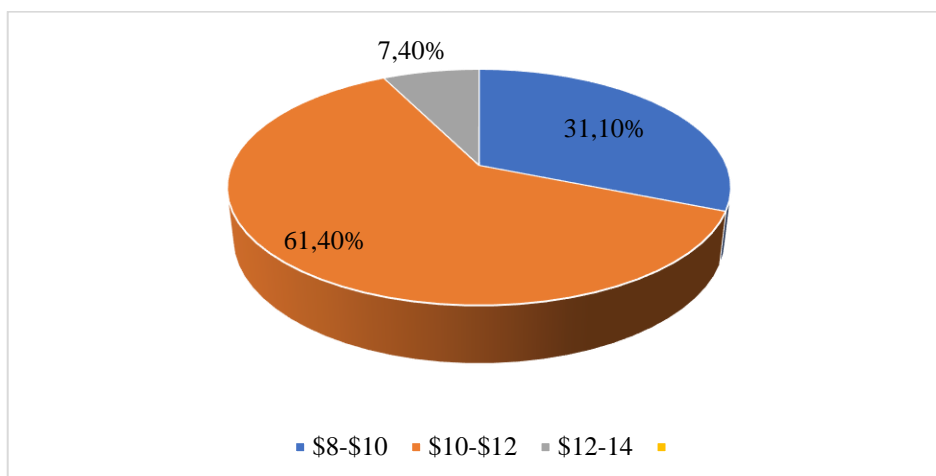


Gráfico 12-3: Capacidad de compra por la Ropa Deportiva.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba, el 61.40% señaló que su valor a pagar por la ropa deportiva sería entre \$10 y \$12 dólares, el 31.10% señaló que están dispuestos a pagar en el rango de \$8 y \$10 dólares, y 7.40% entre el rango de \$12 y \$14 dólares.

Estos resultados evidencian, que existe una gran aceptación por parte de la población Riobambeña, para la adquisición de las prendas de vestir, lo que revela un panorama optimista en cuanto a las ventas de la Unidad de Producción.

13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto? Ropa de Trabajo

Tabla 13-3: Capacidad de compra por la Ropa de Trabajo.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$14-\$18 | 199 | 53.1% |
| \$18-\$22 | 162 | 43.2% |
| \$22-26 | 14 | 3.7% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

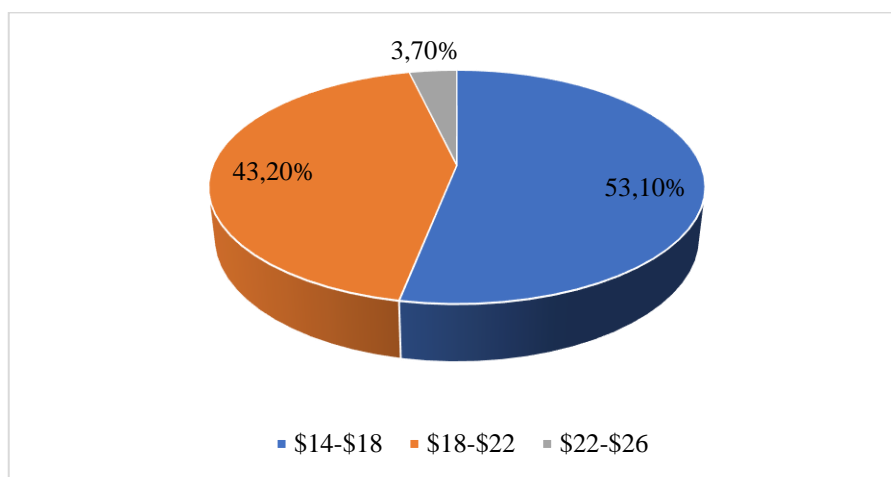


Gráfico 13-3: Capacidad de compra por ropa de trabajo

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba, el 53.10% señaló que el valor a pagar por la fabricación de la ropa de trabajo sería de \$14 y \$ 18 dólares americanos, el 43.20% señaló, que su valor referencial estaría en el rango de \$18 y \$22 dólares, y 3.70% entre el rango de \$22 y \$26 dólares.

Estos resultados evidencian, que existe una gran aceptación por parte de la población Riobambeña, para la adquisición de prendas de vestir como la ropa de trabajo, ya que es de vital importancia ante cualquier oficio mantenerse protegido ante cualquier suceso, con esto resguardando la vida de cada trabajador ante cualquier accidente.

**14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto?
Uniformes Corporativos**

Tabla 14-3: Capacidad de compra por la Uniformes Corporativos.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$15-\$20 | 195 | 52% |
| \$20-\$25 | 163 | 43.5% |
| \$25-\$30 | 17 | 4.5% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

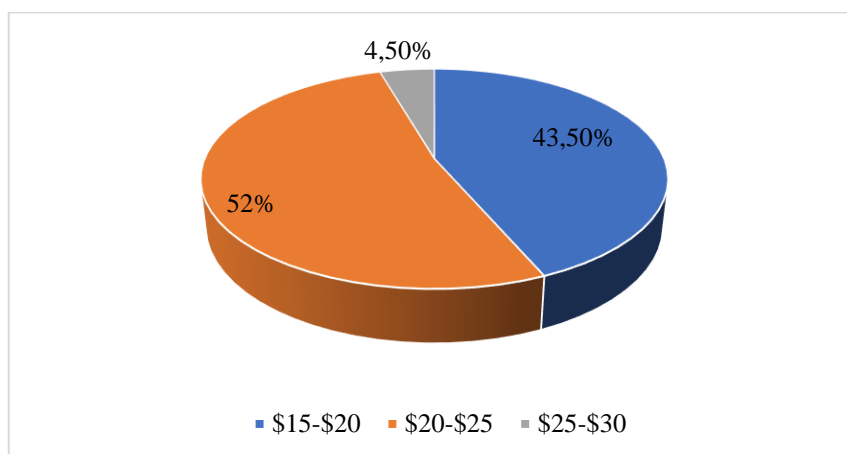


Gráfico 14-3: Capacidad de compra por uniformes corporativos

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba, el 52% señaló que su valor a pagar por los uniformes deportivos, estaría en el rango de \$15 y \$ 20 dólares, el 43.5% señaló que están dispuestos a pagar en el rango de \$20 y \$25 dólares, y el 4.50% señaló que de \$25 y \$30 dólares.

Estos resultados evidencian, que existe una gran aceptación por parte de la población Riobambeña, para la adquisición de las prendas de vestir, lo que revela un panorama optimista en cuanto a las ventas que representara la Unidad de Producción.

15. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto? Otros

Tabla 15-3: Capacidad de compra por adquisición de productos. Otros

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| \$5-\$7 | 200 | 53.3% |
| \$7-\$9 | 139 | 37.1% |
| \$9-11 | 36 | 9.6% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

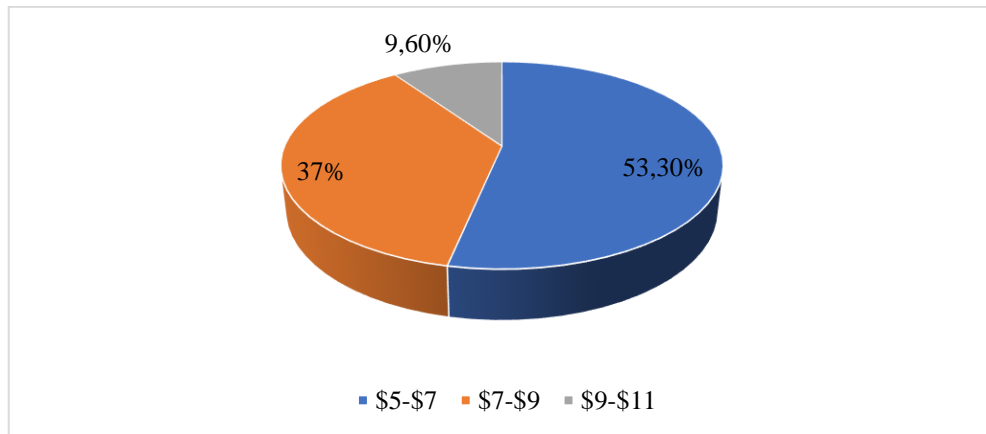


Gráfico 15-3: Capacidad de compra por la adquisición de productos. Otros

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico, según la encuesta aplicada en la ciudad de Riobamba, el 53% señaló que su valor a pagar por los uniformes deportivos sería entre el rango de \$5 y \$ 7 dólares, el 37.1% señaló que están dispuestos a pagar en el rango de \$7 y \$9 dólares, y 9.6% entre el rango de \$9 y \$11 dólares.

Estos resultados evidencian, que existe una gran aceptación por parte de la población Riobambeña, para la adquisición de las prendas de vestir, lo que revela un panorama optimista en cuanto a las ventas de la Unidad de Producción.

16. ¿Con que frecuencia Ud. adquiere distintamente productos de vestir cómo?

Tabla 16-3: Tasa de uso

| DETALLE | Al mes | Trimestre | Anual |
|------------------------|--------|-----------|-------|
| Ropa Deportiva | 300 | 50 | 30 |
| Ropa de Trabajo | 40 | 250 | 90 |
| Uniformes Corporativos | 20 | 310 | 50 |
| Otros | 200 | 130 | 50 |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H.2021

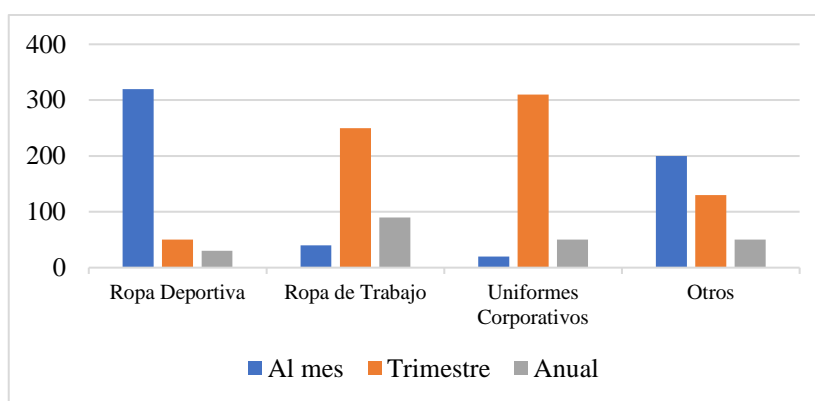


Gráfico 16-3: Tasa de uso

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta elaborada se evidenció, que la Ropa Deportiva cada mes tiene una acogida aceptable por parte de la población a comparación de los otros productos representados, en lo que la Ropa de Trabajo observamos según el gráfico que la población prefiere adquirirlo trimestralmente, los Uniformes Corporativos la gente menciona que prefiere adquirirlos indistintamente cada Trimestre, y lo que representa a Otros productos, mencionaron que los adquieren trimestralmente según la variación de cada prenda de vestir.

Mediante la encuesta realizada, nos indican que la población riobambeña, le interesa la adquisición de los productos elaborados por la Unidad de Producción, lo que representa para el Centro Artesanal, una satisfacción para la fabricación diaria de cada una de las prendas que demanden nuestros clientes a nivel de la ciudad y provincia de Chimborazo.

17. ¿Ud. Estaría dispuesto a comprar los productos elaborados en la Unidad de Producción, con material ecológico con el fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente?

Tabla 17-3: Decisión de adquisición de producto

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| Si | 284 | 74.9% |
| No | 13 | 3.4% |
| Tal vez | 82 | 21.6% |

Fuente: Encuesta aplicada en la PEA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H.2021

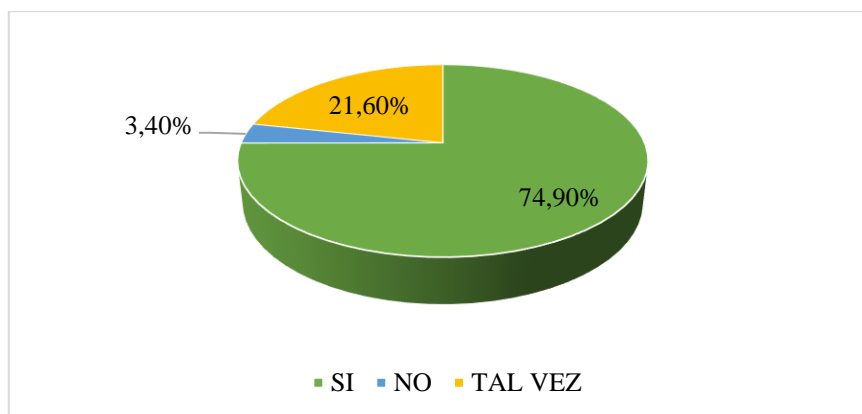


Gráfico 17-3: Decisión de adquisición de producto

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 74.90% del total de encuestados de la población Riobambeña, mencionan que están dispuestas a adquirir los productos con material ecológico que se fabriquen en la Unidad de Producción con el fin de contribuir con el cuidado del ecosistema, mientras que el 21.60% mencionan que posiblemente podrían adquirir los productos, y tan solo el 3.40% no están interesados.

Según resultado final se evidencio que los primeros beneficiarios serian la población en general, ya que si observamos hoy en día por mala utilización de los materiales y materia prima no adecuada, ha ocasionado la destrucción del medio ambiente, es por eso que con este proyecto social se desea contribuir con el cuidado, utilizando materia prima amigable con el medio ambiente, como por ejemplo el algodón de poliéster, de la misma forma reemplazar las fundas plásticas con fundas hechas en tela con sello y representación de la Unidad.

3.1.2. Encuesta dirigida a los estudiantes del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba.

1. ¿Le gustaría que se creara una UNIDAD DE PRODUCCIÓN de corte y confección en las instalaciones del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba?

Tabla 18-3: Aceptación por parte del alumnado para la creación de esta Unidad de Producción.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| Si | 74 | 98.7% |
| No | 1 | 1.3% |
| TOTAL | 75 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba.

Elaborado por: Vásconez, H. 2021

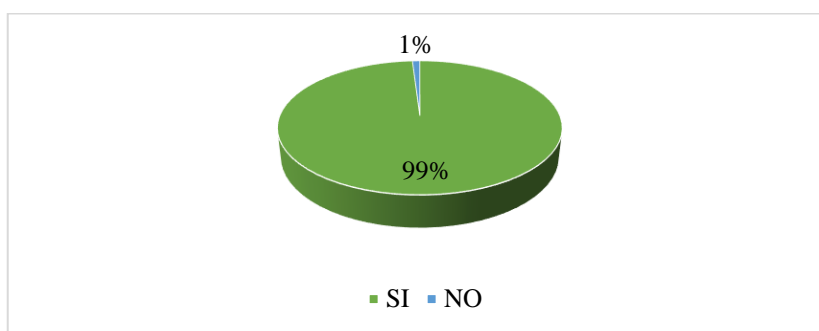


Gráfico 18-3: Aceptación por parte del alumnado

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados obtenidos por los estudiantes del Centro Artesanal, se pudo observar que un 99% del total de encuestados, en su totalidad estarían de acuerdo con la creación de una Unidad de Producción en las instalaciones del Centro de formación Artesanal Municipal Riobamba, mientras que tan solo el 1% menciona que no lo desean.

Con estos resultados podemos determinar, la gran importancia de este proyecto público en beneficio, para los estudiantes que se forman y titulan como artesanos calificados, contar con una Unidad de Producción, donde los estudiantes aparte de cumplir una malla curricular, puedan fabricar sus propias de vestir y de esta manera ayudarse de una manera lucrativa en sus ingresos diarios, ya que la mayoría de estos estudiantes son personas vulnerables, desde otro punto de vista, este proyecto publico viene hacer el primero a nivel de la ciudad, lo que es una puerta para nuevos emprendimientos.

2. ¿Usted conoce una unidad de producción pública dedicada a producción y comercialización en corte, confección y bordado, ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

Tabla 19-3: Información sobre la existencia de Unidades de Producción similares en la Ciudad.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 12 | 16% |
| No | 63 | 84% |
| Total | 75 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H. 2021

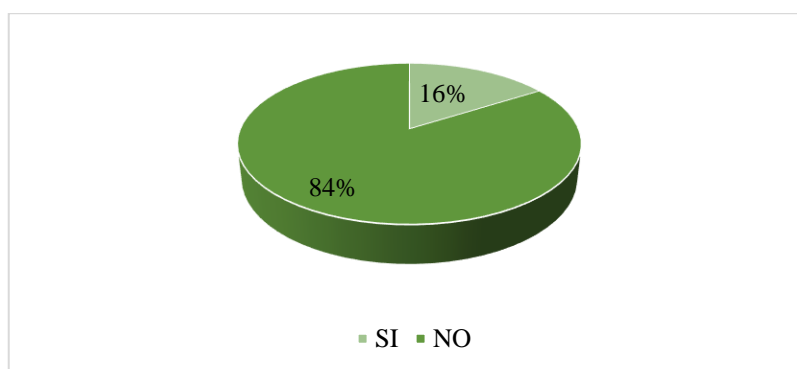


Gráfico 19-3. Información relativa

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 84% del total de estudiantes del CFA, han respondido que no conocen otra Unidad de Producción en la Ciudad y provincia de Chimborazo, mientras que el 16% de encuestados si tienen una idea de alguna existencia de alguna Unidad de Producción similar.

Lo que evidencia estos resultados, que el gran porcentaje de estudiantes desconoce la existencia de una Unidad de Producción, donde es necesario e indispensable la creación de este proyecto público, según estudios previos este proyecto público, viene hacer el primero a nivel de la provincia de Chimborazo.

3. ¿Qué tipo de prendas le gustaría confeccionar? Señale

Tabla 20-3: Tipos de prendas a confeccionar

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|------------------------|------------|---------------------|
| Uniformes Corporativos | 15 | 20% |
| Ropa Deportiva | 40 | 53.33% |
| Ropa de Trabajo | 12 | 16% |
| Otros | 8 | 10.67% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

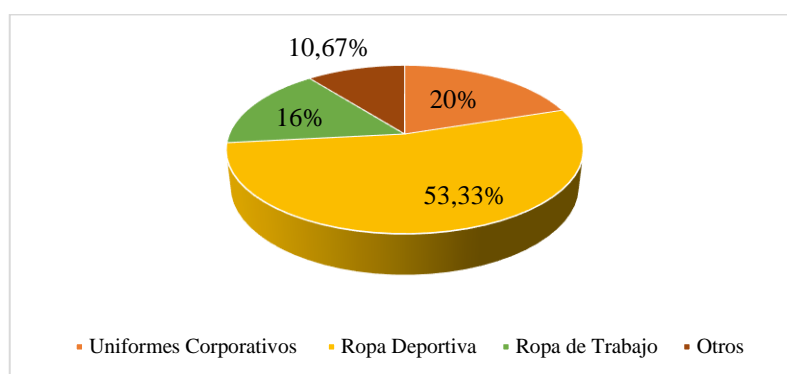


Gráfico 20-3: Tipos de prendas a confeccionar

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 53.33% de los encuestados en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, contestó que prefieren fabricar Ropa de Deportiva, en los talleres de la Unidad de Producción, el 20% señaló que prefieren producir Uniformes Corporativos, el 16% prefieren producir Ropa de Trabajo y el 18.4% menciona que Otros.

Como evidencian estos resultados, los estudiantes del CFA prefieren producir en la Unidad de Producción, Ropa Deportiva en lo cual será el producto estrella, para la distribución en las diferentes empresas tanto privadas como públicas dentro y fuera de la ciudad de Riobamba, y se deberá tomar como relevancia que se debería hacer con la mejor calidad en materia prima, con los mejores diseños, siempre innovándonos y así marcando la diferencia en el mercado teniendo como meta ser altamente competitivos.

4. ¿Si no se encuentra en la lista anterior su respuesta, que productos le gustaría que se produzcan?

Tabla 21-3: Productos a petición del alumnado

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------------|------------|---------------------|
| Vestidos | 22 | 29.33% |
| Abrigos | 15 | 20% |
| Pantalón Jeans | 18 | 24% |
| Lencería de mujer | 15 | 20% |
| Trajes Formales | 5 | 6.67% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H. 2021

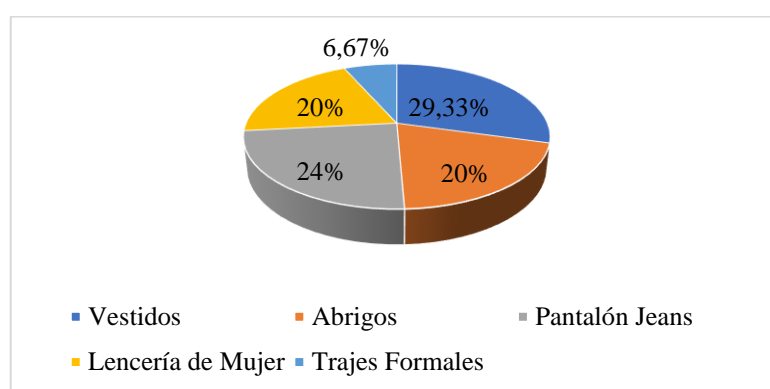


Gráfico 21-3: Productos a petición del alumnado
Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los resultados obtenidos según las encuestas realizadas por los estudiantes el 29.33% mencionan que prefieren fabricar Abrigos, el 24% mencionan que les gustaría fabricar Pantalones Jeans, el 6.67% mencionan que les gustaría fabricar Trajes formales, el 20% de los encuestados les gustaría producir abrigos, mientras que el 20% como preferencia lencería de mujer.

Lo que nos da como resultados que los estudiantes quisieran fabricar Abrigos y Pantalones Jeans que lo tomamos como productos estrellas, en lo cual bajo la tutela y dirección de las docentes del Centro se impartirá todo el conocimiento en lo que representa la producción de estos productos en los talleres artesanales teniendo como resultados lo mejor en productos terminados.

5. ¿Le gustaría confeccionar prendas de vestir a gran escala o personalizadas?

Tabla 22-3: Información en cantidades de las prendas de vestir

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|------------|---------------------|
| Gran Escala | 58 | 77.33% |
| Personalizadas | 17 | 22.67% |
| TOTAL | 75 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H. 2021

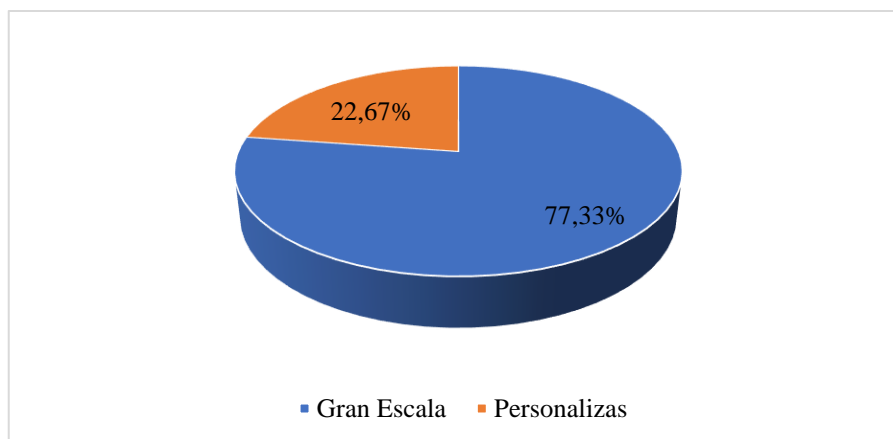


Gráfico 22-3: Información en cantidades de las prendas de vestir

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según resultados obtenidos se evidencia, que el 77.33% que prefieren confeccionar las prendas de vestir en gran escala, y el 22.67% menciona que prefieren fabricar las prendas de vestir bajo pedidos personalizados.

Lo que representa según estos resultados, que los estudiantes en su mayoría prefieren que se lo realice en cantidades grandes (decenas y docenas), y ser entregadas mediante pacas, según cada producto que lo requiera el cliente.

6. ¿Qué precio estaría dispuesto a proponer al público en general por sus productos? Ropa de Trabajo

Tabla 23-3: Capacidad de venta por la Ropa de Trabajo.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$14-\$18 | 54 | 73% |
| \$18-\$22 | 18 | 21.6% |
| \$22-26 | 4 | 5.4% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

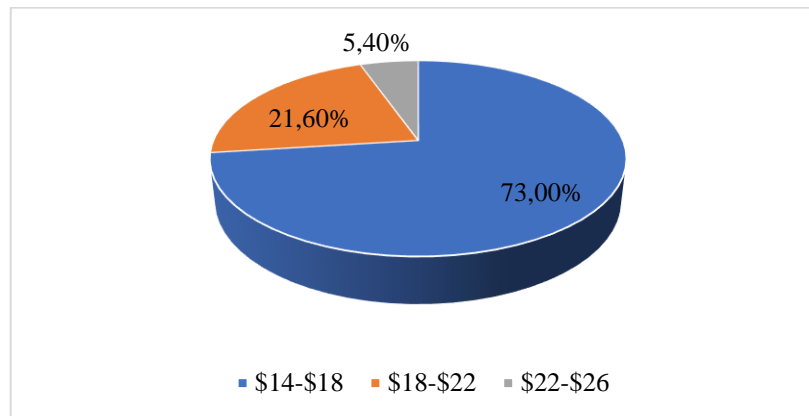


Gráfico 23-3: Capacidad de venta por la Ropa de Trabajo.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada a los estudiantes del CFA, el 73% señaló que el valor por la venta de ropa de trabajo sería en el rango de \$14 y \$ 18 dólares, el 21.60% señaló se propondría un valor en el rango de \$18 y \$22 dólares, y 5.40% entre el rango de \$22 y \$26 dólares.

Estos resultados evidencian, que existe una gran aceptación por parte del público en general por la adquisición de la ropa de trabajo, lo que representa cuan gran es la importancia tener un buen producto de calidad para cualquier trabajo que se necesite protección y seguridad a los trabajadores, lo que revela un panorama optimista en cuanto a las ventas de la nueva Unidad de Producción.

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a proponer al público en general por sus productos? Ropa Deportiva

Tabla 24-3: Capacidad de venta por la Ropa Deportiva.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$8-\$10 | 33 | 44.6% |
| \$10-\$12 | 33 | 44.6% |
| \$12-14 | 8 | 10.8% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba

Elaborado por: Vásconez, H. 2021

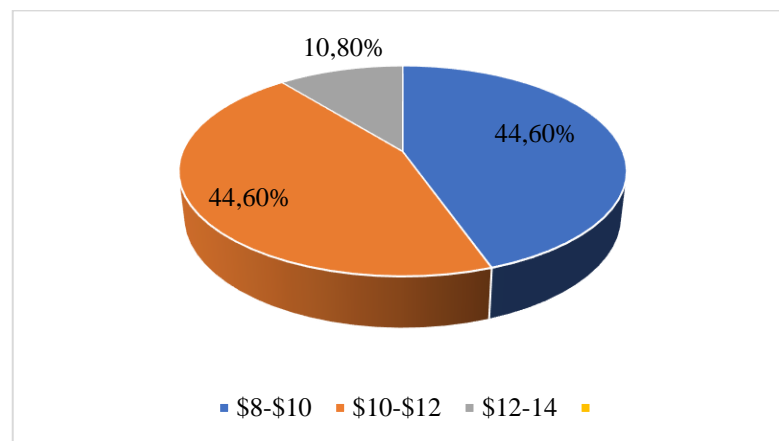


Gráfico 24-3 Capacidad de compra por la Ropa Deportiva.

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 44.6% señaló que su valor a proponer por la venta por la ropa deportiva sería entre \$10 y \$12 dólares, el 44.6% señaló que están dispuestos a señalar el mismo valor cuantitativo de \$8 y \$10 dólares, y 10.8% entre el rango de \$12 y \$14 dólares.

Según estos resultados se evidencian, que los estudiantes están dispuestos a proponer una cantidad cuantitativa en el rango de 10 y 12 dólares, y 8 y 10 dólares por la venta de la ropa deportiva que ellos mismo sean los partícipes en la fabricación para la comercialización a las diferentes empresas tanto privadas como públicas dentro y fuera de la Ciudad Riobamba.

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a proponer al público en general por sus productos? Uniformes Corporativos

Tabla 25-3: Capacidad de compra por la Uniformes Corporativos.

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-----------|------------|---------------------|
| \$15-\$20 | 54 | 73% |
| \$20-\$25 | 13 | 17.6% |
| \$25-30 | 7 | 9.5% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba

Realizado por: Vásconez, H. 2021

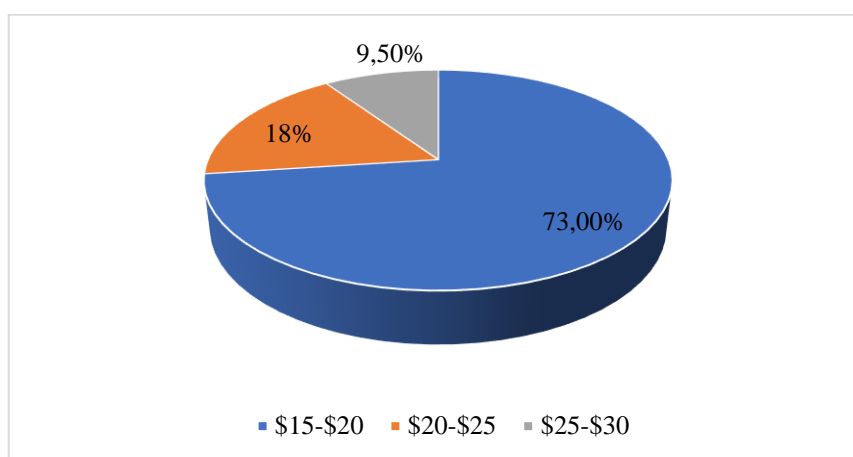


Gráfico 25-3 Capacidad de compra por uniformes corporativos

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada a los estudiantes del CFA, el 73% señaló que su valor a proponer por la venta de los uniformes corporativos sería entre el rango de \$15 y \$20 dólares, el 17.6% señaló que están dispuestos a vender el producto en el rango de \$20 y \$25 dólares, y 9.50% entre el rango de \$25 y \$30 dólares.

Según los resultados se observa que el gran porcentaje del alumnado propone al público en general la venta de los uniformes corporativos entre 15 a 20 dólares que viene siendo un precio accesible y cómodo tanto para los consumidores y los fabricantes, en lo que representa que los uniformes corporativos serían distribuidos a gran escala a las distintas instituciones tanto públicas como privadas de la ciudad y provincia de Chimborazo.

9. ¿Qué precio estaría dispuesto a proponer al público en general por sus productos? Otros

Tabla 26-3: Capacidad de compra por adquisición de productos. Otros

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|---------|------------|---------------------|
| \$5-\$7 | 43 | 58.1% |
| \$7-\$9 | 12 | 16.2% |
| \$9-11 | 19 | 25.7% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H. 2021

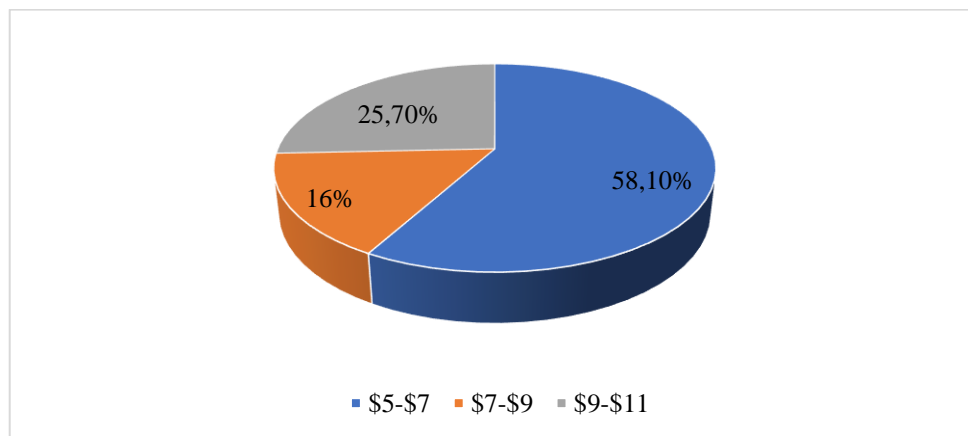


Gráfico 26-3: Capacidad de compra por la adquisición de productos. Otros

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 58.1% señaló que su valor a proponer por la venta de los productos(otros), sería entre el rango de \$5 y \$ 7 dólares, el 16.2% señaló que están dispuestos a proponer al público en el rango de \$7 y \$9 dólares, y 25.7% entre el rango de \$9 y \$11 dólares.

Según los resultados se evidencian, que existe una gran aceptación por parte del público riobambeño por los productos (otros) lo que embarca a la lista que no se encuentra señalado como productos bases en la unidad de producción como ejemplo lencería, blusas entre otros por parte de los consumidores, señalando un precio de 5 y 7 dólares, lo que revela un panorama optimista en cuanto a las ventas de la nueva Unidad de Producción.

10. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se haga la publicidad y comercialización de las prendas de vestir?

Tabla 27-3: Medios de Comunicación

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|------------|---------------------|
| Revistas | 15 | 13.4% |
| Televisión | 12 | 10.7% |
| Radio | 10 | 8.9% |
| Periódicos | 8 | 7.1% |
| Redes Sociales | 67 | 59.8% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba.

Realizado por: Vásconez, H.2021

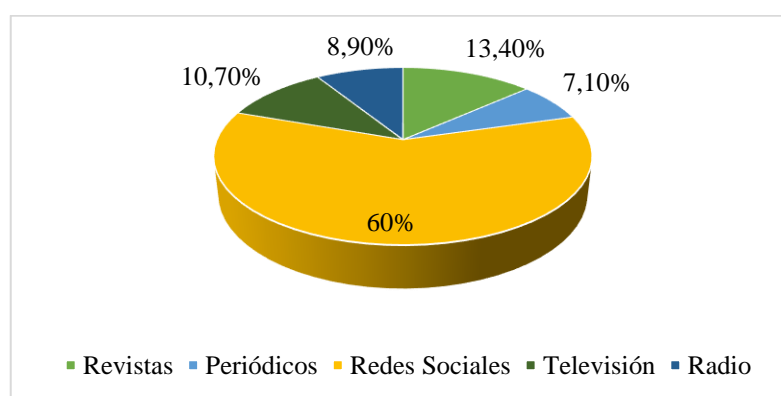


Gráfico 27-3: Medios de Comunicación

Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las opciones de medios de comunicación presentadas al alumnado del CFA, el 60% prefirió las redes sociales, el 13.4% las revistas, el 7.1% señaló que Periódicos, el 10.7% menciono que la televisión y el 8.9% menciono que el radio.

Estos resultados señalaron que los alumnos les gustaría hacer conocer los productos ofertados por la Unidad de Producción, mediante las Redes Sociales, ya que hoy por hoy todo se basa a un mercadeo virtual, con esto se presiente una forma más llamativa de atraer al público, de una forma más estratégica y llamativa con esto se tendría buenos resultados para atraer a una cadena consumidores potenciales.

11. ¿Le gustaría que en la Unidad de Producción se confeccionen prendas de vestir o productos con materia prima amigable con el medio ambiente?

Tabla 28-3: Decisión de Adquisición de productos

| DETALLE | FRECUENCIA | FRECUENCIA RELATIVA |
|--------------|------------|---------------------|
| Si | 75 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| TOTAL | 75 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada en el CFA de Riobamba
Realizado por: Vásconez, H.2021

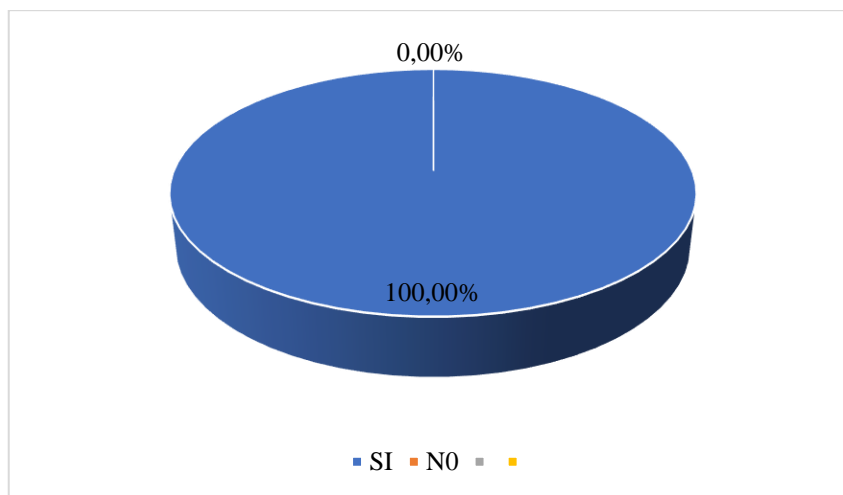


Gráfico 28-3: Decisión de Adquisición de Productos.
Realizado por: Vásconez, H. 2020

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como se pudo observar en el gráfico según la encuesta aplicada a los estudiantes del CFA, el 100% respondió que se encuentran interesados que la Unidad de Producción realice toda clase de prendas amigables con el medio ambiente, según la encuesta tenemos el 0% demostrando que ninguna persona está en contra de que se creen dichos productos.

Con estos resultados se evidencian, cuán importante es hoy en día los productos ecológicos, reemplazando a los productos que se realicen a base a una transformación industrial, y esto ocasiona la destrucción del medio ambiente, con estos productos como por ejemplo las bolsitas ecológicas queremos reemplazar las fundas tradicionales de plástico, teniendo en mente igual manera otros productos que se producirían en la Unidad de Producción.

3.2. Discusión de Resultados

En la investigación presente se desarrolló la siguiente idea a defender:

El Proyecto de Factibilidad permitirá la creación de la Unidad de Producción en el Centro de Formación Artesanal del GAD Municipal de la ciudad Riobamba.

La investigación de campo elaborado en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, ayudo a defender y a sostener la idea que se ha planteado con anterioridad.

Se comprobó que, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, no existe antecedentes de haberse realizado un proyecto de factibilidad para la creación de una Unidad de Producción, por lo cual viene a ser el primer proyecto público a nivel de la ciudadanía de Chimborazo, además no existen ejemplos promedios de centro de formación artesanales que sean gratuitos, ya que la mayoría existentes son privados no al alcance todas las personas que desean obtener un título como artesanos calificados.

Como resultado a la pregunta número 3, el 54% de la población encuestada menciona que no conoce sobre las actividades que brinda el centro artesanal, mientras que el 45% menciona que sí, lo que nos dirige a que se debe presentar una nueva estrategia de publicidad y promoción, de esta manera más personas se sumarian a este tipo de formaciones que brinda el centro.

Como consecuencia a la pregunta número 4, el 95% de la población contesto que, si están interesados en la creación de esta Unidad de Producción Artesanal, pues consideran que es necesario ayudar de una manera económica a todos los estudiantes que se forman como artesanos calificados, para sus ingresos mediante los productos en corte y confección que se comercialice, mientras que el 5% menciona que no están interesados en la creación de esta Unidad lo que representa un porcentaje super bajo.

Como efecto a la pregunta número 9, el 37% menciona que le gustaría que se fabriquen en su mayoría ropa deportiva, el 29% menciona que prefieren ropa de trabajo lo cual se tomara en cuenta en su mayoría para su fabricación, el 24% menciona que es de vital importancia la producción de uniformes corporativos para las distintas empresas, mientras que el 11% menciona que les gustaría que se fabriquen ropa indistinta como, lencería, ropa jeans, abrigos, ropa casual lo cual se tomara en cuenta para la fabricación de estas prendas en la Unidad, lo que indica que el producto más cotizado por parte de la ciudadanía es la ropa deportiva, dirigida específicamente a todas las personas ejecutoras a todo tipo de deporte, igual manera para escuelas y colegios, como para gimnasios entre otros.

En la encuesta realizada a los estudiantes del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, los resultados evidenciaron que es vital importancia la creación de una Unidad de Producción, donde los estudiantes puedan crear sus prendas de vestir en corte y confección, de

esta manera con las ventas que se realicen por cada producto ayudarse de una manera socioeconómica, mientras cumplen la malla curricular establecida por el centro.

Como efecto a la pregunta número 1, el 98% del alumnado menciona que le gustaría que se cree la Unidad de Producción ya que mencionan que es una forma donde ellos puedan emprender y fabricar sus propias prendas de vestir y así ayudarse a sus ingresos diarios ya que la mayoría de los estudiantes son un grupo vulnerable, mientras que el 2% mencionan que no están interesados en la creación de esta nueva Unidad en la ciudad de Riobamba.

Como consecuencia a la pregunta número 3, el 20% de los encuestados menciona que es vital importancia la fabricación de Uniformes Corporativos para distintas empresas de la ciudad, el 53% recalca que la ropa deportiva lo tomarían como producto estrella para la fabricación y comercialización, el 16% menciona que la ropa de trabajo es un producto de mucha importancia y debería ser incluido en su producción diaria, mientras que el 10% menciona otros donde se fabricaría prendas de vestir a petición del público como ropa jeans, ropa casual, vestidos entre otros.

Una vez analizado los resultados, se puede determinar la viabilidad y aceptación por parte de la ciudadanía Riobambeña, y estudiantes que se forman y titulan en el CFA, a lo cual nos dirigimos para obtener los resultados finales, para la creación de esta Unidad de Producción, la cual se realizó mediante un proyecto de factibilidad, cabe mencionar que un estudio de factibilidad calcula el riesgo que tomara el inversionista al implementar su proyecto, dicho proyecto lo plantearemos a continuación, el cual posee los elementos de juicio técnico-económico para la justificación de la aceptación o el rechazo determinante de este proyecto.

3.3. Propuesta

3.3.1. Tema

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL DEL GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

3.3.2. Identificación de la institución

Razón social: Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba

Dirección Web: www.municipioderiobamba.gob.ec

Institución: Unidad de Producción Artesanal

Dirección: Roma y Bucarest (Sector Mercado Mayorista)

Área: Proyectos de Factibilidad

Campo de acción: Proyecto de Factibilidad y Administración General

Cantón: Riobamba

Parroquia: Maldonado

3.3.3. Objetivos de la propuesta

Objetivo general de la propuesta

Elaborar el proyecto de creación de una Unidad de Producción de corte y confección en las instalaciones del Centro de Formación Artesanal de Riobamba.

Objetivos específicos de la propuesta

Desarrollar la elaboración del marco teórico que facilite la estructuración de este proyecto.

Determinar los métodos e instrumentos más oportunos para la cogida adecuada de datos.

Establecer un estudio de Factibilidad al ejecutar este Proyecto de acuerdo a su estructura: administrativo/legal, ambiental, técnico, económico/financiero.

3.3.4. Antecedentes

El “Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba” se dedica a la formación y titulación artesanal en las ramas de Belleza y Corte, confección y bordado, dirigido a personas en estado de vulnerabilidad de escasos recursos económicos del cantón Riobamba, con énfasis en mujeres cabezas de hogar que tienen ganas de emprender u obtener un título como artesanos calificados; en un rango de edad de 15-65 años para lo cual cuenta con los espacios propicios para la

formación teórico-práctica de sus estudiantes, con aulas y talleres adecuados para este fin. El programa formativo es totalmente gratuito y tiene una duración de dos (2) años lectivos, otorgando a sus beneficiarios un título refrendado por el Ministerio de Trabajo y la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Para la creación del CFA se realiza un trabajo coordinado entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba y la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Chimborazo, en el año lectivo 2018-2019, con el objetivo de satisfacer la demanda por parte de la ciudadanía de escasos recursos, que desean acceder a un programa formativo en ramas artesanales, en donde se evidencia que la mayor influencia de personas son mujeres en situación de vulnerabilidad, que por su situación no tienen los medios necesarios para acceder a una Unidad Educativa o Universidad para culminar sus estudios, brindándoles un espacio de aprendizaje de calidad, encaminada a carreras cortas en ramas como Belleza y Corte Confección teniendo muy buenos resultados.

Desde el inicio de actividades (2018), se evidencia que el alumnado muestra limitaciones importantes a nivel social, económico y educativo, que afectan su desempeño y asistencia a clases, así como también ha causado que muchos de los estudiantes hayan desertado de sus estudios por la falta de ingresos propios para culminar su especialidad en lo cual, en base a una necesidad, se vio la creación de una Unidad de producción.

3.3.5. *Contenido de la Propuesta*

La creación de una Unidad de Producción en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba surge de la necesidad del centro y alumnado de tener un taller en el cual se combine la formación práctica en las ramas artesanales, a la vez que se permita la recepción de pedidos del mercado, para que de esta manera, los estudiantes puedan crear prendas de vestir y comercializarlas mediante esto solventar de una manera socioeconómico las entradas de cada alumno cabe mencionar que la gran mayoría son personas vulnerables de esta manera poder incentivarles a la vez a la producción y fabricación de estos productos textiles, mientras se preparan y forman como artesanos calificados, cada producto pasara por un proceso de fabricación desde la obtención de la materia prima al producto terminado, teniendo como resultados prendas totalmente de calidad que serán entregadas a las distintas entidades que lo requieran dentro y fuera de la ciudad Riobambeña.

Por otro lado, cada una de las prendas de vestir fabricada en la Unidad de Producción deberá regirse específicamente a cantidades en gran escala, y estimados a cuatro tipos pedidos como lo que es Ropa de Trabajo, Ropa Deportiva, Uniformes Corporativos y Otros, cada uno de estas prendas realizadas tienen ya un precio establecido directamente por el centro, a través de un

precio referenciado de la zona, donde las ganancias se verán reflejadas para los estudiantes por sus prendas elaboradas.

Para el estudio de la propuesta aplicamos los cuatro aspectos fundamentales como podemos observar en la siguiente figura:

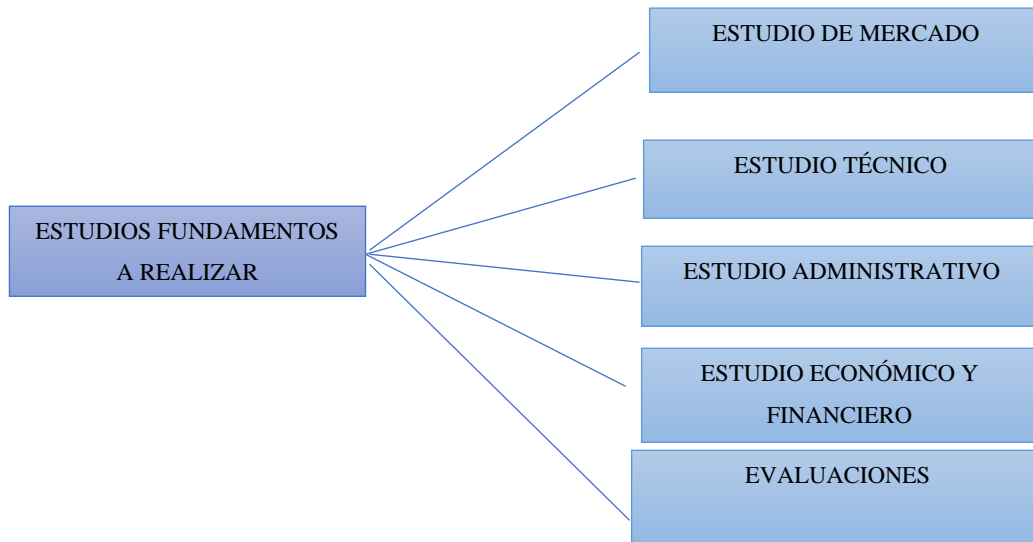


Gráfico 29-3. Estudios a aplicar
Realizado por: Vásquez, H. 2020

3.3.5.1. *Unidad de Producción*

El Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba se encuentra dividido en talleres de producción según las especialidades que ofrece el centro como Belleza y Corte y Confección.

La Unidad de Producción se encuentra destinado para la rama de corte y confección contando con un espacio propicio donde se desenvuelven de una manera más técnica y profesional todo el alumno que se forma como artesanos, son los encargados de producir las prendas según la demanda del consumidor.

3.3.5.2. *Estructura de la Unidad de Producción*

Cada uno de los talleres está formado por:

- **Docentes especialistas en rama**

El docente responsable debe ser un artesano calificado, en el cual es el encargado de supervisar y dirigir las líneas de producción conjuntamente con el director del centro, para realizar las gestiones necesarias para mejorar la productividad y rentabilidad de los diferentes talleres del CFA, con el fin de aportar con el financiamiento y nivel socioeconómico de los alumnos que es el primer objetivo.

- **Estudiantes**

Los estudiantes gestores de las líneas de producción vienen entre un rango de edad de 15 a 65 años, formándose en la rama de corte, confección y bordado, en lo cual ellos mientras se preparan como artesanos calificados cumpliendo un ciclo académico, realizan sus prácticas artesanales en la Unidad de producción, teniendo como resultados sus primeras prendas de vestir, lo que les serviría según sus ventas para sus ingresos diarios y de esta forma poder solventar algunas de sus necesidades económicas.

3.3.5.3. *Principales Productos de la Unidad de Producción*

Los principales productos que se fabricarían en la Unidad de Producción según la demanda de la ciudad de Riobamba y estudiantes del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba según a la aplicación de una encuesta se obtuvo que sus preferencias son:

- Ropa Deportiva
- Ropa de Trabajo
- Uniformes Corporativos
- Lencería
- Pantalones Jeans

Otros:

- Licras
- Abrigos
- Trajes Formales

3.3.6. *Estudio de Mercado*

Generalidades

La creación de una Unidad de Producción en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, se ha visto en la necesidad de la fabricación de sus propios productos textiles y de calidad, diseñados por los mismos estudiantes del centro que se preparan y titulan en cada ciclo académico.

En la ciudad de Riobamba, no existen centros artesanales, que sean públicos si no solo privados como por ejemplo el EFREN” S por ende, este proyecto publico viene a ser el primero al nivel provincial en crear una Unidad de Producción en sus propias instalaciones, y por esta razón, es una opción viable para desarrollo personal y para mejorar el nivel socio económico de cada alumno que se forma como artesano del centro artesanal.



Por medios de estudios e investigaciones enfocados en el marco teórico, se tiene una idea más direccionada sobre el valor económico y cultural de talleres artesanales, que apuntan como unos de los proyectos más viables para impulsar la economía y rentabilidad del GAD Municipal de Riobamba y rescatando el valor histórico de lo que se ha venido perdiendo a lo largo del tiempo, en las ramas artesanales.

Los procesos que se llevaron a cabo para la fabricación de cada producto son varios e innovadores, así como la calidad de la materia prima que se tomara en cuenta su elaboración hasta su entrega final.

Los antecedentes históricos y la economía es un pilar muy importante para la ejecución de cada proyecto, sin dejar de lado la parte teórica que le da realce a cada proyecto.

3.3.6.1. *Producto*

Tabla 29-3: Productos Principales de la Unidad

| PRENDA | DETALLE |
|------------------------------|--|
| <p>ROPA DEPORTIVA</p> | <p>Son prendas diseñadas específicamente para poder desempeñar cualquier tipo de deporte, con la mejor calidad en materia prima, apto y adaptable para cualquier tipo de contextura del cuerpo, específicamente una prenda totalmente cómoda y ligera que le permita realizar rigurosos movimientos, la Ropa Deportiva fabricada vendrán de acuerdo a la demanda de nuestros consumidores según sus necesidades ya sea talla, color, materia prima, tipo de deporte a ejercer, ambiente, necesidades personales etc. Estos productos deportivos se distribuirán a distintas Unidades de Educación tanto públicas como privadas, utilizadas en inauguraciones de juegos deportivos, a la vez como indumentarias para gimnasios, etc. De esta manera teniendo convenios con distintas Instituciones que confíen en nuestro trabajo, por nuestra calidad y precios totalmente convenientes.</p> <p>USO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apto para personas que asisten al Gimnasio. • En caso especiales de prendas para personas con algunas deficiencias físicas. • En caso de Inauguraciones Deportivos. • Uniformes Deportivos para Instituciones de la ciudad y fuera del perímetro urbano. • Para personas de Tercera edad. • Ideal para competencias deportivas. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> |

ROPA DE TRABAJO

Conocemos como ropa de trabajo a toda prenda que utiliza el trabajador para sentirse seguro al momento de desempeñar una función o ejercerla, evitando accidentes y reduciendo el mínimo riesgo. Es por ello que en la Unidad de Producción hemos velado por la seguridad del trabajador fabricando prendas totalmente garantizadas con la mejor calidad en materia prima aptas el desarrollo de sus actividades, evitando el pronto desgaste y perdurando la durabilidad. Estos productos textiles se venderán a personas que tengan contacto directo con máquinas y herramientas, como personas que trabajen en Organizaciones públicas y privadas, como la Cemento Chimborazo, La Cerámica, Coca Cola, etc. que requieran estar protegidas, además para personas de distinto índole que dispongan de un trabajo, donde se requiera una indumentaria segura para el desarrollo de su jornada como un mecánico, carpintero, técnico, obrero etc.

USO

- Ideal para empresas importantes de la ciudad como: La Cerámica, Cemento Chimborazo, Coca cola etc.
- Para personas que tengan oficios que requieran protección laboral como: mecánica, carpintería, electricista, plomero, soldador, obrero etc.
- Ideal para personas que tengan emprendimientos o microempresas que requieran protección laboral.

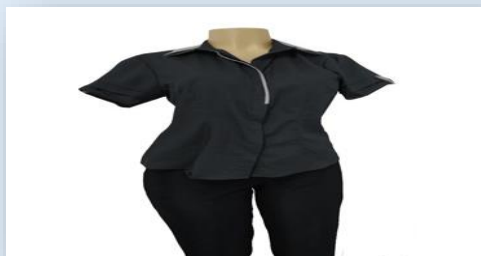


UNIFORMES CORPORATIVOS

Cuando se habla de uniformes corporativos hacemos referencia a toda indumentaria personalizada para oficina, negocio-casuals, empresas privadas o públicas o ropa formal, en lo cual es lo más demandado por los empleados en la actualidad. En lo cual se busca ofrecerles a nuestros clientes lo mejor en la vanguardia de uniformes deportivos siempre manteniéndonos al tanto de la moda en la actualidad, innovándonos, aplicando Benchmarking para siempre ofrecerles lo mejor de lo mejor con la mejor calidad y mejores precios del mercado. Estas prendas de vestir se comercializarán a distintas personas que se desarrollan en una organización, desde un gerente a un guardia de seguridad, que requiera la marca distintiva de la empresa.

USO

- Uso ideal para empresas que desean distinguirse de las demás Instituciones, por su diseño y calidad.
- Empresas de Seguros
- Empresas de Capacitaciones
- Escuelas de Conducción
- Mayoristas
- Inmobiliarias



OTROS

Entendemos como “Otros” a tipos de prendas que se encuentra fuera del margen principal de los productos como preferencia de la Unidad, que viene siendo gestionado por parte del alumnado del centro y de la población Riobambeña que han mencionado según la encuesta que les gustaría que se fabriquen en la Unidad de Producción productos como: Vestidos, Ropa Casual, Ropa Semiformal, Lencería, Abrigos, Pantalón Jeans. Estas prendas de vestir estarán abiertas para un público en general, que requiera algún tipo de prenda personalizada, con un algún diseño, marca personal, donde se le oferte lo mejor en materia prima, y dándole seguridad para la confección de sus prendas, a un precio super bajo del mercado.

LENCERÍA

USO

- publico general según peticiones

BLUSAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Vásconez, H.2021

Tallas de conjuntos (Hombres y Mujeres)

Para la confección de los principales productos de vestir que se realizaran en la Unidad de Producción, se emplearan las medidas específicas de cada una de las siguientes tallas:

Tabla 30-3: Tallas y Conjuntos

| DETALLE | TALLA |
|----------------|--|
| NIÑOS | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 28 ▪ 30 ▪ 32 |
| JÓVENES | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 34 ▪ 36 ▪ 38 |
| ADULTOS | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 40 ▪ 42 ▪ 44 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021

Características del producto

Tabla 31-3: Características

| MATERIAL | CARACTERÍSTICAS | BENEFICIOS |
|----------------|--|---|
| ALGODÓN | Las prendas de vestir con material de algodón pueden dejar transpirar perfectamente, además abriga por cuanto el material es más tupido y grueso, la resistencia es normal, además al momento de lavar ciertos tipos de prendas como uniformes será utilizará un 20 a 50% de poliéster de algodón así ganaremos resistencia. | <ul style="list-style-type: none"> • Es muy resistente al momento de lavar. • Permite que la piel respire libremente y el sudor que se seque con facilidad • Retiene Olores • No se adhiere a tu piel. |
| LANA | La fabricación de las prendas en este material permitirá transpirar correctamente, además para que sean calientes, es muy resistente gracias su material térmico ideal para climas fríos. | <ul style="list-style-type: none"> • Cumple como repelente térmico gracias a sus fibras. • Absorbente a la humedad es capaz de absorber un 30% de vapor de agua ideal para prendas deportivas. • Durabilidad |
| LINO | Características principales de este material es ideal para la fabricación de cortinas, fundas de sillón, sábanas entre otros por su durabilidad, confort, vistoso, se arruga de una manera manipulable, además reduce la humedad en la piel, dan frescura, al momento de lavar son muy resistentes al agua. | <ul style="list-style-type: none"> • Transpirable • Absorbente • Fresco • Hipoalergénico • Resistente al agua • Cuida a la vez tu salud su material estándar. • Sintético |
| SEDA | En este tipo de material se tendrá una transpiración perfecta, son muy confortables, seguros, ofrecen calor a tu piel por su material, y máxima durabilidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Absorción a la humedad • Permeabilidad • Durabilidad • Seguridad |
| DEMING | Las prendas de vestir ofrecerán una buena calidad, durabilidad, estilos clásicos, es una tela muy duradera y resistente a las arrugas, excelentes acabados en sus diseños. | <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecemos una alta combinaciones de estilo en lo cual es idea para tu personalidad. • Es totalmente duradero a varias temporadas. • Son de fácil adopción • Son de material estandarizado regidos a normas de calidad. |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021

Determinación de la tasa de crecimiento

Para la proyección de la demanda y de la oferta se tomó en consideración la tasa de crecimiento poblacional que de acuerdo a INEC es del 1.03%.

Tabla 32-3: Crecimiento Poblacional

| AÑOS | POBLACIÓN DEL CANTON RIOBAMBA | TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL |
|------|-------------------------------|---------------------------------|
| 2010 | 234,170 | |
| 2011 | 237,406 | 1.38% |
| 2012 | 240,612 | 1.35% |
| 2013 | 243,760 | 1.31% |
| 2014 | 246,861 | 1.27% |
| 2015 | 249,891 | 1.23% |
| 2016 | 252,865 | 1.19% |
| 2017 | 255,766 | 1.15% |
| 2018 | 258,597 | 1.11% |
| 2019 | 261,360 | 1.07% |
| 2020 | 264,048 | 1.03% |
| 2021 | 268,035 | 1.51% |
| 2022 | 271,086 | 1.14% |
| 2023 | 274,170 | 1.14% |
| 2024 | 277,302 | 1.14% |
| 2025 | 280,493 | 1.15% |

Fuente: Fuente de Investigación

Realizado por: Vásquez, H.2021

Posteriormente a este proceso, se procede a calcular la tasa de crecimiento poblacional partiendo de datos históricos del PEA, determinando para los próximos 5 años, utilizando la siguiente formula:

$$\begin{aligned} \text{Tasa de crecimiento poblacional 2021} &= \frac{\text{población 2021} - \text{población 2020}}{\text{población 2020}} * 100 + \\ &= \frac{268035 - 264048}{264048} * 100 \\ &= \frac{3987}{264048} * 100 \\ &= 1.51\% \end{aligned}$$

3.3.6.2. Demanda

En base a los datos obtenidos en las encuestas, mediante la pregunta 6 podemos sustentar que el 93 % le gustaría adquirir los productos en corte, confección y bordado por los estudiantes que forman parte en el centro de formación artesanal del cantón Riobamba, y la frecuencia de compra que llevan a determinar la demanda mediante la pregunta N°16. Estos fueron los resultados:

¿Con que frecuencia Ud. adquiere distintamente productos de vestir cómo?

Tabla 33-3: Tasa de uso

| DETALLE | AL MES | TRIMESTRE | ANUAL | ENCUESTAS |
|-------------------------------|------------|------------|------------|-----------|
| ROPA DEPORTIVA | 300 | 50 | 30 | 380 |
| ROPA DE TRABAJO | 40 | 250 | 90 | 380 |
| UNIFORMES CORPORATIVOS | 20 | 310 | 50 | 380 |
| OTROS | 200 | 130 | 50 | 380 |
| TOTAL | 560 | 740 | 220 | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásquez, H. 2021

DEMANDA ACTUAL REQUERIDA PARA EL AÑO 2021

Posteriormente se considera la cantidad de vestimenta que adquiere con la frecuencia de compra. Una vez dispuesto con los resultados se procede a multiplicar sus repuestas de la siguiente manera:

300 personas adquieren ropa deportiva al mes. Ante estos resultados se procede a multiplicar 300×30 , disponiendo de 9000 ropa deportivas al mes, posterior se procede a multiplicar por la frecuencia trimestral (50×90) obteniendo 4500 cada trimestre, finalmente se procede a calcular anualmente (30×365), obteniendo 10950 ropa deportiva al año. De la misma manera se procede a efectuar con las demás opciones de pregunta:

Tabla 34-3: Demanda actual

| DETALLE | AL MES (30) | TRIMESTRE (90) | ANUAL (365) | |
|-------------------------------|----------------|-------------------|----------------|-----------------|
| ROPA DEPORTIVA | 9000 | 4500 | 10950 | |
| ROPA DE TRABAJO | 1200 | 22500 | 32850 | |
| UNIFORMES CORPORATIVOS | 600 | 27900 | 18250 | |
| OTROS | 6000 | 11700 | 18250 | |
| TOTAL | 16800 | 66600 | 80300 | = 163700 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásquez, H. 2021

Proyección de la demanda

Por otra parte, para proyección de demanda se utilizó la tasa de crecimiento población de cantón Riobamba y se procede a trazar la demanda a futuro, utilizando la siguiente formula de valor futuro:

$$Vf = Va(1 + i)^n$$

Dónde:

Vf: Valor futuro

Va: Valor actual

i: Tasa de crecimiento

n: Año a estimar

Desarrollo de la demanda

$$Vf\ 2021 = 163700(1 + 0,0151)^1$$

$$Vf\ 2021 = 166172$$

Estos resultados se obtuvieron mediante la demanda actual de año 2020 que fue de 163.700, evidenciando que durante el año 2021 o el año 1 existirá una demanda de 166,172 prendas de vestir en el cantón Riobamba. A continuación, se presenta la demanda proyectada para los posteriores 5 años:

Demanda proyectada

Tabla 35-4. Proyección de la demanda

| DEMANADA PROYECTADA | |
|---------------------|--------------------------|
| AÑO | PROYECCION DE LA DEMANDA |
| 2021 | 166,172 |
| 2022 | 169,976 |
| 2023 | 175,844 |
| 2024 | 184,018 |
| 2025 | 194,853 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásconez, H. 2021

Proyección de la demanda

Para lo consiguiente, se visualiza en la siguiente gráfica:

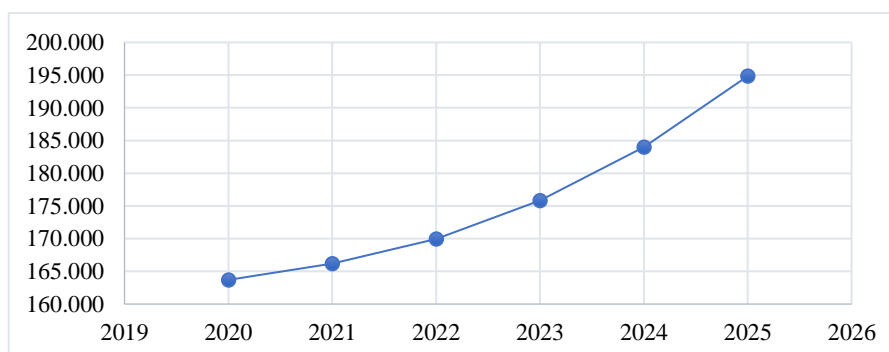


Gráfico 30-3: Proyección de la Demanda

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Hernán, V. 2021

3.3.6.3. Oferta

Empresas textiles de Riobamba

Para la determinación de la oferta se tomará en cuenta los principales establecimientos dedicados a la fabricación de ropa deportiva, ropa de trabajo, uniformes y entre otros. Considerando así para la proyección de oferta 4 importantes textiles ubicadas en la ciudad de Riobamba dedicadas a la fabricación de las mismas. Como muestra a continuación:

Tabla 36-3: Empresas textiles

| N. | FABRICAS | VENTAS | | | | DIARIAS | MENSUAL | ANUAL |
|----|----------------------------------|----------------|-----------------|------------------------|-------|------------|--------------|---------------|
| | | Ropa deportiva | Ropa de trabajo | Uniformes corporativos | Otros | | | |
| 1 | GS TEXTIL – PAWANA | 25 | 25 | 0 | 0 | 50 | 1500 | 18000 |
| 1 | CASA YOLY | 80 | 40 | 30 | 10 | 160 | 4800 | 57600 |
| 1 | KAPITEX | 0 | 0 | 0 | 100 | 100 | 3000 | 36000 |
| 1 | CONFECCIONES TEXTILES SUSY'S TEX | 50 | 30 | 5 | 15 | 100 | 3000 | 36000 |
| | TOTAL | | | | | 410 | 12300 | 147600 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásconez, H .2021

Oferta histórica

Para determinar la cuantificación de la oferta se tomó en cuenta la venta en el año por cada almacén de ropa. Como se muestra la siguiente tabla:

Tabla 37-3: Oferta histórica

| FABRICAS | DIARIAS | MENSUAL | ANUAL |
|----------------------------------|------------|--------------|---------------|
| GS TEXTIL – PAWANA | 50 | 1500 | 18000 |
| CASA YOLY | 160 | 4800 | 57600 |
| KAPITEX | 100 | 3000 | 36000 |
| CONFECCIONES TEXTILES SUSY'S TEX | 100 | 3000 | 36000 |
| Total | 410 | 12300 | 147600 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásconez, H .2021

Oferta proyectada

Una vez obtenidos los datos de la oferta, la misma se proyecta a cinco años, para realizar esta proyección se utilizó el mismo método que la proyección de la demanda. Seguidamente se presenta la tabla obtenida, donde se aplica la fórmula de valor futuro:

Dónde:

$$Vf = Va(1 + i)^n$$

Vf: Valor futuro

Va: Valor actual

i: Tasa de crecimiento

n: Año a estimar

Desarrollo de la oferta

$$Vf\ 2021 = 147600(1 + 0,0151)^1$$

$$Vf\ 2021 = 149829$$

A continuación, detallamos los resultados:

Tabla 38-3: Proyección de la oferta

| AÑO | PROYECCION DE OFERTA |
|------|----------------------|
| 2021 | 149,829 |
| 2022 | 153,259 |
| 2023 | 158,549 |
| 2024 | 165,920 |
| 2025 | 175,689 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásquez, H .2021

Proyección de la oferta

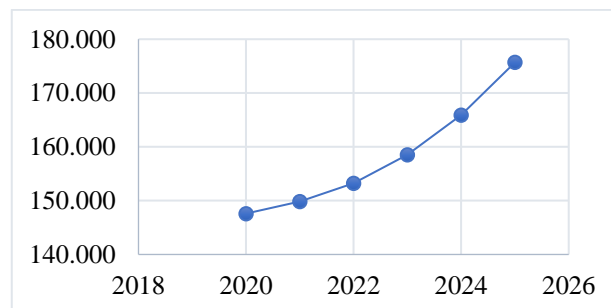


Gráfico 31-3: Proyección de la Oferta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Hernán, V.2021

Demanda insatisfecha (demanda-oferta)

Obtenidos los valores de la proyección de la demanda y de la proyección de la oferta entendida anualmente, restamos la demanda menos la oferta para obtener la demanda insatisfecha por años.

Tabla 39-3: Cálculo de la demanda insatisfecha

| AÑOS PROYECTADOS | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
|-----------------------------|----------------|---------------|---------------------------------|
| 2021 | 163700 | 147600 | 16100 |
| 2022 | 166172 | 149829 | 16343 |
| 2023 | 175844 | 158549 | 17294 |
| 2024 | 184018 | 165920 | 18098 |
| 2025 | 194853 | 175689 | 19164 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Vásquez, H .2021

Al disponer de la demanda se observa la existencia de un mercado suficiente para elaboración de ropa por los estudiantes que conformaran el taller del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba. La inexistencia de demanda insatisfecha, el proyecto sería factible, por lo que era necesario para con los demás estudios e identificar un nuevo proyecto.

3.3.6.4. *Precio*

Determinación del precio de cada prenda

Para la determinación de precios de cada insumo de vestir se realizó un previo estudio de mercado, con empresas textiles principales de la ciudad Riobamba, para según eso tener un balance de precios, y poder cotizar y proponer a base de este proyecto.

Con los resultados obtenidos a base de una encuesta que realizo hacia la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, se pudo expresar que los precios de cada prenda varían según su diseño, materia prima, acabados, pero el precio representado no varía tan altamente si no que se ha modificado a un precio que esté al alcance de nuestros clientes y un nivel competitivo a nivel del mercado.

1. Las opiniones de los futuros clientes, corroborada en la pregunta N.º 12-15 efectuada a la PEA del cantón Riobamba, fue la siguiente:

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto?

Tabla 40-3: Precio efectuado por la encuesta

| Nº | PRODUCTO | PRECIOS | PROMEDIO |
|----|------------------------|-----------|----------|
| 1 | Ropa Deportiva | \$10-\$12 | 12 |
| 2 | Ropa de Trabajo | \$14-\$18 | 18 |
| 3 | Uniformes Corporativos | \$15-\$20 | 20 |
| 4 | Otros | \$5-\$7 | 7 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H. 2021

2. La oferta o competencia existente, para ello fue necesario indagar los precios de productos similares a fabricación de ropa, ingresando a esta categoría la ropa deportiva, corporativa, uniformes y otros. Como se muestra a continuación:

Tabla 41-3: Precios a base de competencias

| Nº | PRODUCTO | PAWANA | CASA YOLY | KAPITEX | SUSY'S TEX | PROMEDIO |
|----|------------------------|--------|-----------|---------|------------|----------|
| 1 | Ropa Deportiva | \$ 20 | \$ 21 | \$ 18 | \$ 21 | \$20 |
| 2 | Ropa de Trabajo | \$ 22 | \$ 18 | \$ 22 | \$ 25 | \$26 |
| 3 | Uniformes Corporativos | \$ 20 | \$ 25 | \$ 22 | \$ 20 | \$24 |
| 4 | Otros (Lencería) | \$ 8 | \$ 10 | \$ 12 | \$ 10 | \$10 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H. 2021

Fijación del precio

Una vez identificado las dos opciones para fijar el precio, se puede concluir que las dos expectativas se ajustan al precio de venta al mercado, dejando un margen de utilidad de 25%, considerable para que los intermediarios dispongan de ganancias.

Tabla 42-3: Fijación de precio

| Nº | PRODUCTO | PRECIO PROMEDIO | 25% MARGEN DE UTILIDAD |
|----|------------------------|-----------------|------------------------|
| 1 | Ropa Deportiva | \$ 16 | \$ 20 |
| | Ropa de Trabajo | \$ 19 | \$ 24 |
| 3 | Uniformes Corporativos | \$ 22 | \$ 27 |
| 4 | Otros | \$ 9 | \$ 11 |

Fuente: Fuente de Investigación
Realizado por: Vásquez, H.2021

3.3.6.5. *Canales de distribución*

En cuanto al canal de distribución que se utilizara para la comercialización de los productos de vestir, se lo hará mediante pedidos reales que se tenga mediante nexos entre la Unidad de producción y empresas públicas como privadas, además propondrá tener puntos de ventas en las propias instalaciones del centro, así como en diferentes zonas comerciales de la ciudad mediante petición directa al GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA.

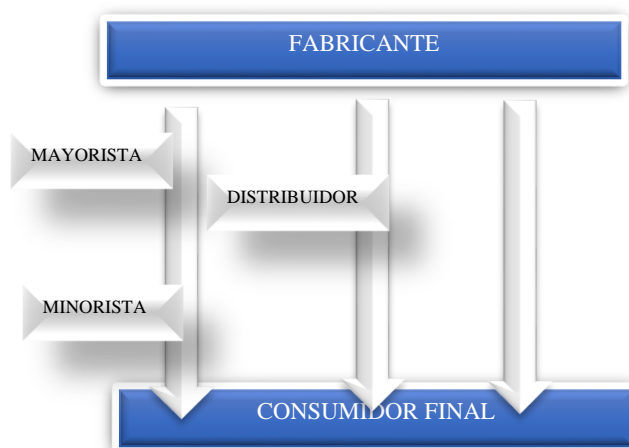


Figura 1-3: Canales de distribución
Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.6.6. *Segmentación del mercado*

El responsable de realizar la segmentación de mercado debe identificar a sus clientes potenciales del resto del mercado. Una buena segmentación de mercado proporciona información clara y concisa que permite mejorar la oferta, adaptándose a las necesidades insatisfechas.

- **Segmentación geográfica:**

La Unidad de Producción Artesanal se encuentra ubicado en la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo en las Calles Roma y Bucarest, sector mercado mayorista donde funciona el centro artesanal. La unidad tiene la visión de ser pioneros en el mercado artesanal de la Ciudad los principales productos serán comercializados bajo pedidos reales que requieran la población.

- **Segmentación demográfica**

La Unidad optara por ofrecer sus productos a la población en distintas edades, en el rango de 5 años a 65 años ya que cumplen con los requisitos según tópicos de la investigación, siendo aptos para fabricar cualquier prenda de vestir según las necesidades y condiciones de los clientes, tanto niños, jóvenes y adultos, produciendo ropa deportiva, ropa de trabajo, uniformes corporativos casuales y formales entre otros (lencería, pantalones, vestidos) de la misma manera

para persona de tercera edad de acuerdo a sus necesidades, además se contara con la fabricación de productos amigables con el medio ambiente de esta manera también aportando a su conservación como productos: bolsas para compras con material ecológico etc.

El producto es dirigido directamente para diferentes géneros (hombres, mujeres). Cabe aclarar que personas con principios y valores (religión) pueden también utilizarlas. El tamaño familiar al igual que la ocupación y la educación no presentan claras divisiones.

- **Segmentación conductual**

En este punto como herramienta principal es el cliente ya que se la deriva las necesidades del consumidor según la demanda que diariamente se va presentando, nuestros productos serán elaborados de acuerdo a diferentes temporadas, necesidades y algunos casos personalizados, manteniéndonos activos e innovando productos que se mantengan en el rango estable del mercado optando siempre por ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes.

Descripción del producto y ventaja competitiva

Históricamente la actividad artesanal tiene una gran diversidad etno-cultural, es un sector que genera empleo y aporta de manera importante a la economía nacional, de la provincia y el cantón; sin embargo, la actividad artesanal y de manufactura que tiene una baja participación con un 10.82% está disminuyendo constantemente, en su mayor parte a causa de la automatización del trabajo conseguido por los avances de la tecnología en maquinaria y equipo, a lo que se suma la falta de programas de desarrollo económico impulsados desde organismos gubernamentales.

Por lo cual se debe dar un impulso socio económico a los estudiantes que se forman y titulan como artesanos calificados bajo la legalidad del ministerio de trabajo y junta del artesano, estos productos que ellos fabricarían realzando no solo su economía si no al centro teniendo ingresos para su rentabilidad, por lo cual sus confecciones serán fabricadas con todo el amor y predisposición del caso, cumpliendo con las máximas normas de calidad que satisfaga las necesidades de los demandantes.

3.3.6.7. Estrategias de Comercialización

La Unidad de Promoción no cuenta con centros de distribución, por cual se remite a órdenes directas por peticiones de Instituciones públicas y privadas dentro y fuera de la ciudad.

Los estudiantes del centro realizan sus productos de prendas de vestir conjuntamente con los docentes que les sirven como guía para su producción de la misma manera inherentes a la venta y distribución del producto.

Los medios de promoción de los productos finales que se expongan a la venta de la Unidad de Producción se realizarían mediante:

- **Eventos sociales**

Los eventos sociales definimos como reuniones previas entre personas, para deleitarse de algún tipo de suceso que abarque algún evento social, con estos eventos sociales se puede tener una mejor relación y comunicación, entre los estudiantes, docentes, y nuestros clientes potenciales que se desarrollan en la Unidad de Producción, a la vez, desarrollaremos una gran capacidad de planificación, organización y coordinación dentro la Unidad, con esto se ganara una mejor promoción para representar al público en general todos los productos finales en prendas de vestir.

- **Exposiciones**

Las exposiciones son convocatorias al público en general, para representar y dar conocer sobre una temática en general que se domine o se tenga conocimientos. En este caso los estudiantes del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, en cada ciclo académico darán una exposición final que les sirva a la vez como parte de nota de grado, en los cuales ellos representarán sus propios productos finales elaborados, desde la obtención de la materia prima, su proceso de producción, hasta la obtención de un producto final, en lo que representa prendas de vestir.

- **Casas abiertas**

Las casas abiertas son espacios determinados de integración donde se decora y expone un tema específico, las casas que se impartirán por parte de la Unidad de Producción desabordaran la representación de sus productos finales en prendas de vestir a los distintos visitantes, para cual se hará la invitación a distintas autoridades principales de la ciudad y provincia de Chimborazo, interactuando con estas personas a la vez, dándose a conocer la Unidad de Producción de esta manera se busca expandirse y promocionarse de una mejor manera lo que se quiere representar con estos emprendimientos, y con esto se tendría una mejor fuente de rentabilidad.

- **Desfiles de moda**

Un desfile de moda viene a ser la representación de una imagen o marca, que se quiere demostrar a un distinto público general. Para este desfile de moda se utilizará distintas prendas de vestir que los estudiantes del CFA realicen, indumentarias elaboradas por temporadas u ocasiones especiales, como el día de la madre, día del padre, San Valentín, Navidad etc. Con esto se dará a conocer el trabajo que el diseñador en este caso las estudiantes desarrolle, a la vez se persigue consolidar, promocionar y hacer conocer las actividades que cumple la Unidad de Producción de una forma magna.

- **Redes Sociales**

Hoy por hoy, se ha evidenciado que todo se dirige de acuerdo a la tecnología, es por ello que una de las formas que se utilizaría para promocionar y hacer llegar de una forma más directa nuestros productos es mediante las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, y otras plataformas similares); con esto queremos tener una mejor apertura de igual al Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba.

3.3.7. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como principal objetivo verificar la viabilidad y posibilidad técnica de crear una Unidad de Producción artesanal, en las instalaciones del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

3.3.7.1. Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto es importante tomar en cuenta la ubicación correcta de la planta de producción, debe estar ubicado en lugar estratégico, con facilidad de acceso directo con los proveedores y fabricantes, contar con las debidas medidas de seguridad, servicios básicos lo más fundamental, instrumentos de higiene, papeles en reglas para su funcionamiento.

Tabla 43-3: Producción Anual por cada Prenda

| PRENDAS CONFECCIONADAS | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ropa Deportiva | 4680 | 4751 | 4859 | 5027 | 5261 | 5571 |
| Ropa de Trabajo | 3600 | 3654 | 3738 | 3867 | 4047 | 4285 |
| Uniformes Corporativos | 3240 | 3289 | 3364 | 3480 | 3642 | 3857 |
| Otros | 4320 | 4385 | 4486 | 4640 | 4856 | 5142 |
| Total | 15840 | 16079 | 16447 | 17015 | 17806 | 18854 |
| | | 16079 | 16447 | 17015 | 17806 | 18855 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásquez, H. 2021

De la tabla anterior se ha dedicado abarcar el 98% de la demanda insatisfecha, por lo tanto, su producción al año será de 16079 prendas de vestir como lo son en cuatro tipos: deportivas. Corporativas, uniformes y otros (lencería).

3.3.7.2. Localización del proyecto

La localización del proyecto es examinar los posibles lugares en donde se podría establecer el proyecto, y así determinar el mejor lugar idóneo, que cumpla con los mejores requisitos, y con esto traer buenos resultados y beneficios para la planta.

3.3.7.3. Macro localización

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Tabla 44-3: Geografía de Chimborazo

| Detalle | Razón |
|----------------|--------------------|
| Región | Sierra |
| Provincia | Chimborazo |
| Cantón | Riobamba |
| Población | 225,741 |
| Superficie | 45 km ² |
| Idioma Oficial | Español y quichua |
| Clima promedio | 12 C |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010

Elaborado por: Vásconez, H.2021



Figura 2-3: Ubicación geográfica de Chimborazo

Realizado por: Vásconez, H. 2021



Figura 3-3: Ubicación geográfica de Riobamba

Fuente: SiCES

Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.4. Micro localización

La Unidad de Producción Artesanal, estará ubicada en la Ciudad de Riobamba, ciudadela Daquilema, parroquia Lizarzaburu, en las calles Roma y Bucarest, Teléfono 2626702.

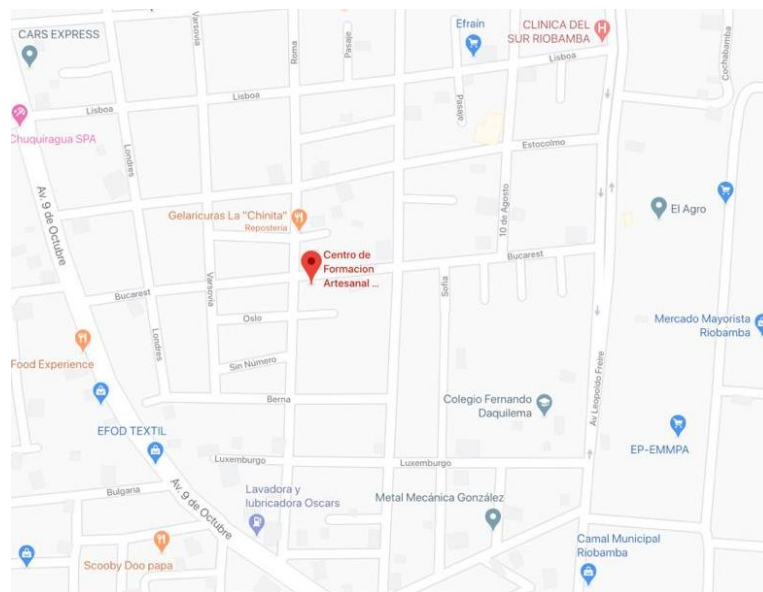


Figura 4-3: Localización de una Unidad de Producción artesanal.

Fuente: Google Maps

Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.5. Ingeniería del proyecto

Para este proyecto en desarrollo, hemos decidido realizarlo en las propias instalaciones del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba. Esta infraestructura comprenderá un espacio de 40 m², lo cual estará destinada para cada módulo según la distribución de la planta, en el cual se ubicarán las máquinas y materiales de costura, estanterías, mostradores, lo cual será utilizado para la fabricación de las prendas de vestir.

Además, la planta constara con maquinaria para cada tipo de fabricación como ropa deportiva, ropa de trabajo, uniformes corporativos y otros como ropa jeans, lencería, además contara con una bordadora, la Unidad de producción no solo será una planta especializada en la fabricación de productos si no serviría como almacenaje de productos, además que permita trabajar con materia prima para diseñar y producir nuevos productos.

3.3.7.6. Distribución de la Planta

1. Area de Planchado
2. Area de Corte
3. Modulo para Ropa Jeans
4. Modulo para Ropa Interior
5. Proceso de Aprendizaje Formativo
6. Modulo para Ropa Deportiva
7. Modulo de Modisteria
8. Bordadora

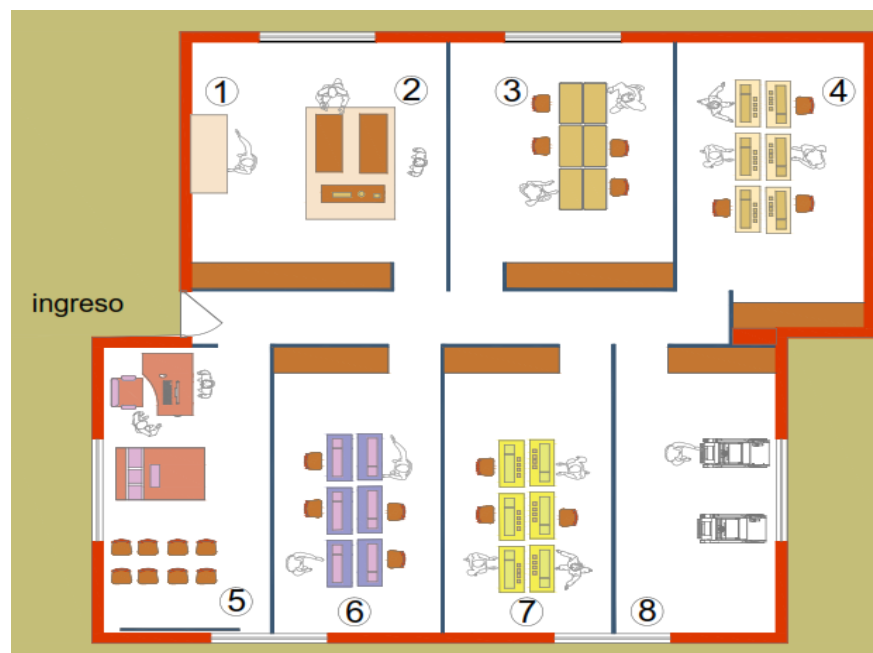


Figura 5-3: Distribución de la planta Unidad de Producción Artesanal
Realizado por: Vásconez, H.2021

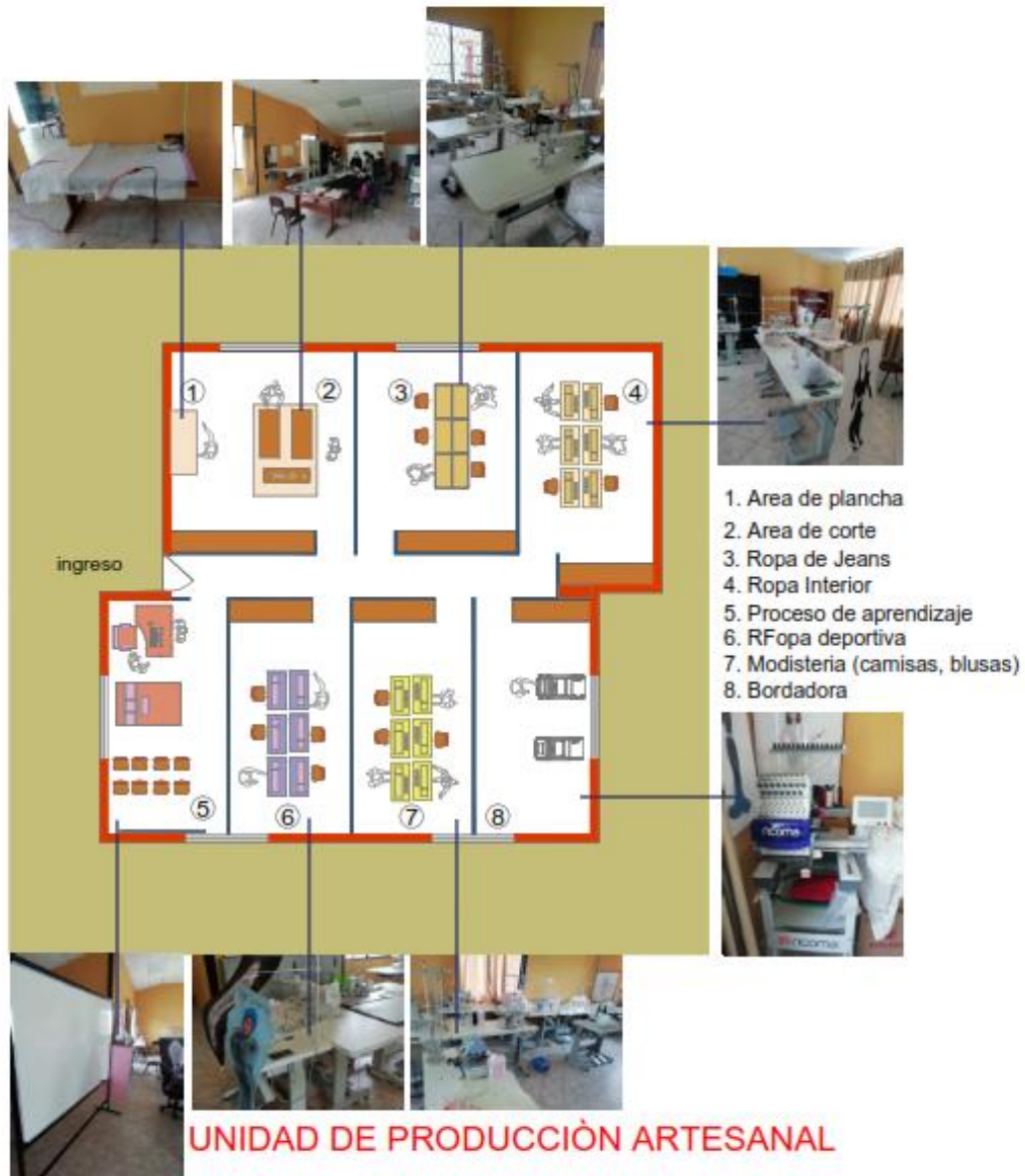


Figura 6-3: Unidad de Producción Artesanal Distribución
 Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.7. *Diseño del proyecto*

El diseño del proyecto se basa en las comodidades para el cliente y sus requerimientos. Con esto decimos que la estructura estará diseñada con una tecnología de punta, máquinas y herramientas modernas e implementos necesarios para su funcionalidad, contando con 8 módulos distribuidos para cada área funcional de la producción textil.

La Unidad de Producción contará con 8 áreas distribuidas de la siguiente manera:

- **Área para la fabricación de Ropa Deportiva**

En esta área específica estará destinada para la creación de toda indumentaria deportiva, desde calentadores, camisetas, chompas deportivas, prendas destinadas para personas que realizan cualquier actividad física, con alguna condición física específica, para cual cada una de las prendas pasaran por un proceso de producción, desde la obtención de la materia prima, a la obtención de un producto final.



Figura 7-3: Área de Ropa Deportiva
Realizado por: Vásconez, H.2021

- **Área de Planchado**

En esta procederemos a dar a la prenda de vestir un acabo final, un aspecto físico de terminado, que el cliente solicita, el proceso radica principalmente según el tipo de diseño y materia prima que se esté utilizando, en este caso las estudiantes deberán trabajar en cada prenda con exactitud para obtener un producto de calidad.



Figura 8-3: Área de Planchado
Realizado por: Vásconez, H.2021

- **Área de Corte**

En esta área determinada de corte, se realiza el proceso consecutivo, una vez obtenido el molde específico según la prenda que el cliente solicitó con anterioridad, en lo cual procederá hacer los cortes requeridos según las medidas establecidas, obteniendo así cortes totalmente simétricos y exactos.



Figura 9-3: Área de Corte
Realizado por: Vásquez, H.2021

- **Área aplicada para el proceso de Aprendizaje**

En esta área específica los estudiantes podrán poner en práctica los conocimientos en corte y confección y bordado, para la pre elaboración de alguna prenda de vestir, en lo cual ellos dispondrán del material y máquinas necesarias, y bajo la dirección de la maestra artesanal a fin.



Figura 10-3: Área de Proceso de Aprendizaje
Realizado por: Vascones, H.2021

- **Área para la fabricación de Ropa de Interior**

En este espacio propicio en la Unidad de Producción, se realizará todo tipo de indumentaria relacionado a la lencería, conocido como ropa de interior tanto para dama y caballero, para lo cual estudiantes, previo a su elaboración deberán obtener la materia prima solicitada por el cliente, contando con las maquinas específicas para su ejecución.



Figura 11-3: Área de Ropa Interior
Realizado por: Vásconez, H.2021

- **Área de Modistería**

En esta área específicamente estará diseñado para la fabricación de, camisas para hombres, y mujeres, blusas, vestidos, para cual cada una de estas prendas, pasaran por un proceso productivo desde la obtención de la tela, la fabricación del molde, un tendido y marcado de tela, el corte de piezas, ensamblaje de piezas, el planchado, embalado y empacado.



Figura 12-3: Área de Modistería
Realizado por: Vásconez, H.2021

- **Área para la fabricación de Ropa Jeans**

La Unidad de Producción cuenta de igual manera con maquinaria específica para la fabricación de todo lo que se deriva del Jeans, desde pantalones a chompas para caballeros y damas, para cual cada proceso constara de un debido seguimiento por parte de la docente a los estudiantes con el fin de obtener productos terminados de calidad.



Figura 13-3: Área de Fabricación de Jeans
Realizado por: Vásconez, H.2021

- **Bordadora**

En esta área específica de la Unidad de Producción, se contará con una bordadora de alta gama, donde se podrá realizar imágenes y dibujos, para bordar en una prenda determinada como una camiseta, bolso, manteles, bufandas etc. Con esto podemos reemplazar el trabajo manual al trabajo industrial, optimizando tiempo, y obteniendo mejores resultados en el trabajo que se quiere representar, aumentando la eficiencia y productividad en la fabricación de bordados.



Figura 14-3: Bordadora
Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.8. Flujograma del proceso productivo

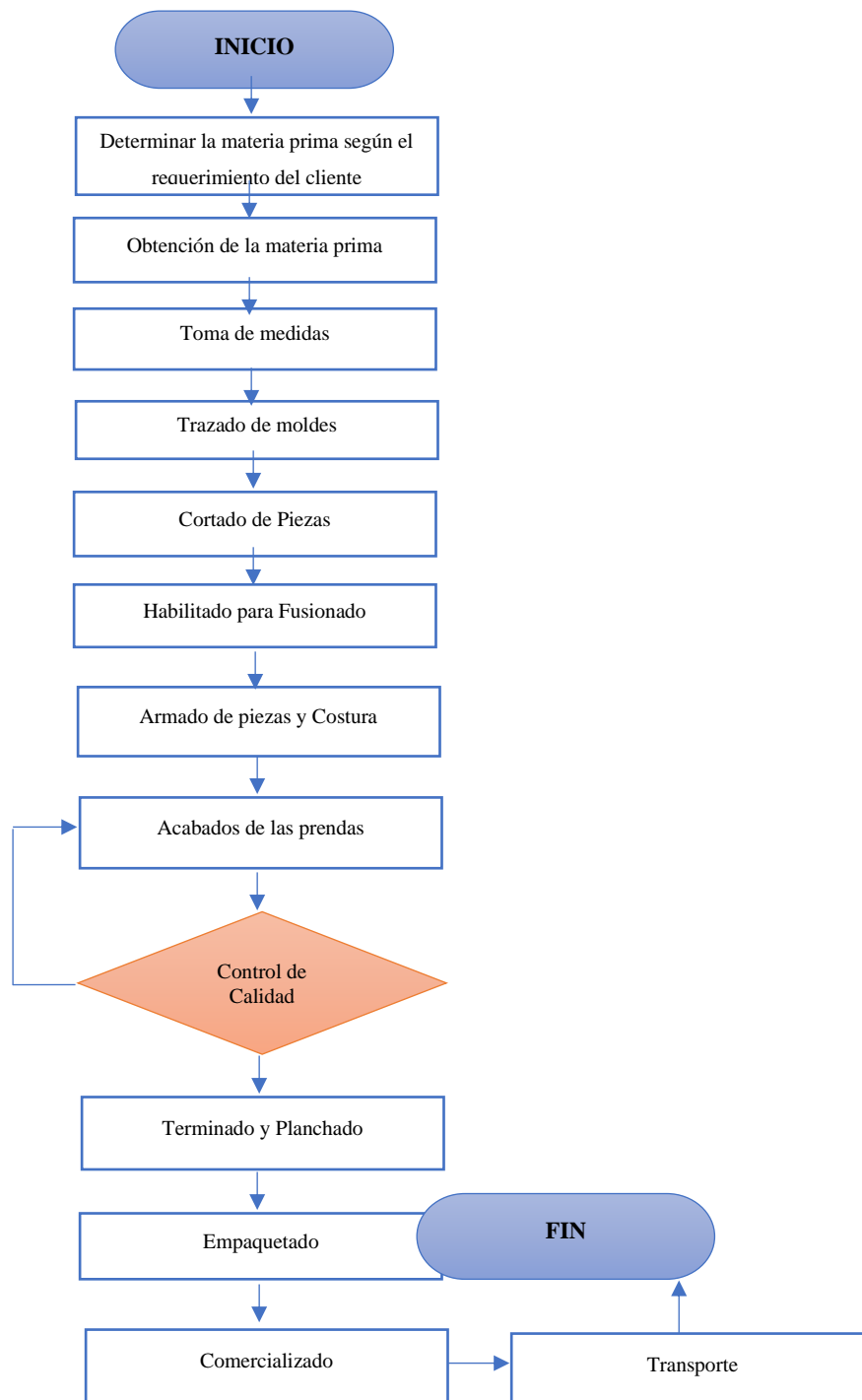


Gráfico 32-3: Confección de Prendas de vestir Ropa Deportiva

Fuente: Unidad de Producción

Realizado por: Vásconez, H.2021

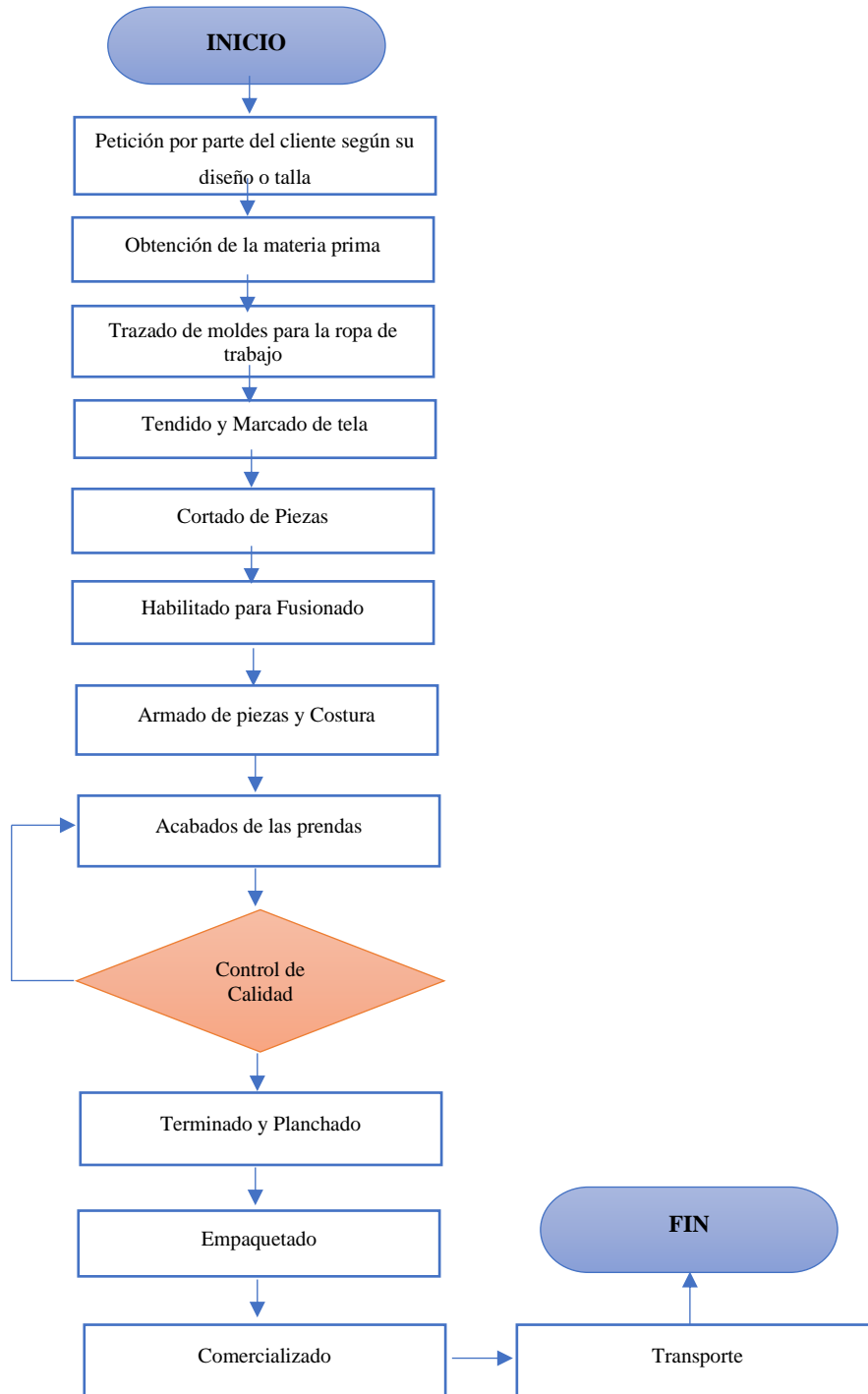


Gráfico 33-3: Confección de Prendas de vestir Ropa de Trabajo

Fuente: Unidad de Producción

Realizado por: Vásquez, H.2021

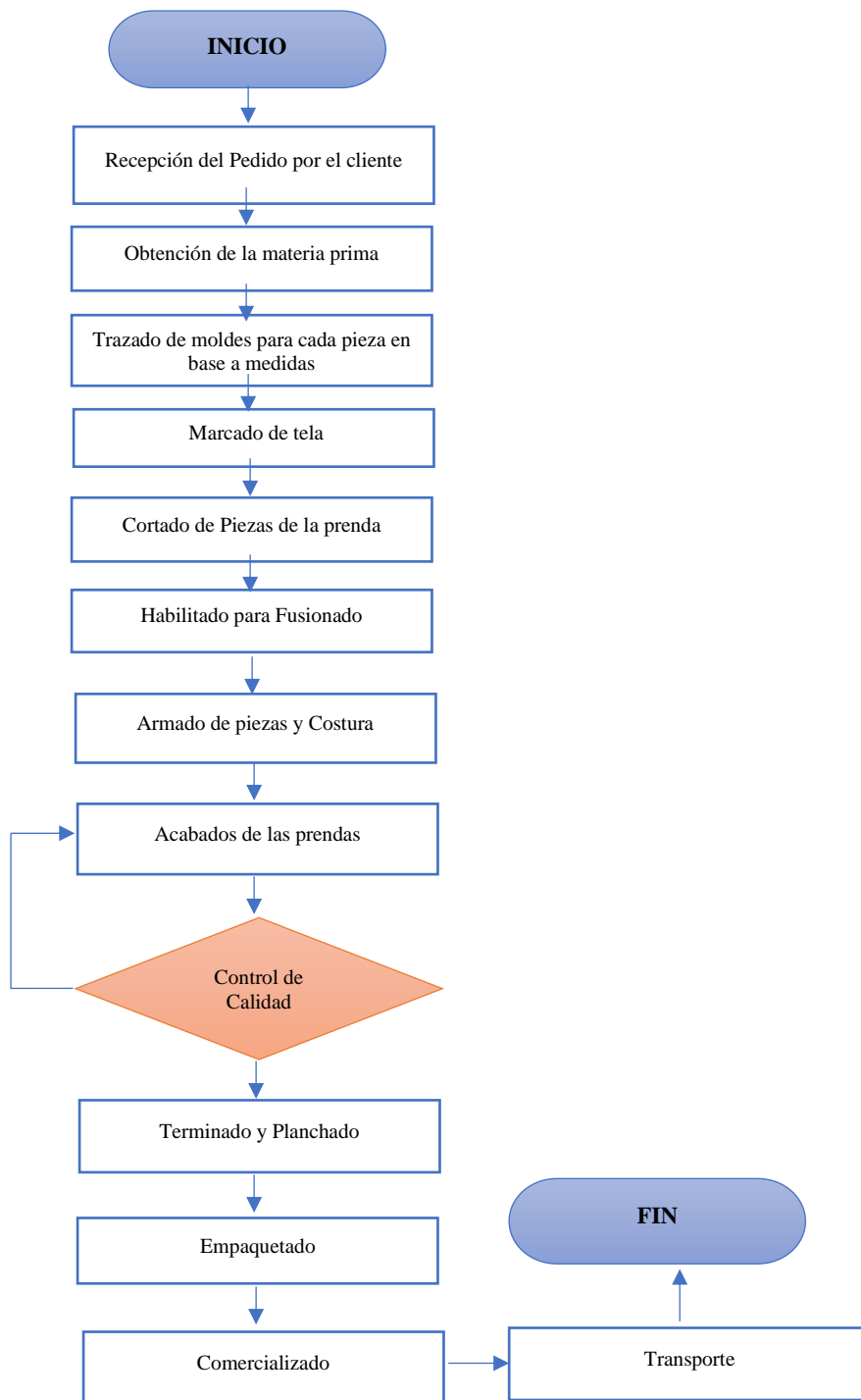


Gráfico 34-3: Confección de Prendas de vestir Uniformes Corporativos

Fuente: Unidad de Producción

Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.9. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que utilizaremos para el proceso productivo de las prendas de vestir en la Unidad de Producción, son tecnología de alta gama y moderna totalmente importadas, garantizándonos una perfecta comodidad y manejo totalmente adecuado, que nos permitan optimizar el tiempo y los recursos de la Unidad con el fin primordial de obtener una buena rentabilidad.

A continuación, detallaremos la maquinaria a ser utilizada.

Tabla 45-3: Maquinaria y equipo

| DETALLE | EQUIPOS | DESCRIPCIÓN |
|---|---|--|
|  | MÁQUINA DE COSTURA OVERLOCK, 5 HILOS JEAN PEGASUS | Cadeneta 2 agujas ancho entre agujas 5mm ancho total de overlock 11mm tipo de transporte por diferencial de alta velocidad lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control, tablero, estante metálico incluye accesorios aceite, desarmador hexagonal de agujas pinza y 2 agujas. |
|  | MÁQUINA DE COSTURA OVERLOCK, 6 HILOS LIVIANA PEGASUS | Cadeneta 3 agujas, ancho entre agujas 2mm para el overlock y 3mm para la seguridad ancho total de overlock, 9mm tipo de transporte por diferencial de alta velocidad lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control, tablero, estante metálico incluye accesorios aceite, desarmador hexagonal de agujas, pinza y 2 agujas. |



MÁQUINA DE COSTURA OVERLOCK 4 HILOS LIVIANA PEGASUS




Cadeneta 2 agujas ancho entre agujas 2mm ancho total de overlock 6mm transporte por diferencial de alta velocidad lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control, tablero, estante metálico incluye accesorios, aceite, desarmador hexagonal de agujas, pinza, 2 agujas y accesorio para colocar cinta de refuerzo en camiseta.



MÁQUINA OVERLOCK 4 HILOS CON DOSIFICADOR DE ELÁSTICO

Cadeneta 2 agujas ancho entre agujas 2mm ancho total de overlock 6mm transporte por diferencial de alta velocidad lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control, tablero, estante metálico incluye accesorios, aceite, desarmador hexagonal de agujas, pinza, 2 agujas, accesorio para colocar cinta de refuerzo en camiseta y dosificador de elástico.

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>MÁQUINA OVERLOCK 5 HILOS CON ENCARRUJADO</p> | <p>Cadeneta 2 agujas ancho entre agujas 3mm ancho total de overlock 7mm set especial para encarrujar tipo de transporte por diferencial de alta velocidad, lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control, tablero, estante metálico incluye accesorios aceite desarmador hexagonal de agujas pinza y 2 agujas.</p> |
|  | <p>MÁQUINA OVERLOCK 3 HILOS FILO PAÑUELO</p> | <p>Cadeneta 1 agujas ancho costura 3mm ancho total tipo de transporte por diferencial alta velocidad, lubricación automática con sistema de enfriamiento de agujas motor direct drive con caja de control tablero, estante metálico incluye accesorios aceite desarmador hexagonal de agujas pinza y 2 agujas.</p> |
|  | <p>MÁQUINA RECUBRIDORA PLANA</p> | <p>Máquina Industrial plana de 5 hilos 3 agujas distancia entre agujas 3.2mm ancho de costura 6.4mm motor taiwanés doble volante tipo de transporte por diferencial con punta de recubrimiento interior y exterior alta velocidad lubricación automática enfriamiento de agujas tablero y estante industrial accesorios aceite, hexagonal de agujas, pinza y guías costura.</p> |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>MÁQUINA RECUBRIDORA ELÁSTICADORA</p> | <p>Máquina Industrial plana de 5 hilos 3 agujas distancia entre agujas 3.2mm ancho de costura 6.4mm motor taiwanés doble volante tipo de transporte por diferencial con punta de recubrimiento interior y exterior alta velocidad lubricación automática enfriamiento de agujas tablero y estante industrial accesorios aceite, hexagonal de agujas, pinza y guías costura. INCLUYE dosificador de elástico para interiores.</p> |
|  | <p>MÁQUINA RECUBRIDORA DE COLLARETE</p> | <p>Máquina Industrial plana colaretera de 5 hilos 3 agujas distancia entre agujas 3.2mm ancho de costura 6.4mm motor taiwanés doble volante tipo de transporte por diferencial con punta de recubrimiento interior y exterior alta velocidad lubricación automática enfriamiento de agujas tablero y estante industrial accesorios aceite, hexagonal de agujas, pinza y guías costura.</p> |
|  | <p>MÁQUINA ELÁSTICADORA 6 AGUJAS INDUSTRIAL</p> | <p>Elasticadora industrial 6 agujas, 6 loopers distancia entre agujas 6.4mm ancho de costura 3.84cm lubricación automática velocidad 5000ppm, sistema de arrastre dientes y puller motor taiwanés tablero estante industrial accesorios aceite desarmadores hexagonales pinza.</p> |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>MÁQUINA OJALADORA INDUSTRIAL</p> | <p>Ojaladora industrial 1 aguja lubricación automática con 5 tipos de cuchillas para corte juego de piñones tablero, estante metálico industrial motor taiwanés.</p> |
|  | <p>MÁQUINA BOTONERA INDUSTRIAL</p> | <p>Botonera industrial 1 aguja lubricación automática tablero estante accesorios aceite desarmadores motor taiwanés.</p> |
|  | <p>MÁQUINA PEGADORA DE TIRA</p> | <p>Pegadora de tira 2 agujas distancia entre agujas 6,4 mm lubricación automática tablero estante industrial accesorios aceite, llaves, desarmadores pinzas.</p> |



**MÁQUINA RECTA
ELECTRÓNICA
PESADA**

Costura recta electrónica pesada garfio pequeño tipo de transporte pesado elevación de prensatelas electrónico y mecánico (con el rodillero) largo de puntada 5mm motor electrónico velocidad 5000ppm incluye tablero estante accesorios aceite. Sistema de remate de costuras y corte de hilo.



**MÁQUINA RECTA
ELECTRÓNICA
LIVIANA**

Costura recta liviana electrónica garfio pequeño tipo de transporte liviano elevación de prensatelas electrónico y mecánico (con el rodillero) largo de puntada 5mm motor electrónico velocidad 5000ppm incluye tablero estante metálico accesorios aceite. Sistema de remate de costuras y corte de hilo.



**MÁQUINA RECTA
INDUSTRIAL
MECÁNICA**

Costura recta semi pesada garfio pequeño lubricación automática tipo de transporte por diente elevación de prensatelas mecánico (con el rodillero) largo de puntada 5mm motor taiwanés velocidad 5000ppm incluye tablero estante metálico, accesorios aceite, desarmador de agujas



**MÁQUINA
BORDADORA
AGUJAS 1 CABEZA**

15

Bordadora 1 cabeza compacta 15 agujas panel de operaciones pantalla táctil se muestra las puntadas en tiempo real, puerto USB el cual permite añadir diseños - área de bordado 40x45cm trabaja con tambor regular memoria interna para almacenar 100 diseños o 2 millones de puntadas velocidad de bordado 1200 ppm Ancho de puntada 0,1-12,7mm.

Fuente: Fuente de Investigación
Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.7.10. Proyección de la inflación con el método de pronóstico

Promedio Móvil Simple

Tabla 46-3: Inflación Anual

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| INFLACIÓN ANUAL | 2.00% | 1.81% | 1.62% | 1.42% | 1.23% | 1.04% |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.7.11. Materia prima

Tabla 47-3: Cálculo de materia prima

| MATERIA PRIMA A UTILIZAR | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------|----------------|-------------|
| ITEMS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD MT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 1 | TELA LYCRA | 120 | 14 | 1680 |
| 2 | TELA ALGODÓN | 140 | 18 | 2520 |
| 3 | TELA LINO | 150 | 15 | 2250 |
| 4 | TELA SEDA | 60 | 8.25 | 495 |
| 5 | TELA DENIM | 80 | 9 | 720 |
| Total | | | | 7665 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.7.12. Cif

Tabla 48-3: Cálculo del CIF

| ITEM S | DESCRIPCIÓN | UNIDA D | CANTIDAD MT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|-----------------------------|---------|--------------|----------------|----------------|
| 1 | HILO 5000 M C/U | CONO | 35 | 2.50 | 87.50 |
| 2 | HILO POLIESTER 5000 M C/U | CONO | 30 | 8.00 | 240.00 |
| 3 | HILO ELÁSTICO 5000 M C/U | CONO | 28 | 6.00 | 168.00 |
| 4 | LANILLA 5000 M C/U | CONO | 8 | 4.50 | 36.00 |
| 5 | CORDÓN ALGODÓN GRUESO | METROS | 120 | 3.00 | 360.00 |
| 6 | ELÁSTICO 30R BLANCO | METROS | 120 | 0.75 | 90.00 |
| 7 | CIERRE CE4 POL FIJ AUT#4 15 | UNIDAD | 100 | 1.30 | 130.00 |
| 8 | CIERRE CE4 POL FIJ AUT#4 18 | UNIDAD | 100 | 1.25 | 125.00 |
| 9 | LLAVES PARA CIERRES | UNIDAD | 100 | 0.10 | 10.00 |
| 10 | INSUMOS VARIOS- ETIQUETAS | UNIDAD | 100 | 20.00 | 2000.00 |
| TOTAL | | | | | 3246.50 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.7.13. *Mano de obra directa*

Tabla 49-3: Mano Obra Directa Remuneración

| MANO DE OBRA | ESTUDIANTES |
|---------------------|--------------------|
| Sueldo básico | 720 |
| 13er Sueldo | 60 |
| 14to Sueldo | 400.00 |
| Aporte Patronal | 80.28 |
| Aporte Personal | 68.04 |
| Fondo de Reserva | 0.00 |
| TOTAL | 1328.32 |

Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.7.14. *Mano de obra indirecta*

Tabla 50-3: Mano de Obra Indirecta

| CARGO | INSTRUCTOR (DOCENTE) |
|------------------|---------------------------------|
| Sueldo básico | 4800 |
| 13er Sueldo | 400 |
| 14to Sueldo | 400 |
| Aporte Patronal | 535.20 |
| Aporte Personal | 453.20 |
| Fondo de Reserva | 0.00 |
| TOTAL | 6588.80 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.8. Estudio Administrativo

3.3.8.1. Organigrama Estructural de la Unidad de Producción Artesanal.

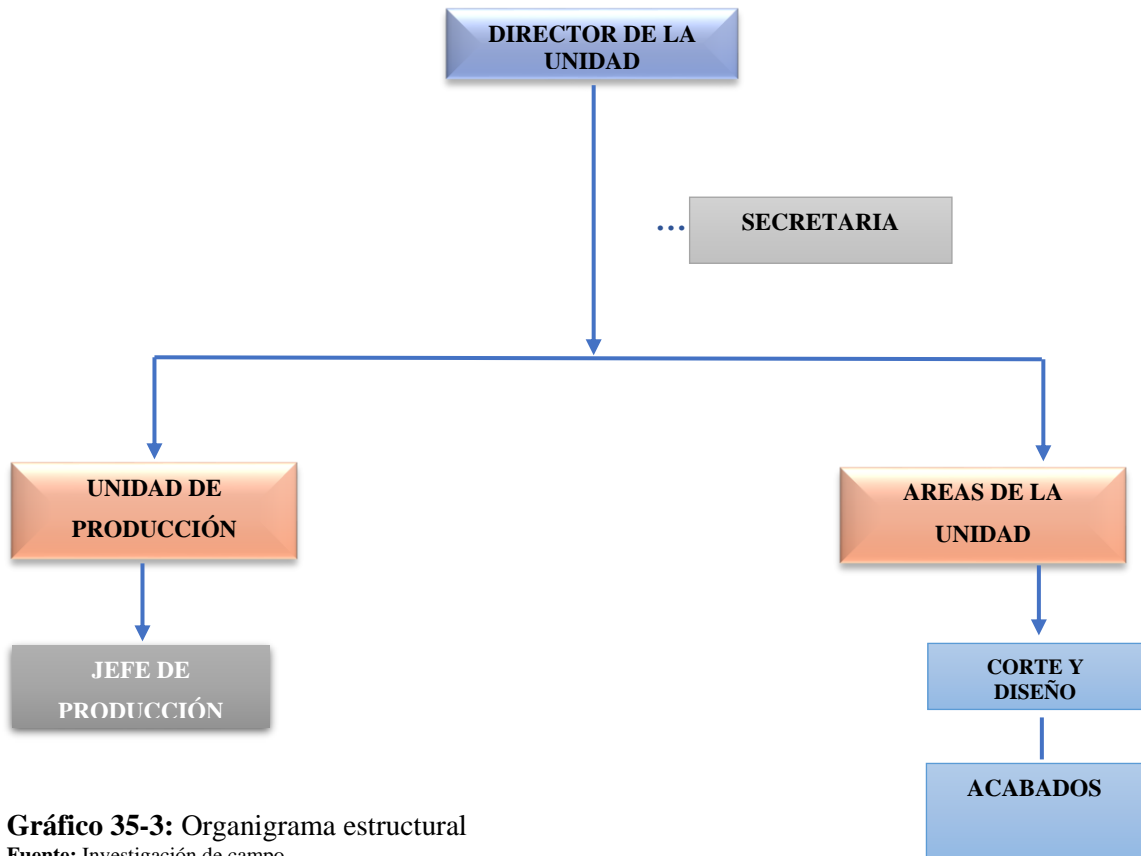


Gráfico 35-3: Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásquez, H. 2021

3.3.8.2. *Manual de funciones*

Tabla 51-3: Manual de funciones del Director de la Unidad

| UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | |
|---|---|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| NOMBRE DEL PUESTO: Director de la Unidad de Producción NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, Dirigir, Controlar, Organizar y Coordinar SALARIO BÁSICO: 945 | DEPENDE DE: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba SUPERVISA A: Subalternos NÚMERO DE CARGOS: 1 |
| REQUISITOS MINIMOS | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Ing. Administración de Empresas, Ing. Contabilidad y Auditoría, Ing. en Finanzas EXPERIENCIAS: Mínimo 3 años HABILIDADES PERSONALES: Trabajo en equipo, Liderazgo, Trabajar a bajo presión |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Liderazgo, Tributación, Ingles CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, Mercadotecnia, Negocios Administrativos, Proyectos |
| OBJETIVO DEL PUESTO | |
| Tiene la finalidad la ejecución de las actividades y directrices ordenadas por el GAD Municipal de Riobamba, que garantice con esto el correcto manejo y eficaz funcionamiento de la UNIDAD DE PRODUCCIÓN. | |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la Unidad de Producción. • Planeamiento estratégico del desarrollo de la Unidad. • Representación legal de la Unidad. • Aprobación en lo que es presupuestos e inversiones. • Inspección del manejo adecuado de los recursos de la Unidad. • Delegar funciones a cada uno de los subalternos de la Unidad. • Evaluar todo lo que representa el control interno. • Supervisa al personal del taller artesanal. • Autoriza órdenes de compra. • Dirigir a la Unidad en la marcha del crecimiento lucrativo. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 08 /04/2021/ | |
| OBSERVACIONES: | |

Realizado por: Vásquez, H. 2021

Tabla 52-3: Manual de funciones de la secretaria de la Unidad de Producción.

| UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | |
|---|--|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| NOMBRE DEL PUESTO: Secretaria de la Unidad de Producción NATURALEZA DEL PUESTO: Ayudar en la organización y dirección de las actividades de la UNIDAD. SALARIO BÁSICO: 567 | DEPENDE DE: Director General de la UNIDAD. |
| | SUPERVISA A: Subalternos |
| | NÚMERO DE CARGOS: 1 |
| REQUISITOS MINIMOS | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | TÍTULO PROFESIONAL: Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Lic. Informática, Títulos afines EXPERIENCIAS: Mínimo 1 año HABILIDADES PERSONALES: Trabajar a bajo presión |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | CURSOS AFINES: Tributación, Legislación CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, Mercadotecnia, Negocios Administrativos, Proyectos |
| OBJETIVO DEL PUESTO | |
| Coordinar y Dirigir las actividades propuestas por la UNIDAD DE PRODUCCIÓN, con el fin de encaminarle a resultados óptimos en beneficio de los alumnos que se titulan como artesanos calificados cada ciclo académico. | |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al director en el manejo y dirección de la Unidad. • Llevar la agenda personal. • Atender los requerimientos y dudas de los estudiantes del CFA. • Simplificar la información remitida y ordenarla para utilizarlo cuando se lo necesite. • Llevar los registros de la Unidad. • Atención al público en general. • Se encarga de la revisión de todos los inventarios de la Unidad. • Contabiliza los ingresos y gastos mensualmente. • Lleva el registro de asistencia en las diferentes convocatorias. • Responsable en contestar las llamadas del ámbito laboral. • Toma decisiones relacionadas con su puesto. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 08 /04/2021/ | |
| OBSERVACIONES: | |

Realizado por: Vásquez, H. 2021

Tabla 53-3: Manual de funciones del jefe de producción.

| UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | |
|---|---|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| <p>NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Producción</p> <p>NATURALEZA DEL PUESTO: Planear, organizar, dirigir todo lo que compete al proceso productivo de la UNIDAD.</p> <p>SALARIO BÁSICO: 567</p> | <p>DEPENDE DE: Director General de la Unidad.</p> <p>SUPERVISA A: Estudiantes del taller artesanal.</p> <p>NÚMERO DE CARGOS: 1</p> |
| REQUISITOS MINIMOS | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | <p>TÍTULO PROFESIONAL: Ing. Producción, Lic. Modistería, Lcda. Diseño de modas, Certificado en corte y confección.</p> <p>EXPERIENCIAS: Mínimo 2 años</p> <p>HABILIDADES PERSONALES: Creatividad, imaginación, captación, capacidad de innovación.</p> |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | <p>CURSOS AFINES: Diseño de modas, costura</p> <p>CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, Motivación personal, Microsoft Office</p> |
| OBJETIVO DEL PUESTO | |
| <p>Controlar, dirigir y confeccionar prendas de vestir y accesorios según peticiones de la demanda de la población de Riobamba, de la mano de las estudiantes de la Unidad de Producción.</p> | |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el control de calidad • Verificación del proceso de producción • Enseñar y encaminar a las estudiantes en la fabricación de las prendas de vestir. • Actualizar a las estudiantes sobre las innovaciones realizadas. • Presentar información de avances de producción al departamento administrativo. • Responsable del buen funcionamiento de la planta artesanal, de la eficiencia y eficacia del proceso productivo. • Escuchar propuestas e ideas de las estudiantes para el mejoramiento del proceso productivo de la Unidad de Producción. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 08 /04/2021/ | |
| OBSERVACIONES: | |

Realizado por: Vásquez, H. 2021

Tabla 54-3: Manual de funciones Área de Corte y Diseño.

| UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | |
|--|--|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| <p>NOMBRE DEL PUESTO: Diseñadora de modas</p> <p>NATURALEZA DEL PUESTO: Competente siempre innovando con nuevas ideas para el mercado, habilidad para proyectar nuevas colecciones.</p> <p>SALARIO BÁSICO: 400</p> | <p>DEPENDE DE: Director General de la Unidad.</p> <p>SUPERVISA A: Dependencia Funcional</p> <p>NÚMERO DE CARGOS:</p> |
| REQUISITOS MINIMOS | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | <p>TÍTULO PROFESIONAL: Estudiantes o egresados a fines a carreras artesanales.</p> <p>EXPERIENCIAS: Mínimo 1 años</p> <p>HABILIDADES PERSONALES: control de calidad, corte y confección</p> |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | <p>CURSOS AFINES: Diseño de modas, costura</p> <p>CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, Motivación personal, Microsoft Office</p> |
| OBJETIVO DEL PUESTO | |
| <p>Fabricar en base a sus habilidades y conocimientos prendas de vestir acorde a las necesidades que se demande en el mercado laboral, mediante distintas tallas, cortes, y materiales que lo requieran.</p> | |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fabricar productos en base a las necesidades de los clientes. • Realiza un previo estudio antes de la fabricación. • Reportar los materiales que se utilizaran previo su confección. • Actualizar a las estudiantes sobre las innovaciones realizadas. • Realizar un previo dibujo, como el corte y la confección para obtener un producto de calidad. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 08 /04/2021/ | |
| OBSERVACIONES: | |

Realizado por: Vásquez, H. 2021

Tabla 55-3: Manual de funciones área de acabados y ventas.

| UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO | |
|---|--|
| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO | |
| <p>NOMBRE DEL PUESTO: Ventas</p> <p>NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar un previo control de calidad y verificación del producto final antes de la salida final del producto.</p> <p>SALARIO BÁSICO: 400</p> | <p>DEPENDE DE: Director General de la Unidad.</p> <p>SUPERVISA A: Dependencia Funcional</p> <p>NÚMERO DE CARGOS: 1</p> |
| REQUISITOS MINIMOS | |
| REQUISITOS DE INFORMACIÓN | <p>TÍTULO PROFESIONAL: Estudiante o egresado de carreras artesanales en corte y confección.</p> <p>EXPERIENCIAS: Mínimo 1 años</p> <p>HABILIDADES PERSONALES: Control de Calidad, proactivo</p> |
| REQUISITOS DE EXPERIENCIA | <p>CURSOS AFINES: Diseño de modas, costura, ventas</p> <p>CURSOS RELACIONADOS: Curso de relaciones humanas, Motivación personal, Microsoft Office</p> |
| OBJETIVO DEL PUESTO | |
| <p>Realizar un debido control de calidad ante la salida de los productos, para evitar embodegamiento o pérdidas, teniendo claro buenos de comercialización y marketing con el fin de lograr el posicionamiento en el mercado de la Unidad Artesanal.</p> | |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Organización de ventas • Un buen control de calidad • Monitoreo y supervisión de cada producto final. • Planeación de operaciones de ventas. • Buenas relaciones laborales. | |
| FECHA DE ELABORACIÓN: 08 /04/2021/ | |
| OBSERVACIONES: | |

Realizado por: Vásquez, H. 2021

3.3.8.3. *Misión*

Ofrecer y garantizar la producción, fabricación y distribución de los productos de vestir que se ajusten a la demanda y satisfacción de la población Riobambeña, reconocidos por su diseño, calidad e innovación ajustándose a un precio estándar para el consumidor y el fabricante, apoyados a una conducta y ética profesional por parte de los estudiantes y equipo que conforman la Unidad de Producción, ofreciendo al cliente garantía y seguridad de la mano de una filosofía de mejoramiento continuo y de cuidado ambiental, que nos permita ser competitivos a nivel de la ciudad y provincia.

3.3.8.4. *Visión*

Convertirnos en una Unidad de Producción pública artesanal más grande de la ciudad de Riobamba e Provincia de Chimborazo, en la fabricación de prendas de vestir, manteniendo un liderazgo competitivo por medio de un trabajo artesanal transparente, creativo e innovador, incorporando la fabricación de un producto diferenciado y llamativo por parte de la Unidad Artesanal para la sociedad teniendo como finalidad la preservación del medio ambiente, aportando de una manera socio económica a los estudiantes que se forman y titulan como artesanos calificados del Centro de Formación Artesanal.

3.3.8.5. *Slogan*

“El bienestar no se compra se cose”

3.3.8.6. *Políticas*

- Brindar unos productos innovadores y con la mejor calidad a la población Riobambeña y provincia de Chimborazo, incentivando a la utilización de productos artesanales en prendas de vestir.
- Se incentivará a la población de Riobamba y Provincia de Chimborazo a la creación de más Unidades de Producción Artesanales ya que se ha estado perdiendo en los últimos tiempos la importancia a la misma, de esta manera ayudando a varias familias en el ámbito socio económico y al progreso de la ciudad.
- Prestar un servicio de primera siempre manteniéndonos a la atentos a la demanda de nuestros consumidores, a la ves tomando en cuenta cada una de las sugerencias y recomendaciones de nuestros clientes.
- Garantizar a nuestros consumidores la calidad de nuestros productos con la selección delicada de la materia prima para su fabricación en ser utilizadas.

- Aplicación de valores y principios adecuados dentro y fuera de la Unidad de producción resguardando la integridad de nuestros estudiantes, autoridades y nuestros clientes, y un adecuado clima laboral.

3.3.8.7. *Valores Corporativos*

Los valores corporativos son cualidades, costumbres o pensamientos que se distingue en cada organización para rescatar o lucir sus características únicas que ayudan a tener una buena ventaja competitiva.

Por tal razón la Unidad de Producción a determinado los siguientes valores corporativos y principios éticos para el desarrollo de sus actividades diarias.

- Respeto
- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Compromiso
- Ética Profesional
- Servicio
- Transparencia
- Responsabilidad
- Igualdad

3.3.8.8. *Análisis FODA*

Fortalezas

- El diversificado conocimiento técnico y destrezas que tienen los docentes encargados de guiar a los alumnos en lo que representa a la elaboración y distribución de los productos textiles.
- Los productos textiles que salen de la Unidad son de excelente calidad y durabilidad.
- Se cuenta con máquinas y herramientas necesarias para cada área de la Unidad, además disponiendo una aceptable tecnología para la elaboración.
- Adaptación inmediata a las nuevas tendencias que van apareciendo en el mercado, cumpliendo la satisfacción de la demanda del mercado.
- Se tiene un claro Liderazgo y guía dentro de la Unidad.
- Trabajo en equipo, comprometidos a una mejora continua.

Debilidades

- No cuenta con un sistema específico de acumulación de costos adecuado.
- No se dispone de recursos financieros suficientes para poder sacar provecho de una mejor manera nuevos emprendimientos productivos.
- La Unidad de Producción no dispone con puntos de ventas propios.
- No se dispone de buenas fuentes de promoción de los productos textiles en lo que representa a fuentes de comunicación.
- Falta de apoyos en financiamiento por parte fuentes gubernamentales.
- Débil flujo de suministros por no contar con una cadena específica en producción textil.

Oportunidades

- Buena aceptación de los productos textiles que se fabrican en la Unidad de Producción, por parte de la población de Riobamba y sectores aledaños.
- Existe una ley que ampare y brinde protección al desarrollo artesanal en el País.
- Ferias y eventos sobre lo que representa las ramas artesanales en lo que concierne a corte y confección a nivel provincial.
- Intercambio en conocimientos y cultura en lo que representa a estudiantes que vienen de otras provincias y países cercanos.
- Alianzas específicas con proveedores y consumidores fuertes en la rama textil.
- Adquisición de maquinaria de alta punta para la fabricación de las prendas textiles.

Amenazas

- Falta de valorización y realce a los cursos artesanales por falta de dinero.
- Situación Económica que viene atravesando día a día nuestro país.
- Importación directamente en productos textiles.
- Carecimiento en lo que materia prima.
- Imitación y copia en productos textiles
- Sector informal muy extendido

3.3.8.9. *Base Legal*

Constitución del centro de formación artesanal

- Art. 6.- Estos organismos son aquellos establecimientos cuya función principal es la de realizar la mano de obra certificada en el ámbito artesanal y añadirlo al ámbito productivo del país.
- Art. 7.- El desarrollo y titulación en ramas artesanales se impartirán en los Centros de Formación Artesanal y dirigidas a personas que anhelan obtener un título como artesanos calificados.

Constitución de la república del ecuador

- El artículo 1 exterioriza que el país es un Gobierno Reglamentario de derechos y justicia social, democrática, soberana, independiente, unitaria, intercultural, plurinacional y laico.
- El artículo 14 de la Constitución del Ecuador, declara el derecho de toda persona a vivir en un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado que avale la sostenibilidad y el buen vivir.
- El numeral 2 del artículo 16 de la Constitución, reconoce que toda la población, en representación individual o colectiva, tiene el derecho al ingreso universal de los procesos de información y comunicación.
- El artículo 33 de la Constitución, declara que el trabajo es un derecho, un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la producción, siendo una organización el que garantizara a las personas trabajadoras el pleno respecto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones correctas y el desarrollo de un débito saludable.
- El numeral 6 del artículo 284 de la Constitución, dispone que la política económica del Estado ecuatoriano tiene el objeto de promover el pleno empleo y estimar todas las entradas de producción, frente a las retribuciones laborales.

Ley orgánica del servicio público

- El artículo 3 numeral 2 de la Ley Orgánica del Servicio Publico declara que las destrezas de la presente ley son de aplicación necesaria, en materia de recursos humano y remuneraciones, en toda la administración pública que comprende:
- “2.- Las organizaciones que conforman el régimen exento descentralizado y regímenes especiales”. (sic)
- El artículo 4 de la Ley Orgánica del Servicio Publico declara que serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquiera forma o a cualquier título remen, presten servicios.

- El artículo 25 letra b) de la Ley Orgánica del Servicio Público instituye las jornadas de trabajo para las entidades, instituciones, organismos y personas jurídicas distinguidas en el artículo 3 de esta ley se describen de la siguiente forma:
- “letra b) Jornada Especial son todas aquellas que por la función que cumple cada organización, no pueden establecerse a una jornada única y requiere de jornadas, horarios o turnos externos debiendo ser fijada para cada paso, observando el principio de continuidad, equidad y organización del servicio, acorde a las disposiciones del Ministerio de Trabajo”. (sic).

Código de trabajo

- El artículo 23 numeral 1, adherido por la disposición disciplinaria quinta, numeral 4 del Código Orgánico de la Manufactura, señala que el Ministerio del ramo podrá ejecutar aquellas relaciones del trabajo especiales que no se encuentren expuestos en el código, de acuerdo a la Constitución del Ecuador.

Junta nacional de defensa del artesano

Resolución no. 001-cin-2020

- 1.- Con fecha 14 de mayo de 2020, la Comisión Interinstitucional Nacional formados por representantes de la Junta Nacional de Defensa del Artesano y el Ministerio de Trabajo, emiten la Resolución No. 001-CIN-2020, en donde establecen las líneas para habitual y certificar el acceso, permanencia, promoción y finalización del proceso de alineación y titulación artesanal para las y los maestros de taller de los Centros de Formación Artesanal por la etapa de pandemia (COVID-19), con los siguientes artículos:
- **Artículo 3.- Permanencia de las/los participantes.** - A los/as estudiantes que se forman en los Centros de Formación Artesanal en cada ciclo académico, se les garantizará su estada en el mismo centro, de no expresar voluntad contraria por parte de cada estudiante, quienes podrán finalizar su desarrollo académico con sujeción al procedimiento que se determina en la presente resolución.
- **Artículo 7.- Años Formativos.**- Para los/as estudiantes que se encuentren preparando en este momento los distintos quimestres de formación artesanal, la Comisión Interinstitucional Nacional empleará la flexibilidad en el contexto de la emergencia; y, en consideración a lo expuesto en los artículos 16, 20, 23 y 24 del Reglamento de Formación y Titulación Artesanal para las y los Maestros de Taller de los Centros de Formación Artesanal, por esta única vez el quimestre inmediato de formación artesanal será de manera VIRTUAL (únicamente en teoría), una vez concluido el quimestre TEÓRICO, el siguiente quimestre será únicamente PRÁCTICO.

3.3.9. Estudio Económico Financiero

En esta tercera parte del proyecto de factibilidad fijaremos en términos monetarios las inversiones y el financiamiento necesario para comprobar la viabilidad y factibilidad de aperturar la nueva unidad de Producción Artesanal.

3.3.9.1. Inversiones

El objetivo primordial de la inversión de este proyecto es determinar en términos cuantificables, los insumos necesarios para la apertura de la Unidad de Producción.

La inversión inicial para el 2021 que cuenta la Unidad de Producción es de 97,127.77 dólares, de la cual se puede resumir de la siguiente forma:

Tabla 56-3: Cálculo de la inversión total

| CONCEPTO | TOTAL \$ |
|---------------------------|--------------------|
| Inversión fija | \$52,984.90 |
| Inversión diferida | \$1200,00 |
| Capital de trabajo | \$43,335.86 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | \$97,520.76 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H.2021.

Posteriormente se procede a elaborar el estado de fuentes y usos, donde se detalla la inversión total requerida, lo aportado por los socios y lo que resta por cubrir para dar inicio al proyecto.

Tabla 57-3: Total de Inversión

| DESCRIPCIÓN | INVERSION REQUERIDA | RECURSO PROPIO GDMA ROBAMBA |
|---------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| ACTIVO FIJOS DEPRECIABLE | | |
| EDIFICACIONES | 7500 | 7500 |
| ADECUACIONES | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 42,625.9 | 42,625.9 |
| MUEBLES Y ENSERES | 1525 | 1525 |
| EQUIPO DE OFICINA | 84 | 84 |
| EQUIPO DE COMPUTO | 1250 | 1250 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | 0 |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 400 | 400 |
| GASTOS DE PUESTA EN MARCHA | 500 | 500 |
| IMPREVISTOS | 300 | 300 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 43,335.86 | 43,335.86 |
| TOTAL INVERSION | 97,520.76 | 97,520.76 |
| PORCENTAJE | 100% | 100% |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H.2021.

La inversión requerida para el primer año es de \$ 97,520.76, cubriendo el aporte del GADM DE RIOBAMBA el 100% de la inversión, por ende, no fue necesario el financiamiento por parte de instituciones financieras para poner en marcha el proyecto.

1.- Inversión Fija

Para elaborar lograr el funcionamiento de centro de formación artesanal del GAD Municipal de Riobamba, provincia de Chimborazo, se deberá contar con recursos físicos, humanos, intelectuales y económicos que el proyecto a crear disponga de una propuesta de valor.

a.- Máquinas y Equipos

Tabla 58-3: Cálculo de máquinas y equipos

| N.º | DESCRIPCIÓN DEL BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|--|----------|----------------|--------------------|
| 1 | Máquina Overlock 5 Hilos de Jean | 1 | \$1.034,11 | \$1.034,11 |
| 2 | Máquina Overlock 6 Hilos Liviana | 3 | \$1.080,99 | \$3.242,97 |
| 3 | Máquina Overlock 4 Hilos Liviana | 3 | \$1.005,78 | \$3.379,43 |
| 4 | Máquina Overlock 4 Hilos con Dosificador de Elástico | 1 | \$1.503,99 | \$1.503,99 |
| 5 | Máquina Overlock 5 Hilos con Encarrujado | 1 | \$1.223,00 | \$1.223,00 |
| 6 | Máquina Overlock 3 Hilos Filo Pañuelo | 1 | \$991,69 | \$991,69 |
| 7 | Máquina Recubridora Plana | 5 | \$1.363,00 | \$6.814,98 |
| 8 | Máquina Recubridora Elásticadora | 1 | \$2.098,91 | \$2.098,91 |
| 9 | Máquina Recubridora de Collarete | 2 | \$1.363,00 | \$2.725,99 |
| 10 | Máquina Elasticadora 6 agujas Industrial | 1 | \$2.133,80 | \$2.133,80 |
| 11 | Máquina Ojaladora Industrial | 1 | \$2.162,00 | \$2.162,00 |
| 12 | Máquina Botonera Industrial | 1 | \$1.071,58 | \$1.071,58 |
| 13 | Máquina Botonera Industrial | 1 | \$1.550,99 | \$1.550,99 |
| 14 | Máquina Recta Electrónica Pesada | 1 | \$892,99 | \$892,99 |
| 15 | Máquina Recta Electrónica Liviana | 3 | \$892,99 | \$2.678,96 |
| 16 | Máquina Recta Industrial Mecánica | 8 | \$516,99 | \$4.135,94 |
| 17 | Máquina Bordadora 15 Agujas 1 cabeza | 1 | \$8.368,85 | \$8.368,85 |
| TOTAL | | | | \$42,625,90 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021.

b.- Muebles y Enseres

Tabla 59-3: Cálculo de muebles y enseres

| N.º | DESCRIPCIÓN DEL BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|---|----------|----------------|-----------------|
| 1 | Muebles y enseres área ventas | | | |
| 2 | Vitrinas | 1 | \$150,00 | \$150,00 |
| 3 | Maniquies | 2 | \$80,00 | \$160,00 |
| 4 | Estantería sin fondo (Madera /5 niveles) | 1 | \$20000 | \$200,00 |
| 5 | Estantería colgadora (Metalica/2 perchas) | 1 | \$100,00 | \$100,00 |
| | Muebles y enseres área de producción | | | |
| 6 | Basureros | 2 | \$40,00 | \$80,00 |
| 7 | Sillas (standard) | 8 | \$50,00 | \$200,00 |
| 8 | Mesa de Corte (Madera) | 2 | \$150,00 | \$300,00 |
| 9 | pizarra (120x100 cm) | 1 | \$75,00 | \$75,00 |
| 10 | Estación de trabajo | 2 | \$100,00 | \$200,00 |
| 11 | Espejos | 3 | \$20,00 | \$60,00 |
| TOTAL | | | | 1,525,00 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásquez, H.2021.

C.-Equipo de oficina

Tabla 60-3: Cálculo del equipo de oficina

| N.º | DESCRIPCIÓN DE BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|---------------------|----------|----------------|----------------|
| 1 | Teléfono | 1 | \$60,00 | \$60,00 |
| 2 | Grapadoras | 1 | \$4,00 | \$4,00 |
| 3 | Perforadas | 1 | \$5,00 | \$5,00 |
| 4 | Calculadoras | 1 | \$15,00 | \$15,00 |
| TOTAL | | | | \$84,00 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásquez, H.2021.

D.-Equipo de cómputo

Tabla 61-3: Cálculo del equipo de cómputo

| N.º | DESCRIPCIÓN DEL BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|----------------------|----------|----------------|------------------|
| 1 | Impresora | 1 | \$ 350,00 | \$350,00 |
| 2 | Computadora | 1 | \$900,00 | \$900,00 |
| TOTAL | | | | \$1250,00 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásquez, H.2021.

2.-Inversión Diferida

Tabla 62-3: Cálculo Inversión diferida

| N.º | DESCRIPCIÓN DEL BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|----------------------------|----------|----------------|------------------|
| 1 | Gastos de constitución | 1 | \$ 400,00 | \$400,00 |
| 2 | Gastos de puesta en marcha | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| 3 | Imprevistos | 1 | \$300,00 | \$300,00 |
| TOTAL | | | | \$1200,00 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021.

a-Capital de trabajo

Tabla 63-3: Cálculo capital de trabajo

| Capital de Trabajo | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Producción Anual | <u>16079</u> | <u>16447</u> | <u>17015</u> | <u>17806</u> | <u>18854</u> |
| Costo de Operación | 12.683,31 | 12.952,16 | 13.141,44 | 13.311,31 | 13.460,95 |
| Materia Prima | 7.959,81 | 8.088,76 | 8.203,62 | 8.304,53 | 8.390,89 |
| Mano de Obra | 1.352,13 | 1.437,42 | 1.463,18 | 1.489,41 | 1.516,11 |
| Costos Indirectos de Fabricación | 3.371,37 | 3.425,98 | 3.474,63 | 3.517,37 | 3.553,95 |
| Gastos Administrativos y Ventas | 30.215,81 | 32.472,44 | 33.036,55 | 33.191,00 | 33.769,17 |
| Sueldo Administrativo | 21.288,48 | 22.992,85 | 23.404,99 | 23.824,53 | 24.251,58 |
| Sueldo de Ventas | 6.706,90 | 7.234,13 | 7.363,80 | 7.495,80 | 7.630,16 |
| Depreciaciones | 627,57 | 627,57 | 627,57 | 210,90 | 210,90 |
| Amortizaciones | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 | 48,00 |
| Servicios básicos | 827,10 | 840,50 | 852,44 | 862,92 | 871,90 |
| Suministros de oficina | 423,53 | 430,39 | 436,50 | 441,87 | 446,47 |
| Publicidad | 50,91 | 51,73 | 52,46 | 53,11 | 53,66 |
| Lubricantes | 636,31 | 646,62 | 655,80 | 663,87 | 670,77 |
| Inversión en Capital de Trabajo | 43,335.86 | 45,867.70 | 46,626.76 | 46,956.06 | 47,688.15 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021.

Es importante señalar que la inversión fija como la diferida debe efectuarse antes de iniciar a elaborar el proyecto, ya que en ellas contiene la infraestructura de la empresa para que esta puede funcionar legalmente.

3.3.9.2. Gastos

Los gastos totales que tendrá la Unidad de Producción, durante su primer año serán de un total de \$41 740,00 explicados de la siguiente manera:

Tabla 64-3: Cálculo del total de gastos

| CONCEPTO | TOTAL |
|---------------------------------|--------------------|
| Gastos Administrativos y Ventas | \$30,652.55 |
| Total, de Gastos | \$30,652.55 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

A-Gasto Administrativo

Tabla 65-3: Gasto Administrativo

| CARGO | DIRECTOR | SECRETARIA |
|------------------|----------------|---------------|
| Sueldo básico | 10800 | 4800 |
| 13er Sueldo | 900 | 400 |
| 14to Sueldo | 400 | 400 |
| Aporte Patronal | 1204.2 | 535.3 |
| Aporte Personal | 1020.6 | 463.6 |
| Fondo de Reserva | 0 | 0 |
| TOTAL | 14324.8 | 6588.8 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

B-Gasto Ventas

Tabla 66-3: Gasto ventas

| CARGO | ESTUDIANTES |
|------------------|---------------|
| Sueldo básico | 4800 |
| 13er Sueldo | 400 |
| 14to Sueldo | 400 |
| Aporte Patronal | 535.2 |
| Aporte Personal | 453.6 |
| Fondo de Reserva | 0 |
| TOTAL | 6588.8 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

C.-Servicios básicos

Tabla 67-3: Cálculo de servicios básicos

| N.º | DESCRIPCIÓN DEL BIEN | CANTIDAD | PAGO MENSUAL | PAGO ANUAL |
|--------------|----------------------|----------|--------------|-------------------|
| 1 | Energía eléctrica | 1 | \$52,00 | \$624,00 |
| 2 | Agua | 1 | \$25,00 | \$336,00 |
| 3 | Teléfono y Internet | 1 | \$60,00 | \$720,00 |
| TOTAL | | | | \$1,644.00 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

D.-Materiales y suministros de oficina

Tabla 68-3: Cálculo suministros de oficina

| ITEMS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD MT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|------------------------------|--------------|----------------|-------------|
| 1 | Hoja | 4 | 2.5 | 10 |
| 2 | Juegos de reglas de madera | 10 | 3.5 | 35 |
| 3 | Juegos de reglas de plastico | 10 | 3 | 30 |
| 4 | Cintas metricas | 30 | 2 | 60 |
| 5 | Tizas de cera | 50 | 0.3 | 15 |
| 6 | pliegos de carton | 40 | 0.4 | 16 |
| 7 | conos de hilos de bordar | 40 | 3 | 120 |
| 8 | metros para chaquetas | 10 | 5 | 50 |
| 9 | paños de aguja | 20 | 0.5 | 10 |
| 10 | Pinzas | 10 | 1 | 10 |
| 11 | Bobinas | 20 | 3 | 60 |
| TOTAL | | | | 416 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

E.- Publicidad

Tabla 69-3. Cálculo de la Publicidad

| ITEMS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD MT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|-------------|--------------|----------------|-------------|
| 1 | Volantes | 1000 | 0.05 | 50 |
| Total | | | | 50 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

Tabla 70-3: Mantenimiento de maquinaria y equipo

| ITEMS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD MT. | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|--------------------|--------------|----------------|-------------|
| 1 | Aceite de maquinas | 5 | 5.00 | 25 |
| 2 | Mantenimiento | 1 | 600.00 | 600 |
| TOTAL | | | | 625 |

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H. 2021

F. Depreciaciones

Tabla 71-3: depreciación

| DEPRECIACIÓN | 2020 |
|--|----------------|
| DEPREC. EDIFICACIONES Y CONTRUCCION | 375 |
| DEPREC. MAQUINARIA Y EQUIPO | 4252.59 |
| DEPREC. MUEBLES Y ENSERES | 152.50 |
| DEPREC. EQUIPO DE OFICINA | 8.40 |
| DEPREC. EQUIPO DE COMPUTO | 416.67 |
| TOTAL | 7235.16 |

Fuente. Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021

Según tabla proyectada se muestra un resultado de \$7426.88 que es resultado final según cálculos para cada uno de los activos.

a) Amortizaciones

Tabla 72-3: Amortización

| AMORTIZACIONES | 2020 |
|-----------------------------------|---------------|
| AMORT. GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 80.00 |
| AMORT. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA | 100.00 |
| AMORT. IMPREVISTOS | 60.00 |
| TOTAL | 240.00 |

Fuente. Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H.2021

Según la tabla proyectada en amortizaciones se muestra un resultado de \$240 que es resultado según cálculos proyectados en el proyecto.

3.3.9.3. Costos

Tabla 73-3: Cálculo de Ventas Unitarias

| PRECIO DE VENTA UNITARIO | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ROPA DEPORTIVA | 20 | 20.36 | 20.69 | 20.99 | 21.24 | 21.46 |
| ROPA DE TRABAJO | 24 | 24.18 | 24.57 | 24.92 | 25.23 | 25.49 |
| UNIFORMES CORPORATIVOS | 27 | 27.68 | 28.13 | 28.53 | 28.88 | 29.18 |
| OTROS | 11 | 11.20 | 11.38 | 11.54 | 11.68 | 11.80 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

Tabla 74-3: Cálculo Ventas Totales de producción

| PRECIO DE VENTA UNITARIO | \$ 313,088 | \$323,567.57 | \$336,339.10 | \$352,883.59 | \$373,834.98 | \$399,970.74 |
|-------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ropa Deportiva | 93600.00 | 96733.10 | 100551.25 | 105497.36 | 111760.94 | 119574.44 |
| Ropa de Trabajo | 85500.00 | 88361.97 | 91849.70 | 96367.78 | 102089.32 | 109226.65 |
| Uniformes Corporativos | 88087.50 | 91036.08 | 94629.36 | 99284.17 | 105178.87 | 112532.19 |
| Otros | 45900.00 | 49114.60 | 51046.74 | 53550.32 | 56720.27 | 606678.16 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H. 2021

3.3.9.4. Ingresos

Para obtener los ingresos se hizo un cálculo con la demanda obtenida mediante un estudio de mercado, en el cual se realizó dos encuestas tanto a la Población Económicamente Activa de Riobamba, como a los estudiantes que se titulan como artesanos calificados, en el Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, en el cual se tomara en cuenta los primeros

productos que ofertara la Unidad de Producción, en lo cual se verá reflejada para el año 1, y así poder determinar la proyección de ingresos.

Para la proyección de ingresos se tomará los resultados que se obtuvo mediante la demanda proyectada del estudio de mercado.

Tabla 75-3: Crecimiento Esperado

| PRENDAS CONFECCIONADAS | CANTIDAD (UNIDADES) | | | PRECIO | | TOTAL | |
|-------------------------------|---------------------|-------------|--------------|--------|-----------------|--------------------|---------------------|
| | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL | \$ | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL |
| Ropa Deportiva | 13 | 390 | 4680 | 20 | \$260.00 | \$7,800.00 | \$93,600.00 |
| Dopa de Trabajo | 10 | 300 | 3600 | 24 | \$237.50 | \$7,125.00 | \$85,500.00 |
| Uniformes Corporativos | 9 | 270 | 3240 | 27 | \$244.69 | \$7,340.00 | \$88,057.50 |
| Otros | 12 | 360 | 4320 | 11 | \$127.50 | \$3,825.00 | \$45,900.00 |
| TOTAL | 35 | 1050 | 12600 | | \$869.69 | \$26,090.63 | \$313,087.50 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H. 2021

Producción Anual por cada prenda

Tabla 76-3: Producción Anual Prendas

| PRENDAS CONFECCIONADAS | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ropa Deportiva | 4680 | 4751 | 4859 | 5027 | 5261 | 5571 |
| Ropa de Trabajo | 3600 | 3654 | 3738 | 3867 | 4047 | 4285 |
| Uniformes Corporativos | 3240 | 3289 | 3364 | 3480 | 3642 | 3857 |
| Otros | 4320 | 4385 | 4486 | 4640 | 4856 | 5142 |
| Total | 15840 | 16079 | 16447 | 17015 | 17806 | 18854 |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H. 2021

3.3.9.5. *Estados Financieros*

**UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MUNICIPAL RIOBAMBA
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 01 DE ENERO DE 2021**

Tabla 77-3: Estados Financieros

| | | | |
|------------------------------------|------------------|-----------|------------------|
| ACTIVO | | | 97,520.76 |
| ACTIVO CORRIENTE | | 43,335.86 | |
| CAJA | 43,335.86 | | |
| ACTIVO FIJO | | 52,984.9 | |
| <i>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</i> | 52,984.9 | | |
| EDIFICACIONES ADECUACIONES | 7500 | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 42,625.9 | | |
| MUEBLES Y ENSERES | 1525 | | |
| EQUIPO DE OFICINA | 84 | | |
| EQUIPO DE COMPUTO | 1250 | | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | 1200 | |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 400 | | |
| GASTOS DE PUESTA EN MARCHA | 500 | | |
| IMPREVISTOS | 300 | | |
| PASIVO | | | |
| PASIVO CORRIENTE | 0.00 | | 0.00 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 0.00 | | |
| PATRIMONIO | | | |
| CAPITAL SOCIAL | 97,520.76 | | 97,520.76 |
| ACTIVO: PASIVO + PATRIMONIO | | | |
| | | | 97,520.76 |

Fuente. Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H.2021

Director

Secretaria

3.3.9.6. *Estado de Resultado*

UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MUNICIPAL RIOBAMBA
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 78-3: Estado de Resultados

| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS | | | | | |
| Ventas | 325,245.75 | 338,077.06 | 354,699.63 | 375,749.41 | 402,011.44 |
| Costo de Venta | 258,854.06 | 269,071.28 | 282,306.87 | 299,067.98 | 319,976.59 |
| Utilidad Bruta | 66,391.69 | 69,005.77 | 72,392.76 | 76,681.42 | 82,034.85 |
| GASTOS | | | | | |
| Otros Gastos | 30,652.55 | 32,915.54 | 33,485.32 | 33,644.75 | 34,227.19 |
| Gastos Administrativos y Vtas | 29,933.23 | 32,196.22 | 32,766.00 | 33,342.10 | 33,924.54 |
| Gastos de depreciación | 671.32 | 671.32 | 671.32 | 254.65 | 254.65 |
| Gasto de amortización | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 |
| Utilidad o pérdida Operacional | 35,739.14 | 36,090.23 | 38,907.43 | 43,036.67 | 47,807.65 |
| 15% Participación de Utilidades Trabajadores | 5,360.87 | 5,413.54 | 5,836.12 | 6,455.50 | 7,171.15 |
| Utilidad antes de Impuesto a la Renta | 30,378.27 | 30,676.70 | 33,071.32 | 36,581.17 | 40,636.51 |
| 22% Impuesto a la Renta | 6,683.22 | 6,748.87 | 7,275.69 | 8,047.86 | 8,940.03 |
| Utilidad o pérdida Neta | 23,695.05 | 23,927.83 | 25,795.63 | 28,533.31 | 31,696.47 |

Fuente. Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H.2021

3.3.9.7. Flujo de fondo proyectado

UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MUNICIPAL RIOBAMBA
FLUJO DE FONDO PROYECTADO

Tabla 79-3: Cálculo del flujo de fondo proyectado

| Rubros | | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------|--|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| (+) | Ventas | | 325,245.75 | 338,077.06 | 354,699.63 | 375,749.41 | 402,011.44 |
| (-) | Costo de Venta | | 258,854.06 | 269,071.28 | 282,306.87 | 299,067.98 | 319,976.59 |
| (=) | Utilidad antes Participación Trabajadores | | 66,391.69 | 69,005.77 | 72,392.76 | 76,681.42 | 82,034.85 |
| (-) | Gastos Administrativos y Vtas | | 29,933.23 | 32,196.22 | 32,766.00 | 33,342.10 | 33,924.54 |
| (=) | Utilidad de operación | | 36,458.46 | 36,809.55 | 39,626.75 | 43,339.32 | 48,110.30 |
| (-) | Gastos financieros | | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| (=) | Utilidad imponible | | 36,458.46 | 36,809.55 | 39,626.75 | 43,339.32 | 48,110.30 |
| (-) | 15% Participación de Utilidades Trabajadores | | 5,360.87 | 5,413.54 | 5,836.12 | 6,455.50 | 7,171.15 |
| (=) | Utilidad antes de I. Renta. | | 31,097.59 | 31,396.02 | 33,790.64 | 36,883.82 | 40,939.16 |
| (-) | 22% Impuesto a la Renta | | 6,841.47 | 6,907.12 | 7,433.94 | 8,114.44 | 9,006.61 |
| (=) | Utilidad o pérdida Neta | | 24,256.12 | 24,488.89 | 26,356.70 | 28,769.38 | 31,932.54 |
| | Inversion | - | | | | | |
| | | 97,520.76 | | | | | |

Fuente. Investigación de campo
Realizado por: Vásconez, H.2021

UNIDAD DE PRODUCCIÓN ARTESANAL MUNICIPAL RIOBAMBA

FLUJO DE FONDO CON FINANCIAMIENTO

Tabla 80-3: Cálculo del flujo de fondo con financiamiento proyectado

| Rubros | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
|--|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| (+) Ventas | | 325,245.75 | 338,077.06 | 354,699.63 | 375,749.41 | 402,011.44 | |
| (-) Costo de Venta | | 258,854.06 | 269,071.28 | 282,306.87 | 299,067.98 | 319,976.59 | |
| (-) Gastos Administrativos y Vtas | | 29,933.23 | 32,196.22 | 32,766.00 | 33,342.10 | 33,924.54 | |
| (=) Utilidad antes Participación Trabajadores | | 36,458.46 | 36,809.55 | 39,626.75 | 43,339.32 | 48,110.30 | |
| (-) 15% Participación de Utilidades Trabajadores | | 5,468.77 | 5,521.43 | 5,944.01 | 6,500.90 | 7,216.55 | |
| (=) Utilidad antes de I. Renta. | | 30,989.69 | 31,288.12 | 33,682.74 | 36,838.42 | 40,893.76 | |
| (-) 22% Impuesto a la Renta | | 6,817.73 | 6,883.39 | 7,410.20 | 8,104.45 | 8,996.63 | |
| (=) Utilidad o pérdida Neta | | 24,171.96 | 24,404.73 | 26,272.54 | 28,733.97 | 31,897.13 | |
| (+) Gastos de depreciación | | 671.32 | 671.32 | 671.32 | 254.65 | 254.65 | |
| (+) Gasto de amortización | | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | |
| (-) Inversión Aporte Socios | (97,520.76) | | | | | | |
| (=) Flujo de fondos | (97,520.76) | 24,891.27 | 25,124.05 | 26,991.85 | 29,036.62 | 32,199.78 | 138,243.58 |

Fuente. Investigación de campo

Realizado por: Vásconez, H.2021

3.3.9.8. Evaluaciones

Una vez que se dispone del estado flujo con financiamiento se precede a conocer la factibilidad del proceso propuesto, siendo necesario efectuarlo a través de los indicadores financieros a fin de analizar la liquidez, solvencia rentabilidad y eficiencia operativa que tendrá la fábrica durante cinco años.

3.3.9.9. Taza mínima aceptable de rendimiento

Permite identificar el iteres mínimo a rendir la empresa con el propósito de cubrir las deudas con terceros y los accionistas para ello se considera a la tasa actual pasiva; que otorgan los bancos y cooperativas en caso de invertir; como el porcentaje a otorga a los accionistas y el porcentaje a cubrir del préstamo.

Tabla 81-3: Tasa mínima aceptable de Rendimiento

| ENTIDAD | RENDIMIENTO | % DE APORTACIÓN | PROMEDIO PONDERADO |
|-----------------|-------------|-----------------|--------------------|
| ACCIONISTAS | 7% | 31.82% | 0.0223 |
| BANCO SOLIDARIO | 15.00% | 68.18% | 0.1023 |
| | 22.00% | 1 | 15.21% |

Fuente. Investigación de campo
Realizado por: Vásquez, H.2021

El porcentaje de aportación se lo obtiene dividiendo la tasa de rendimiento para el total del rendimiento, mientras que el promedio se obtiene al multiplicar el rendimiento por el porcentaje de aportación y la suma de este considera la TMAR, siendo esta de 15.21%.

3.3.9.10. Van

Determina el valor presente de un determinado número de flujos de efectivo que se originarán por una inversión. Para el cálculo de VAN es necesario aplicar la formula, donde se divide el flujo neto disponible en cada año para (1+ tasa de interés) elevado para cada año, el resultado de cada flujo se lo resta de la inversión inicial, disponiendo de siguiente manera

$$\sum x \frac{FN}{(1+i)^n} - I_0$$

Como tasa de interés para obtener el valor neto, se considerará la TMAR, la tasa pasiva de una entidad bancaria y de una cooperativa de ahorro y crédito.

Dónde:

VAN: Valor Actual neto que significa

FN: Flujo neto

I: tasa de interés

N: número de años del proyecto

IO: Inversión Inicial

$$VAN_1 = -IO + \left(\frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5} \right)$$

VAN 1 con TMAR

$$VAN_{TMAR} = \left(\frac{23995,44}{(1+0,0654)^1} + \frac{24192,81}{(1+0,0654)^2} + \frac{26012,60}{(1+0,0654)^3} + \frac{27995,44}{(1+0,0654)^4} + \frac{31077,71}{(1+0,0654)^5} \right) - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = 109720,61 - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = \mathbf{12199.85}$$

Análisis: el VAN calculado con la TMAR, en un periodo de 5 años del proyecto, se dispone de \$ 12199.85, rentabilidad a generar el proyecto si este se pone en marcha.

VAN 2 con tasa de la Coac Daquilema

$$VAN_{TMAR} = \left(\frac{23995,44}{(1+0,10)^1} + \frac{24192,81}{(1+0,10)^2} + \frac{26012,60}{(1+0,10)^3} + \frac{27995,44}{(1+0,10)^4} + \frac{31077,71}{(1+0,10)^5} \right) - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = 99769,82 - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = \mathbf{2249.06}$$

Análisis: el valor actual neto, calculada con la tasa pasiva e la Coac Daquilema, muestra un valor positivo de \$ 2249.06. Revelando la viabilidad del proyecto.

VAN 3 con tasa de la Coac Riobamba

$$VAN_{TMAR} = \left(\frac{23995,44}{(1+0,0797)^1} + \frac{24192,81}{(1+0,0797)^2} + \frac{26012,60}{(1+0,0797)^3} + \frac{27995,44}{(1+0,0797)^4} + \frac{31077,71}{(1+0,0797)^5} \right) - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = 105.424,73 - 97520,76$$

$$VAN_{TMAR} = \mathbf{7903.97}$$

Análisis: el valor actual neto, calculada con la tasa pasiva e la Coac Riobamba, muestra un valor positivo de \$ 7903.97, revelando la viabilidad del proyecto.

3.3.9.11. Tir

Permite identificar la tasa de rentabilidad que dispondrá un proyecto, este indicador también se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Es importante señalar que una inversión se considera aceptable, si la tasa interna de retorno es mayor o igual a la tasa de rendimiento esperada por el inversionista, para ello se aplica la misma fórmula del Van hasta igual este valor a 0, para posteriormente disponer del interés que otorgará el proyecto.

$$TIR = VAN = 0$$

$$TIR = -97520.76 + \left(\frac{23.995,44}{(1+r)^1} + \frac{24.192,81}{(1+r)^2} + \frac{26.012,60}{(1+r)^3} + \frac{27.995,44}{(1+r)^4} + \frac{31.077,71}{(1+r)^5} \right)$$

$$TIR = 10,54\%$$

Al considerar la regla donde indica que “SI $TIR > k$ (tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN), el proyecto de inversión será aceptado”. En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión, el proyecto propuesto, dispone de una TIR del 10,54%, afirmando la factibilidad del proyecto.

3.3.9.12. Periodo de recuperación de la inversión

Para conocer el tiempo exacto de recuperación del total de la inversión, es decir, en años, meses y en la cual será cubierta la inversión inicial. Para conocer de este dato es preciso tomar los flujos netos de los años proyectados en conjunto con la inversión inicial, para posteriormente sumar o acumular dichos valores hasta el tiempo del proyecto, como se presenta a continuación:

Tabla 82-3: Tasa mínima de recuperación

| AÑOS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| Flujos de fondos | (\$97,520.76) | \$ 23.995,44 | \$ 24.192,81 | \$ 26.012,60 | \$ 27.995,44 | \$ 31.077,71 |
| Flujo de fondos acumulado | (\$97,520.76) | (\$ 73.742.11) | (\$ 49.770.33) | (\$ 23.982.51) | \$ 23.565,37 | \$ 54.643,08 |
| % de recuperación | | 24% | 25% | 26% | 28% | 32% |
| % de Recup. Acum. | | 8% | 33% | 59% | 87% | 119% |

Fuente: Fuente de Investigación
Realizado por: Vásquez, H.2021

En la tabla anterior se puede visualizar los flujos a disponer durante los 5 años considerados del proyecto, estableciéndose; según el porcentaje de recuperación acumulada; que en el primer año se cubre con 8%, en el segundo el 33%, en el tercer año el 59%, en el cuarto 87% y en el quinto año el 119%. Esto nos indica que en el tercero y cuarto año se cubre con la inversión efectuada, por lo tanto, es necesario tomar en consideración la siguiente fórmula:

$$PIR = P + \left(\frac{-VP}{PP} \right)$$

Donde:

P= último periodo negativo acumulado

VP= Valor de p acumulado

PP=Valor del periodo posterior

$$PIR = 3 + \left(\frac{-4.430,07}{27.995,44} \right)$$

$$PIR = 3 + (0,15)$$

$$PIR = 3,15$$

$$PIR = 3 \text{ años}$$

$$PIR = 0,15 * 12 \text{ meses} = 1,8989100775$$

$$PIR = 3 \text{ años}, 1 \text{ meses}$$

$$PIR = 0,8989100775 * 30 = 26,96730233$$

$$PIR = 3 \text{ años}, 1 \text{ meses}, 26 \text{ dias}$$

El proyecto correspondiente a la creación de una unidad de producción de corte y confección en las instalaciones del centro de formación artesanal del GAD Municipal de Riobamba, dispondrá de un tiempo exacto de recuperación de la inversión inicial de 3 años, 1 mes, 26 días.

3.3.9.13. Evaluación social

En la evaluación social identificamos los beneficiarios desde el punto de vista del bienestar social que genera este proyecto se basa en los beneficiarios directos e indirectos que obtendremos con la implantación del proyecto de factibilidad para la creación de una unidad de producción de corte y confección en las instalaciones del centro de formación artesanal del GAD Municipal de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

Tabla 83-3: Beneficiarios directos

| BENEFICIARIOS DIRECTOS | N.º PERSONAS | TOTAL |
|--|--------------|-----------|
| Estudiantes | 35 | 35 |
| Centro de formación artesana del GAD Municipal de Riobamba | 1 | 1 |
| Total beneficiarios directos | | 36 |

Fuente: Fuente de Investigación

Realizado por: Vásquez, H.2021

Al realizar esta investigación podemos identificar a los beneficiarios directos e indirectos que se van a beneficiar de este proyecto tenemos como beneficiarios directos a los estudiantes que son 35 los que van a confeccionar prendas de vestir y el centro de formación artesanal del GAD Municipal de Riobamba como único presentante por ser una entidad pública, obtenemos 36 beneficiarios directos.

Tabla 84-3: beneficiarios indirectos

| BENEFICIARIOS DIRECTOS | N.º PERSONAS | MIEMBROS DE FAMILIA | TOTAL |
|---|---------------------|--------------------------------|--------------|
| Proveedores | 2 | 4 | 8 |
| Estudiantes | 35 | 4 | 140 |
| Centro de formación artesana del GAD Municipal de Riobamba | 1 | 4 | 4 |
| Total Beneficiarios Indirectos | | | 152 |

Fuente: Fuente de Investigación

Realizado por: Vásconez, H.2021

Los beneficiarios indirectos los cuales se toma en cuenta a 4 miembros por familia, en los beneficiarios indirectos tenemos a los clientes y proveedores principales de telas e hilos siendo así 2 haciendo referencia a 4 miembros por familia obtendremos 152 beneficiarios indirectos, los beneficiarios indirectos son los compradores de prendas de vestir.

CONCLUSIONES

Al desarrollar el marco teórico se pudo determinar y comprender todas las variables de estudio y todas las definiciones necesarias para la elaboración de este proyecto, mediante investigaciones relevantes en libros, artículos científicos, fuentes bibliográficas y fuentes de internet relacionadas a proyectos de factibilidad, y así poder obtener una información importante y correcta para la presente indagación, la cual nos dio como resultados su desarrollo, mediante un estudio de mercado, estudio administrativo, estudio técnico, estudio financiero y finalmente las evaluaciones, demostrando así la viabilidad y su rentabilidad.

Se pudo determinar que el mejor instrumento para la toma de información es la encuesta la misma que se realizó tanto al Pea de la ciudad de Riobamba como a los estudiantes del centro de formación, lo cual nos dio como resultado por parte de la población riobambeña y alumnado, la aceptación y acogida para su funcionamiento de esta Unidad de Producción Artesanal.

Se realizó el estudio de factibilidad en donde se tiene los componentes básicos que es Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Financiero y Evaluaciones, el mismo que se pudo determinar que el proyecto es viable con una TMAR del 15.21%, un VAN de \$ 12199.85, representando la viabilidad de este proyecto, teniendo como TIR un 10.54% y un PRI de 3 años, 1 mes, 26 días. La Unidad cuenta con todos los elementos de una planificación como la misión, visión, valores, manual de funciones, organigrama los cuales representan un crecimiento, a través del estudio económico, se determinó los índices financieros, el rendimiento y el impacto económico que nos dan como resultado la factibilidad del este proyecto.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a las autoridades del Centro de Formación Artesanal Municipal Riobamba, que mantengan una constante revisión bibliográfica acerca de los temas tratados en esta investigación, la Unidad Artesanal deberá asegurarse de que su comisión ofrezca contantemente productos textiles totalmente de calidad, a precios establecidos según estudios puestos en marcha, siempre manteniéndose en la vanguardia de los nuevos prototipos de moda del mercado, innovación en sus diseños.

Se recomienda seguir aplicando formularios de encuesta para medir el nivel de satisfacción de los clientes, además se debería implementar medidas de seguridad adecuadas, para que todas las herramientas, materiales y maquinaria se mantengan en sitios seguros y estratégicos, con esto se optimizaría la producción y el tiempo, evitando desperdicio de material, estableciendo un mantenimiento preventivo continuo cada cierto tiempo, con esto se evitaría el estancamiento de la producción.

Se recomienda a las autoridades implementar este estudio de factibilidad porque se determinó que sus evaluaciones son viables lo cual permitirá una mayor rentabilidad a la Unidad de Producción, planificar y ejecutar las estrategias de comercialización propuestas para establecer características especiales en la Unidad de Producción, teniendo como punto venta el propio Centro Artesanal, a la vez ofreciendo a la ciudadanía servicios como: Maquila, y arreglo de prendas de vestir, donde los estudiantes puedan representar sus productos elaborados dándoles la oportunidad de ser sus propios ejecutores, no limitándose a la venta del producto del fabricante a consumidor, si no exponiéndose empleando las redes sociales como una poderosa herramienta de ingresos económico

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2011). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Benítez, S. (2009). *La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo*. Obtenido de: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/48D7253265028FB40525827A0061790C/\\$FILE/CyD_LaArtesaniaLatinoamericana.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/48D7253265028FB40525827A0061790C/$FILE/CyD_LaArtesaniaLatinoamericana.pdf).
- Bustamente, L. (2017). *Proyecto de Factibilidad para la creacion de una granja avicola*. Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8710/1/12T01143.pdf>.
- Carrion, R., & Berasategi, V. (2010). *Guia para la elaboracion de proyectos*. Vasco: TRESDETRES.
- Castellanos, H. (2018). *Demanda Historica*. Obtenido de: <https://es.scribd.com/document/385332681/DEMANDA-HISTORICA>
- CEPAL. (2010). *Evaluación Social de Proyectos*. Obtebido de: <https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/SegundoModulo.pdf>
- Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación.
- Chang, M. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Obtebido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6399/1/42T00362.pdf>.
- Checa, L. (2015). *Estudio de factibilidad para la implementación del área de estampado en serigrafía y sublimado en la empresa Sumatex, periodo 2015*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9405/1/122T0036.pdf>.
- Colala, K. (2017). Proyecto de Factibilidad para la creacion de una empresa de servicios de limpieza. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8690/1/12T01127.pdf>
- Córdova, S., & Medina, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Obtenido de: https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf.
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (2016). *Estudio de Localización de un proyecto*. Ventana Científica, 7(11), 1-23. Retrieved from Localizacion de un proyecto.
- Definicion. (2010). *Definicion de estudio*. Obtenido de: <https://definicion.mx/estudio/>
- Farias, G. (2016). *Tendencias globales del sector textil. Industria Textil & Moda*. Obtenido de: <https://gabrielfariasiribarren.com/tendencias-globales-del-sector-textil/>
- Gabriel, U. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw-Hill.

- González, G. (2018). *Investigación documental: características, estructura, etapas, tipos, ejemplos*. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>.
- Guala, J. (2019). *Estudio de Factibilidad para la apertura de la sucursal de ecotono consultores*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Obtenido de: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/14048/1/12T01345.pdf>
- Instituto de Imbabura. (2017). *¿Qué es corte y confección?* Obtenido de: <https://www.institutoimbabura.edu.ec/que-es-corte-y-confeccion/>
- Lara, B. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión*. Obtenido de: <https://isbn.cloud/9789942033819/como-elaborar-proyectos-de-inversion-paso-a-paso/>.
- Martínez, J. (2014). *Diccionario Social* | Obtenido de: <https://diccionario.leyderecho.org/unidad-de-produccion/>
- Mena, C., Urrutia, J., López, A., & Berrones, P. (2017). *El empleo y el desarrollo económico local del cantón Riobamba - Ecuador*. Obtenido de: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/desarrollo-economico-canton.html>
- Mille, J. (2002). *Manual básico de elaboración y evaluación de proyectos*. Barcelona: Utiles Practicos 13.
- Myers, D. (2006). *Psicología* (7ª ed). Madrid: Médica Panamericana.
- Naresh, M. (2008). *El estudio de mercado*. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Nextop. (2018). *Como definir correctamente el Alcance de un Proyecto*. Obtenido de: <https://nextop.es/como-definir-el-alcance-de-un-proyecto/>.
- Orozco, J. (2018). *Tamaño del proyecto formulacion y Evaluacion de proyectos de Ingenieria*. Obtenido de: https://www.academia.edu/29399812/TAMA%20DEL_PROYECTO_FORMULACION_Y_EVALUACION_DE_PROYECTOS_DE_INGENIERIA
- Paredes, A., & Asociados Cia LTDA. (2018). *Estructura Orgánica y Funcional*. Obtenido de: <https://alfredoparedesyasociados.com/estructura-organica-y-funcional/>.
- Pacheco, J. (2020). *Mercado Potencial*. Obtenido de: <https://www.webyempresas.com/mercado-potencial-que-es-caracteristicas-e-importancia/>
- Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Pedrosa, S. (2017). *Costo de oportunidad*. Obtenido de: <https://economipedia.com/autor/s-jorge>
- Peiro, A. (2020). *Visión de empresa*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html#:~:text=La%20visi%C3%B3n%20de%20una%20empresa,c%C3%B3mo%20planea%20conseguir%20sus%20metas..>

- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de egresos*. Obtenido de: <https://definicion.de/egresos/#:~:text=Del%20lat%C3%ADn%20egressus%2C%20los%20egresos,o%20las%20partidas%20de%20descargo.&text=El%20concepto%20de%20egresos%2C%20de,entiende%20el%20dinero%20que%20entra>.
- Quiroa, M. (2020). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>.
- Raffino, M. (2020). *Concepto de Ingresos*. Obtenido de: <https://concepto.de/ingreso-2/#:~:text=Se%20denomina%20ingreso%20al%20incremento,del%20quehacer%20econ%C3%B3mico%20y%20administrativo>.
- Rojas, F. (2007). *Formulación de proyectos*. Obtenido de: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Romero, T. (2018). *Proyecto de factibilidad para la creación de los talleres artesanales del Gad parroquial de Ingapirca, del cantón Cañar y Provincia del Cañar, período segundo semestre del 2017-primero del 2018*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8557/1/22T0437.pdf>
- Sarabia, D. (2017). *Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de prendas de vestir personalizadas*. Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16051/1/T-UCE-0003-CAD-017AE.pdf>
- Salazar, B. (2019). *¿Qué es el diseño y distribución en planta?*. Obtenido de: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/disenio-y-distribucion-en-planta/que-es-el-disenio-distribucion-en-planta/>
- Sampieri, R. (2004). *Metodología de la investigación*. La Habana: Felix varela.
- Schvab, L. (2012). *Máquinas y Herramientas*. Buenos Aires: Colección Encuentro Inet.
- Segatore, N. (2019). *La importancia del Estudio Organizacional*. Obtenido de: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-organizacional>.
- Suárez, P. (2011). *Curso de Metodología de la Investigación*. Obtenido de: http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf.
- Urbina, B. (2018). *Evaluación de Proyectos*. Obtenido de: <https://sites.google.com/site/proyectomjrodhez/evaluacion-de-proyectos-baca-urbina>
- Velayos, V. (2020). *Misión de una Empresa*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html>

ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA 1

Género Masculino Femenino Neutro

Edad 16-25 25- 35 35-(Adelante)

¿Tiene Ud. Conocimiento sobre la formación en las ramas de corte, confección y belleza que brinda el centro formación artesanal municipal Riobamba?

Si No

¿Estaría Ud. interesado en que se cree una Unidad de Producción en corte y confección el Centro de Formación artesanal Municipal Riobamba, con el fin de ayudar de una manera económica a los estudiantes?

Si No

¿Usted conoce una unidad de producción publica dedicada a producción y comercialización en corte y confección, ubicadas en Riobamba, provincia de Chimborazo?

Si No

¿En su opinión, estaría interesado en adquirir los productos en corte y confección que los estudiantes producirían diariamente?

Si No

¿Piensa que es este proyecto publico ayudaría al crecimiento socioeconómico de la Ciudad de Riobamba y sería la iniciativa de nuevos emprendimientos?

Si No

¿Que busca en una prenda de vestir antes de comprar?

Diseño calidad (materia prima) variedad Precios Puntualidad de entrega

¿Qué tipo de prendas le gustaría que se fabriquen en la Unidad de Producción?

Lencería Deportiva Ropa sobre medida otros

¿En caso que su respuesta no se encuentre en la pregunta anterior, que productos le gustaría que se fabriquen?

.....

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de cada producto?

| | | | |
|--------------------------|-------------|---------------|---------------|
| Ropa Deportiva | \$8-\$10 () | \$10 -\$12 () | \$12- \$14 () |
| Lencería | \$5-\$6 () | \$6-\$7() | \$7-\$8() |
| Ropa sobre medida | \$9-\$11 () | \$11 -\$13 () | \$13- \$15 () |
| Otros | \$5-\$7() | \$7-9() | \$9-11() |

¿Por qué medios le gustaría adquirir los productos?

Almacenes () Centros comerciales () Por catálogo () Otros ()

¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer sobre nuestros productos?

Radio () Televisión () Redes Sociales () Periódico () Otros ()

¿Con que frecuencia Ud. adquiere distintamente productos de vestir cómo?

| Producto | Al mes | Trimestral | Anual |
|--------------------------|---------------|-------------------|--------------|
| Ropa Deportiva | | | |
| Lencería | | | |
| Ropa sobre medida | | | |
| Otros | | | |

¿Ud. Estaría dispuesto a comprar los productos elaborados en la Unidad de Producción, con material ecológico con el fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente?

Si () No ()

ANEXO B: MODELO DE ENCUESTA 2.

¿Le gustaría que se creara una UNIDAD DE PRODUCCIÓN de corte y confección en las instalaciones del Centro de Formación artesanal Municipal Riobamba?

Si No

¿Usted conoce una unidad de producción publica dedicada a producción y comercialización en corte y confección, ubicadas en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo?

Si No

¿Qué tipo de prendas le gustaría confeccionar? Señale

Lencería Deportiva Ropa sobre medida otros

¿Si no se encuentra en la lista anterior su respuesta, que productos le gustaría que se produzcan?

.....
...

Responda. ¿Le gustaría trabajar por cantidad o individual?

.....
...

¿Qué precio estaría dispuesto a proponer al público en general por su lucro?

| | | | |
|--------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Ropa Deportiva | \$8-\$10 <input type="checkbox"/> | \$10 -\$12 <input type="checkbox"/> | \$12- \$14 <input type="checkbox"/> |
| Lencería | \$5-\$6 <input type="checkbox"/> | \$6-\$7 <input type="checkbox"/> | \$7-\$8 <input type="checkbox"/> |
| Ropa sobre medida | \$9-\$11 <input type="checkbox"/> | \$11 -\$13 <input type="checkbox"/> | \$13- \$15 <input type="checkbox"/> |
| Otros | \$5-\$7 <input type="checkbox"/> | \$7-9 <input type="checkbox"/> | \$9-11 <input type="checkbox"/> |

¿Qué porcentaje de utilidad le gustaría a Ud. generar por la fabricación de los productos?

35% 40% 50% 100%

¿En qué medios de comunicación le gustaría que se haga la publicidad y comercialización de las prendas de vestir?

Revistas Periódicos Redes sociales Televisión Radio

¿Por qué medios le gustaría que se comercialice los productos?

Almacenes Centros comerciales Por catálogo Otros

¿Estaría dispuesto usted con la fabricación de productos ecológicos en la Unidad de Producción?

Si No

ANEXO C: CARTA DE AUSPICIO



Oficio 081-GADMR-GDSH-CFA-D
Riobamba, 18 de septiembre de 2020

Señor
Hernán Santiago Vásconez Malán
ESTUDIANTE ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

De mi consideración:

Con un saludo cordial, en respuesta a la solicitud presentada por usted a este despacho, me complace manifestar que, una vez se ha recibido el aval de la Dirección de Gestión de Talento Humano del GADM Riobamba, queda autorizada la realización de su Trabajo de Integración Curricular (Tesis de Grado) en nuestra institución, con el tema: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE PRODUCCIÓN DE CORTE Y CONFECCIÓN EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL DEL GAD MUNICIPAL DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**.

Particular que remito para fines consiguientes.

Atentamente,

Ing. Luis Checa Viteri
DIRECTOR CFA MUNICIPAL RIOBAMBA

Prendas de vestir diseñados por la Unidad de Producción

ANEXO D CAMISA DE HOMBRE



ANEXO E: CAMISA DE MUJER



ANEXO F: CAMISETA POLO



ANEXO G: PIJAMAS



ANEXO H BLUSA Y FALDA



ANEXO I: UNIDAD DE PRODUCCIÓN





epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 1 / 06 / 2022

| |
|---|
| INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S) |
| Nombres – Apellidos: VÁSCONEZ MALAN HERNAN SANTIAGO |
| INFORMACIÓN INSTITUCIONAL |
| Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS |
| Título a optar: INGENIERO DE EMPRESAS |
| f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA. |

1-06-2022

0828-DBRA-UTP-2022