



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERÍA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

TEMA:

**“LA GESTIÓN POR PROCESOS PARA LAS MICROEMPRESAS
DEL SECTOR ARTESANAL EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS
DE VESTIR DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013”**

AUTOR:

ARIANA LISBETH MOLINA FLECHER

DIRECTORA:

ING. BIRMANIA VELASCO BARAHONA, MSc.

QUEVEDO - ECUADOR

2014

AUTORÍA

Yo, Ariana Lisbeth Molina Flecher, declaro que el presente trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....
Ariana Lisbeth Molina Flecher.

CERTIFICACIÓN

Ing. Birmania Velasco Barahona, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifico que la Egresada Molina Flecher Ariana Lisbeth, realizó la Tesis de grado previo a la obtención del título de grado titulada: **“LA GESTIÓN POR PROCESOS PARA LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

.....

Ing. Birmania Velasco Barahona.

DIRECTORA DE TESIS.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

“LA GESTIÓN POR PROCESOS PARA LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013”

Trabajo presentado al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de:
Ingeniera en Gestión Empresarial.

APROBADO:

Ing. Washington Carreño Rodríguez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

MSc, Lcdo. Manuel Montalvo Ramos
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MSc, Ing. Oscar Moncayo Carreño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR
AÑO 2014

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la oportunidad de existir y haber caminado junto a mí a lo largo de mi vida. Gracias por iluminarme y renovar cada día mis fuerzas.

A mi madre, que ha sido mi apoyo, porque si hay alguien que está detrás de todo este trabajo, eres tú Mami Linda, que has sido, eres y serás el pilar de mi vida.

A mi padre, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso, dedicación y esfuerzo.

A todas las personas que de una u otra forma estuvieron conmigo, porque cada una aportó con un granito de arena, les dedico todo el esfuerzo y tiempo que entregué a este proyecto.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi director de tesis, Ing. Héctor Vallejo Bustos por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia y su motivación ha logrado que pueda terminar mi investigación con éxito.

DEDICATORIA

A mi madre, porque creyó en mí y porque me sacó adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ella, hoy puedo ver alcanzada mi meta, porque siempre estuvo impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y el orgullo que siente por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ti, por lo que vales, porque admiro tu fortaleza y por lo que has hecho de mí.

A mis hermanos, tíos, primos, abuelos y amigos. Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	iii
TRIBUNAL DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRAC (INGLÉS)	xvi
CAPÍTULO I	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción	2
1.2 Problematización	3
1.2.1 Planteamiento del Problema	3
1.2.1.1 Diagnóstico	3
Causas	3
Efectos	4
1.2.1.2 Pronóstico.	4
1.2.1.3 Control del pronóstico	4
1.2.1 Formulación del problema	4
1.2.2 Sistematización del problema	5
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos	6
1.4.1 General	6
1.4.2 Específicos	6
1.5 Hipótesis.	6
1.5.1 General	6
1.5.2 Específicos	7
1.6 Variables	7
1.6.1 Independiente	7
1.6.2 Dependiente	7

CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Fundamentación Teórica	9
2.1.1 Situación actual	9
2.1.1.1 La microempresa en el Ecuador	9
2.1.1.2 Microempresas en países desarrollados.	11
2.1.2 ¿Qué es una microempresas?	12
2.1.2.1 Crear microempresas.	13
2.1.2.2 Políticas para el desarrollo de la microempresas	14
2.1.2.3 Microempresa artesanal	15
2.1.2.4 Importancia	15
2.1.2.5 Características	16
2.1.2.6 Clasificación de microempresa	16
2.1.2.7 Ventajas de la microempresa	17
2.1.2.8 Desventajas de la microempresa	17
2.1.3 Confección	17
2.1.3.1 La confección en el Ecuador	18
2.1.3.2 Prendas de vestir para niños	18
2.1.3.3 Clasificación de las prendas de vestir	19
2.1.4 Planear	19
2.1.4.1 Importancia de la planeación	19
2.1.4.2 Pasos de la planeación	20
2.1.4.3 Proceso	21
2.1.4.4 Clasificación de los procesos	21
Procesos Estratégicos	21
Procesos Clave	22
Procesos de Apoyo	22
2.1.4.5 Principios de los procesos	22
2.1.5 Producción	23
2.1.5.1 Objetivos de producción	23
2.1.5.2 Tipos de bienes	24
2.1.5.3 Procesos de producción.	24

2.1.5.4 Acciones productivas	25
2.1.5.5 Clasificación de los procesos productivos	25
2.1.5.5.1 Por su significación.	25
2.1.5.5.2 Por su forma.	26
2.1.5.5.3 Por su modo de producción.	26
2.1.5.6 Carácter de los procesos productivos.	27
2.1.5.7 Factores que inciden sobre el proceso productivo	27
2.1.5.7.1 El diseño de los productos	27
2.1.5.7.2 La cantidad de producto	27
2.1.5.7.3 La variedad de los productos	28
2.1.5.8 Tipos de producción	28
Producción unitaria	28
Producción seriada	28
Producción masiva	28
2.1.6 Proceso de confección	28
2.1.6.1 Aprender los procesos de corte confección	29
2.1.6.2 Pasos del proceso	29
2.1.7 Valor agregado	30
2.1.7.1 Valor agregado, qué es y para qué sirve	32
2.1.7.2 Contribuir	32
2.1.7.3 Fortalecimiento microempresarial	34
2.1.7.4 Entorno tecnológico y competitivo.	34
2.1.7.5 Competitividad	36
2.1.7.6 Factores que influyen en la competitividad	36
2.1.8 Gestión	37
2.1.8.1 Función de la gestión	38
2.1.8.2 Herramientas para la gestión	39
2.1.8.3 Gestión por procesos.	39
Identificación	39
Planificación	39
Transferencia	40
Gestión operacional	40

2.1.8.4 ¿Por qué la gestión por procesos?	40
2.1.8.5 ¿Para qué la Gestión por Procesos?	41
2.1.8.6 ¿A qué conlleva la Gestión por Procesos?	41
2.1.9 Formación Empresarial	43
2.2 Fundamentación Conceptual.	44
2.2.1 Demanda.	44
2.2.2 Oferta.	44
2.2.3 Producto.	44
2.2.4 Planeación estratégica.	45
2.2.5 Estrategias.	45
2.2.6 Análisis FODA	45
2.2.6.1 Las fortalezas y debilidades	46
2.2.6.2 Las oportunidades y amenazas.	46
2.3 Fundamentación legal	46
2.3.1 Quién fomenta a las microempresas.	46
2.3.2 Ley del artesano	47
2.3.3 Ley de promoción y formalización del micro y pequeña empresa	49
CAPÍTULO III	55
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.1 Materiales y métodos	56
3.1.1 Materiales	56
3.1.2 Métodos	56
3.1.2.1 Inductivo	56
3.1.2.2 Deductivo	56
3.2 Tipo de investigación.	56
3.2.1 Descriptivo.	57
3.2.2 Explicativo	57
3.3 Diseño de la Investigación	57
3.3.1.1 Entrevista	57
3.3.1.2 Encuesta	57
3.4 Población y Muestra	58
3.4.1 Población	58

3.4.2 Muestra	58
CAPÍTULO IV	59
RESULTADO Y DISCUCIÓN	59
4.1 Resultado	60
4.1.1 Situación actual de las microempresas artesanales de Quevedo dedicas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.	60
4.1.2 Procesos de producción en términos que den valor agregado a las microempresas.	71
4.1.3 Fortalecimiento de las microempresas del sector artesanal dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.	78
4.2 Discusión	80
CAPÍTULO V	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
5.1 Conclusiones	82
5.2 Recomendaciones	83
CAPÍTULO VI	84
BIBLIOGRAFÍA	84
Literatura Citada	85
CAPÍTULO VII	88
ANEXOS	88
Anexo 1 Encuesta dirigida a los comerciantes	89
Anexo 2 Entrevista a microempresarios	92
Anexo 3 Detalle del número de vestidos y pantalones	94
Anexo 4 Detalle de la cantidad de insumos para vestidos y pantalones	95

ÍNDICE DE CUADROS

1	Género con más frecuencias en ventas.	61
2	Cantidades de ropa de niños y niñas vendidas por comerciantes	62
3	Tallas de mayor preferencia vendidas	63
4	Tipos de tela preferida para ropa de niños y niñas	64
5	Diferentes tipos de tela para ropas de niños y niñas	65
6	Colores de ropa de niños y niñas con mayor venta	66
7	Modelos de ropa para niños y niñas mayormente vendidos	67
8	Ventas de diferente tipos de ropa en relación a las épocas del año	68
9	Aspectos en los que se basa el consumidor al comprar	69
10	Precios distintos para niñas y niños	70
11	Proceso de confección de un vestido para niñas.	71
12	Valor de los procesos gestionados (moldería y costura) en vestidos para niñas	72
13	Valor de los procesos no gestionados en vestidos para niñas	72
14	Costo de los procesos gestionados en función al números de vestidos por semana	73
15	Costo de los procesos gestionados en función al números de vestidos por mes	73
16	Costo de los procesos gestionados en función al números de vestidos por año	73
17	Proceso de confección de un pantalón para niños	74
18	Valor de los procesos gestionados (Tizado, Corte y costura) en pantalones para niños	74
19	Valor de los procesos no gestionados en pantalones para niños	75
20	Costo de los procesos gestionados en función al números de pantalones por mes	75
21	Costo de los procesos gestionados en función al números de pantalones por año	76

ÍNDICE DE GRAFICOS

1 Género con más frecuencias en ventas.	61
2 Cantidades de ropa de niños y niñas vendidas por comerciantes	62
3 Tallas de mayor preferencia vendidas	63
4 Tipos de tela preferida para ropa de niños y niñas	64
5 Diferentes tipos de tela para ropas de niños y niñas	65
6 Colores de ropa de niños y niñas con mayor venta	66
7 Modelos de ropa para niños y niñas mayormente vendidos	67
8 Ventas de diferente tipos de ropa en relación a las épocas del año	68
9 Aspectos en los que se basa el consumidor al comprar	69
10 Precios distintos para niñas y niños	70

ÍNDICE DE ANEXOS

1	Encuesta dirigida a los comerciantes de prendas de vestir para niños y niñas.	89
2	Entrevista dirigida a microempresarios dedicados a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.	92
3	Detalle del número de vestidos y pantalones que se confeccionaron en el año 2013 en relación a las tallas.	94
4	Detalle de la cantidad de insumos que se necesitaron en el año 2013 para confeccionar vestidos y pantalones.	95

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Quevedo, Provincia de los Ríos ubicado a 74m sobre el nivel del mar la misma que se halla en el centro del país, está limitada al Norte por los cantones Buena Fe y Valencia, al Sur por el Cantón Mocache, al Este por Ventanas y Quinsaloma y al Oeste El Empalme.

Este trabajo inició con la formulación de la problemática a investigar; la cual se basó en cómo establecer la gestión por procesos para microempresas dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas, mediante la cual se incentiva los microempresarios a analizar los procesos de producción que le permitan generar valor agregado a sus negocios.

Los objetivos que se plantearon para el desarrollo del proyecto fueron: Analizar la situación actual de las microempresas artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas; planear los procesos de producción en términos que den valor agregado a las microempresas; contribuir al fortalecimiento de las microempresas del sector artesanal dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.

Para dar cumplimiento con los objetivos del presente trabajo, se utilizaron los métodos: deductivo e inductivo. Los tipos de investigación serán descriptivos y explicativos porque se pretende conocer la situación actual de la microempresas, los procesos de confección y el tiempo que tardan cada uno.

Al finalizar el trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones: De acuerdo con el diagnóstico realizado, la ciudad de Quevedo no cuenta con microempresas que se dediquen a la confección exclusiva de prendas de vestir para niños y niñas, se logra identificar un gran grupo de modistas y sastres de

los cuales solo consigue entrevistar a 5 modistas y 1 sastre quienes confeccionan ropa para adultos y esporádicamente para niños y niñas. De esta forma se está aprobando la hipótesis uno, cuando se dice que la situación actual no es buena.

Se identificaron los procesos de confección (Diseño, Moldería, Corte, Bordado, Costura, Quitar Hilos, Planchado y Doblado), el tiempo que dura cada uno y el costo por minuto de los procesos de confección para vestidos de niñas y pantalones de niños, se proyecta la reducción del tiempo más alto dentro de los procesos de 20 a 15 minutos y con esto reducir el costo de producción y generar más ganancias para el microempresario. Con esto se aprueba la hipótesis dos, cuando se dice que planear los procesos de producción genera valor agregado.

Al realizar el análisis FODA se logró determinar que las microempresas no disponen de capital para inversión de nuevas maquinarias, utilizan maquinaria superada, fuertes competidores en el mercado de la moda y el encarecimiento de la materia prima y con esta información se crean estrategias para contribuir al fortalecimiento de las microempresas artesanales dedicadas a la confección. De esta manera se está aprobando la hipótesis tres, cuando se dice que la adopción estrategias y políticas de gestión contribuirá al fortalecimiento microempresarial.

SUMMARY

The present study was conducted in city of Quevedo Rivers Province located 74 meters it is located in the center of the country, is bounded on the north by the cantons Buena Fe and Valencia, on the south by the Canton Mocache, east by windows and Quinsaloma and West El Empalme.

This work began with the formulation of the problem to investigate, which was based on how to set the process management for micro dedicated to making garments for children, whereby entrepreneurs are encouraged to analyze the processes of production that allow to generate added value to their businesses.

The proposed objectives for the project were to analyze the current situation of artisanal micro dedicated to making garments for children, plan production processes in terms that give added value to micro; contribute to strengthening the artisanal sector microenterprises engaged in the manufacture of garments for children.

Deductive, inductive and analysis: In order to comply with the objectives of this work, methods were used. The exchange will be descriptive and explanatory research because the current situation of the micro processes of preparation and the time it takes each intended.

At the end of the research was reached the following conclusions: According to the diagnosis made, the city of Quevedo has not engaged in micro exclusive manufacture of garments for children, it can identify five seamstresses and tailors who make clothes one for adults and for children sporadically. This hypothesis is being passed one when it says the current situation is not good.

Making processes (Design, Moldería, Cutting, Embroidery, Sewing, Remove wire, ironed and folded), the duration of each and the cost per minute of the

processes of making dresses for girls and pants children were identified, high reduction longer processes within 20 to 15 minutes and this is projected to reduce production costs and generate more profits for the entrepreneur. With this hypothesis two passed, when it is said to plan the production process adds value.

In conducting the SWOT analysis is able to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats with this information and strategies are created to help strengthen microenterprises in craft making. Thus the hypothesis is being approved three when it says that the management strategies and policies contribute to the adoption strengthening microenterprise.

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1	Título/Title	M	La gestión por procesos para las microempresas del sector artesanal en la confección de prendas de vestir del cantón Quevedo, año 2013.
2	Creador/Creator	M	Ariana Lisbeth Molina Flecher.
3	Materia/Subject	M	Gestión Empresarial.
4	Descripción/Description	M	La finalidad de este trabajo de investigación es brindar un análisis de los procesos de producción de las microempresas artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.
5	Editor/Publisher	M	FCE; Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial
6	Colaborador/Contributor	O	Ninguno
7	Fecha/Date	M	Agosto, 2013
8	Tipo/Type	M	Trabajo de Investigación
9	Formato/Format	R	Microsoft Office Word 2010
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente/Source	O	Gestión por procesos para las microempresas artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir.

12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Investigación a microempresarios dedicados a la confección de prendas de vestir para niños y niñas en la ciudad de Quevedo.
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audience	O	Trabajo de Investigación.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

La gestión por procesos es la forma de gestionar toda la organización basándose en los Procesos. Entendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del cliente.

En la actualidad, las microempresas independientemente de su tamaño y del sector de actividad, deben hacer frente a mercados competitivos en los que han de tener presente la satisfacción de sus clientes, con eficiencia económica de cada actividad.

El principal objetivo de este proyecto es impulsar a las microempresas artesanales de confección de ropa para niños y niñas en la ciudad de Quevedo que satisfaga la demanda existente ofreciendo un producto de calidad a un precio accesible y que, además, satisfaga las necesidades del cliente en cuanto a ropa de niños y niñas se refiere.

Este proyecto de graduación propone un cambio en el proceso de producción al bajar los costos de la ropa para niños y niñas. Esto se lograría más precisamente a partir de la reducción del tiempo más altos en los procesos de producción dentro de cuales tenemos (moldería y confección).

Conocer cómo medir y mejorar los procesos, dará una orientación para aquéllos que deseen establecer valor agregado a los mismos, obtener resultados conformes, determinados mediante evidencias objetivas, y mejorar continuamente los resultados obtenidos.

1.2 Problemатización

1.2.1 Planteamiento del Problema

La presente investigación pretende tener un conocimiento acerca de cómo se encuentran en este momento las microempresas artesanales dedicadas a la confección de ropa para niños y niñas, cuáles son sus deficiencias para entrar en los mercados, que estrategias seguir, hacia donde dirigir sus esfuerzos, en resumen como ser más competitivos.

Un punto importante que afecta el desarrollo de las microempresas, es la falta de consideración de los riesgos; no analizan los riesgos internos ni muchos menos los riesgos externos o de mercado. En los riesgos internos está la falta de planeación, organización, dirección, coordinación y control de los recursos de la microempresa; los cuales tienen que ponderarse para facilitar el desarrollo empresarial.

1.2.1.1 Diagnóstico

El trabajo de investigación se realizó en el área urbana (centro) de la ciudad de Quevedo, considerando que esta ciudad no existen microempresas que se dediquen exclusivamente a la confección de prendas de vestir para niños y niñas se toma la decisión de entrevistar a modistas y sastres de este mismo sector con el afán de recopilar toda la información necesaria para el desarrollo de la investigación, para el diagnóstico se hace necesario identificar los factores relevantes que intervienen en el proceso productivo y de competitividad, lo cual permitiría identificar las falencias que impiden a los microempresarios llegar al mercado.

Causas

- Falta de experiencia administrativa.
- Falta de capacitación técnica.

- Falta de mejoras continuas en sus procesos.
- Mala Distribución del dinero.
- Falta de enfoque.

Efectos que no permite generar valor agregado a las microempresas.

Efectos

- Pobre cultura empresarial.
- Altos niveles de desperdicios.
- Errores en la fijación de estrategias.
- Aumento del tiempo de operación.

1.2.1.2 Pronóstico.

El no contar con capacitación en el ámbito empresarial y la poca experiencia en competitividad, puede retener los problemas existentes dentro de la microempresas y esto ocasionar el fracaso de estas entidades.

1.2.1.3 Control del pronóstico

Frente a este tipo de problemas Se aplicará nuevas políticas, capacitación, buenos sistemas de información, controles internos y estrategias de gestión.

1.2.1 Formulación del problema

¿De qué manera se puede determinar la gestión por procesos en las microempresas del sector artesanal en la confección de prendas de vestir para niños y niñas de la ciudad de Quevedo?

1.2.2 Sistematización del problema

¿En qué consiste el análisis de la situación actual de las microempresas artesanales de Quevedo dedicadas a la confección de prendas de vestir para niñas y niños?

¿De qué manera incide planear los procesos de producción en términos que den valor agregados a las microempresas?

¿Cómo se puede contribuir al fortalecimiento de las microempresas del sector artesanal dedicadas a la confección de prendas de vestir para niñas y niños?

1.3 Justificación

El presente trabajo de investigación denominado “LA GESTIÓN POR PROCESOS PARA LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2013” pretende generar valor agregado a dichas microempresas reduciendo el tiempo de producción de cada prenda, aportando con esto a la disminución de los costos de producción.

El proyecto se realizó al quedar demostrado que cumple con los requerimientos establecidos por el perfil académico de la carrera Ingeniería en Gestión Empresarial con la finalidad de obtener la titulación que ofrece dicha carrera y de allí tomar herramientas de apoyo para el éxito en la sociedad.

Este proyecto plantea que los beneficiarios serán los microempresarios artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir para niñas y niños de la ciudad de Quevedo y así también quienes impulsan el proyecto y la sociedad en general.

1.4 Objetivos.

1.4.1 General

Determinar la gestión por procesos en las microempresas del sector artesanal en la confección de prendas de vestir para niños y niñas de la ciudad de Quevedo.

1.4.2 Específicos

- Analizar la situación actual de las microempresas artesanales de Quevedo dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.
- Planear los procesos de producción en términos que den valor agregado a las microempresas.
- Contribuir al fortalecimiento de las microempresas del sector artesanal dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas.

1.5 Hipótesis.

1.5.1 General

La gestión por procesos facilitará la toma de decisiones en las microempresas artesanales dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas de la ciudad de Quevedo.

1.5.2 Específicas

- La situación actual de las microempresas artesanales de Quevedo dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas no es buena.

- La planeación de los procesos de producción dan valor agregado a las microempresas.
- La adopción de políticas de gestión por procesos contribuirá para la mejora continua de los microempresarios artesanales de la ciudad de Quevedo.

1.6 Variables

1.6.1 Independientes

La gestión por procesos.

1.6.2 Dependiente

Valor agregado y mejoras continuas en las microempresas artesanales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 Situación actual

El Censo Nacional Económico (CENEC- INEC, 2010) sostiene que las microempresas se encuentran dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 95,4% de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de microempresas. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las microempresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

La mayoría de las microempresas opera en el sector informal. Aproximadamente un cuarto de las empresas tenía números de identificación de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y un número igual tenía licencias municipales. Menos del 15 por ciento estaba inscrito en el sistema de seguridad social. Solamente 20 por ciento de los encuestados llevaban registros financieros formales.

2.1.1.1 La microempresa en el Ecuador

Zambrano (2010) señala, que las primeras microempresas en el Ecuador fueron de tipo artesanal formadas por ex empleados que trabajaban en fábricas textiles, de cuero, madera, metales y por estudiantes de centros artesanales.¹

La microempresa artesanal se identificó por: poco capital, mucha mano de obra, baja producción, falta de crédito en el sistema financiero, ahorro mínimo, sin gestión empresarial, sin utilización de tecnología. La crisis económica de los años 80s fue el principal motivo para la creación de actividades artesanales familiares como carpintería, mecánica, panadería, peluquería, confección, tiendas de abastos, bazar, papelerías, salones de comida.

¹ **ZAMBRANO (2010)** “Como crear empresas rentables”– Ediciones Gestión.

En el mundo, los sistemas tradicionales de organización del trabajo han cambiado rápidamente:

- Las empresas ya no son fijas, sino nómadas. Van de un lugar a otro, buscando países o lugares comprensivos.
- Formas de trabajo no sujetas a presencia física.
- Tercerización de las actividades económicas.

La movilidad de las empresas desintegra la cohesión social de una localidad o de un país, como el caso del Ecuador con los emigrantes. El empleo ya no es permanente en las empresas sino temporal. La flexibilización de la legislación laboral es el medio para llegar a la competitividad.

Esta realidad se la vive intensamente en el país desde hace dos décadas, no obstante lo cual no hemos sido capaces de entender y asimilar, razón por la que nos ha golpeado mucho más duro el cambio.

El conocimiento actualizado resulta determinante para crecer en la sociedad, para que las empresas sean competitivas y para que los países tengan una mejor posición. Ya no se necesita “mano de obra” sino “cerebro de obra”. Sobre el 50% de la población económicamente activa (PEA) está ubicada en el sector microempresarial, verdadero motor del desarrollo nacional.

Este sector es identificado como sector “subempleado” o “informal”, lo que causa algunas confusiones y prejuicios hacia el sector más dinámico de la economía.

El sector microempresarial está compuesto por trabajadores que son dueños (cuenta propia), socios, trabajadores familiares y también trabajadores remunerados, razón por la cual, fácilmente supera el 50% de la población económicamente activa. El Ecuador ocupa el tercer lugar mundial en emprendimientos, pero eso no significa que seamos más competitivos. El sector

microempresarial es un potencial que crece día a día y que necesita mucho apoyo y reconocimiento jurídico.

El Ecuador requiere promover y despertar el espíritu y los valores empresariales, impulsar el trabajo en todas las actividades que sean posibles y no necesariamente atrás de un escritorio. El trabajo debe reemplazar al empleo y la libertad a la servidumbre.

La microempresa es la organización económica administrada por personas emprendedoras que aplican autogestión y se adaptan al medio en que se desenvuelven. El proceso de desarrollo de la microempresa ha sido acelerado, así que las microempresas de ayer son muy diferentes a las de hoy tanto cualitativa como cuantitativamente, es decir que ya son tecnificadas, dirigidas por profesionales que aplican conocimientos de gestión empresarial.

2.1.1.2 Microempresas en países desarrollados.

La microempresa no es resultante exclusiva de la pobreza, razón por la cual no sólo existe en Latinoamérica, sino que existe también en países como Estados Unidos de Norteamérica, Francia, Inglaterra, Alemania, Japón. La Microempresa es parte de su aparato productivo, en un porcentaje que va del 25 al 30%. Los gobiernos de estos países, antes que desconocer su existencia y tratar de extinguirla, lo que hacen es reconocer su importancia económica y social.

Las unidades económicas muy pequeñas gozan de buena salud en la economía norteamericana, su cantidad relativa y la proporción de la población económicamente activa empleada en ellas ha permanecido bastante estable en las últimas décadas.

Las pequeñas empresas italianas sólo ocasionalmente venden productos terminados; por lo general, trabajan bajo contrato para empresas formales más grandes en ropa tejida, ropa en general y mosaicos de cerámica. Aquí se

encuentran cooperativas de micro productores informales bajo el sistema de contratación en los alrededores de Módena; en motocicletas y calzado en Bologna.

Estos estudios de casos europeos contradicen la opinión de que la economía subterránea es una consecuencia de la inmigración. Hasta en Estados Unidos la investigación ha empezado a dar pruebas de la participación de trabajadores locales en actividades informales. Sin duda que los inmigrantes proporcionan una fuente laboral para la expansión de esas actividades y pueden ser preferibles a los operarios nativos debido a la vulnerabilidad.

La microempresa es una parte estructural de las economías de todo el mundo. Es una parte consustancial del aparato productivo de los diferentes países. A través de la microempresa bajan los costos de producción, son más competitivos en el mercado, minimizan la organización sindical, informalizan la producción y extinguen el empleo.²

2.1.2 ¿Qué es una microempresas?

Anzola (2010) agrega que, una microempresa es una empresa de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular ya que cuenta con un máximo de 10 empleados, la microempresa está comprendida de personas de escasos ingresos, estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos.³

Las micros y pequeñas empresas se definen ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico.

² <http://sisbib.unmsm.edu.pe/>

³ **Anzola, S. (2010)** Administración de la Pequeñas Empresas. Tercera Edición. Editorial MC Graw Hill. 347pp.

El Grupo Océano conceptualiza a las microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector industrial determinado. Se caracterizan por tener tecnologías que van de convencionales o artesanales a las más avanzadas o modernas. Su rentabilidad es la del sector industrial al que pertenecen y sus niveles de productividad en la mayoría de las veces son inferiores a las de su sector.

2.1.2.1 Crear microempresas.

- Determinar el giro comercial y los principales productos o servicios que se van a ofrecer.
- Definir el nombre comercial de la organización.
- La ubicación de las instalaciones (domicilio legal y operativo).
- Cumplir con los requisitos que solicitan las alcaldías, gobernaciones, protección civil (si aplica), de salubridad (si aplica).
- Determinar cómo se va a llevar la contabilidad, ya sea un despacho externo (recomendable) o un contador interno.
- Elaborar el organigrama de la organización (los departamentos que la integran de modo básico y completo aunque no se cuente con todo el personal suficiente).
- Crear la misión, la visión, los valores y la filosofía de la organización.

Otros aspectos importantes

- Definir estrategias de publicidad, promoción y ventas
- Capacitación en ventas al personal encargado de hacerla.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso a la hora de realzar un proyecto y llevarlo a adelante. Al forzar su actividad a través de una

empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social.

Este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico. Esto ocurre ya que las microempresas pueden ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. La elaboración de artesanías, gastronomía, a pequeña escala y la consultaría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de microempresas.

2.1.2.2 Políticas para el desarrollo de la microempresas

Abrahanson (2010) indica que, la focalización, integralidad, atención al entorno, orientación hacia el mercado, base tecnológica, impulso a proyectos amplios y articulación con empresas medianas y grandes son lineamientos de política que aseguran un grado satisfactorio de éxito en los programas de apoyo.⁴

La focalización se interpreta en el sentido indicado anteriormente, como una orientación consciente de los programas hacia la población excluida, con el fin de evitar dicha exclusión. Implica la diferenciación de los servicios, que no pueden ser uniformes, sino que tienen que adaptarse a las condiciones de cada grupo, pues los más deprimidos no soportan las condiciones que se pueden imponer a los más pudientes, pena de causar irremediablemente exclusión, así esta no sea pretendida.

Cuando se es cuidadoso en definir operativamente la microempresa y en dirigir el apoyo a las unidades que cumplen con la definición formulada, la focalización es un hecho.

Un desarrollo significativo y permanente de la microempresa rural solo se logra si se fortalecen simultáneamente al interior el área de gestión empresarial, el área técnica y el área comercial, y se enfrentan al exterior las variables del

⁴ **Abrahanson, L. (2010)** Admiración de Empresa, Pequeña Y Mediana. Primera Edición. Editorial PickleHal B Limusa S.A 568pp.

entorno, ya que la relación sistémica que existe entre ellas hace que el desempeño de cada una de ellas repercuta en las demás.

2.1.2.3 Microempresa artesanal.

Pérez (2000) expresa, que la microempresa artesanal, es aquella donde se desarrollan productos elaborados en su mayoría manualmente y en donde las máquinas no tienen protagonismo. Se considera microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual o familiar o como sociedad.⁵

Amaru (2008) define que, las microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.⁶

Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa.

Hull (2011) asegura que, en una microempresa muchas veces los propios jefes o dueños desarrollan estas funciones, llámense: operativas, administrativas, repartos, etc. Y deberán sacarlas al frente paso a paso a pesar de probablemente tener recursos limitados y no estar fuertemente preparado para todas estas tareas enumeradas.⁷

2.1.2.4 Importancia.

Abrahanson (2010) afirma que, Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una

⁵ Pérez, E. (2000) Organización de la Pequeña y Mediana Empresa. Edición a Cargo del Autor.

⁶ Amaru, C. (2008) Administración para Emprendedores. Fundamentos para la Creación y Gestión de nuevos Negocios. Primera Edición. Editorial Pearson. 241pp.

⁷ Hull, S. (2011) Guía para la Pequeña Empresa. Primera Edición. 195pp.

creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial.⁸

2.1.2.5 Características

- Generalmente son propiedades de pocas personas, no más de 10
- No tienen más de 2 niveles jerárquicos en su estructura organizacionales
- No poseen más de 10 empleados
- Sus ventajas anuales, son limitadas en cuanto al monto y volumen.

2.1.2.6 Clasificación de microempresa

Según las actividades que desarrollan pueden ser:

- Microempresa Productivas: se dedica a la transformación de la materia prima, convirtiéndola en productos terminados.
- Microempresa Familiares: es cuando el propietario del capital pertenece a un grupo familiar.
- Microempresa Societarios: surge de un cuerpo entre dos o más personas.
- Microempresa Unipersonal: es cuando el propietario del capital es una sola persona. Según el tipo de población involucrada.
- Microempresa de Subsistencia: sus características más destacadas es q poseen un bajo nivel de productividad.
- Microempresa Acumulación Simple: las ventas q generan solo permiten superar los costos de producción.

⁸ Hull, S. (2011) Guía para la Pequeña Empresa. Primera Edición. 195pp.

- Microempresa Acumulación Amplia: su característica principal es la capacidad de elevar su productividad. Según la cantidad de funciones que desarrolla:
- Microempresa de función única: desarrolla una sola actividad.
- Microempresa de dos funciones: desarrollando funciones tienen la misma importancia, se superan una a la otra.
- Microempresa de función múltiple: incorpora varias funciones, su gestión es más complicada. Según la novedad de su producción.

2.1.2.7 Ventajas de la microempresa

- Permite una distribución más democrática de los ingresos
- Genera fuente de empleo.
- Simplifica y disminuye los costos.
- Incentiva a la colaboración de quien lo entrega.
- Tiene posibilidades de espacio en capital y época.

2.1.2.8 Desventajas de la microempresa

- No poseen poder de decisión en el medio.
- Limitaciones para acceder a la información y la investigación.

2.1.3 Confección.

La confección consiste en el ensamblado de la prenda una vez se haya cortado. A medida que se van generando los pedidos de los clientes, se determina cuáles serán confeccionadas de acuerdo con la programación de las máquinas

y del itinerario a seguir por los operarios. Junto con esta programación se deben hacer los pedidos de insumos tales como: Hilos, marquillas, botones, entre otros.

2.1.3.1 La confección en el Ecuador.

El sector de la confección en nuestro país no ha tenido especial atención por parte de los gobiernos de turno, sin embargo se ha constituido como la segunda fuente de empleo con una participación del 20% luego de la Industria alimenticia con un 21%.

La actividad de la confección, realizada de manera artesanal, ha sido tradicional al interior del país, sobre todo en la región Sierra, pues el afán de aprender una profesión como la Sastrería o la Modistería ha dado lugar a que muchas personas tengan la oportunidad de conseguir ingresos relativamente estables, debido a que no se requiere de fuertes inversiones de capital para su funcionamiento, además el desenvolvimiento del negocio puede llegar a depender casi exclusivamente de la habilidad del artesano para elaborar la prenda de vestir que se requiere.

En Ecuador existen aproximadamente 3.423 artesanos dedicados a la actividad de la confección de ropa, repartidos en todas las provincias y regiones del país, los artesanos considerados son aquellos a los que les ha sido otorgada la Calificación Artesanal por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano, es decir, que son reconocidos por el organismo oficial como tales.

Estos datos incluyen todas las ramas de la actividad artesanal de la confección, a saber: tejidos de punto, modistería, sastrería, corte y confección, camisería, bordados y lencería.

2.1.3.2 Prendas de vestir para niños

La Asociación de Artesanos Peruanos agrega que, las prendas de los niños al contrario de la confección de prendas para adultos no necesitan unas medidas

exactas tomadas sobre el cuerpo de la persona, podemos seguir una tabla de medidas según la edad.

2.1.3.3 Clasificación.

La ropa de niños la podemos clasificar por las diferentes épocas del año:

Invierno (Abrigo, Pijama y Monos o ajuares)

Verano (Bividi, short y falda)

2.1.4 Planear

Díaz (2008) define que, planear es el proceso para establecer y fijar metas de la organización, determinando las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos. Es decidir con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y cómo se va a lograr.⁹

Brain (2009) agrega que, antes de iniciar cualquier acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar el grupo social, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente. Esto sólo se puede lograr a través de la planeación. Carecer de estos fundamentos implica graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y de recursos, y una administración por demás fortuita e improvisada.¹⁰

2.1.4.1 Importancia de la planeación.

La vida actual es sumamente dinámica, donde el cambio está presente constantemente, éste puede ser súbito o lento, la planeación permite asimilar estos cambios.

⁹ **Díaz, O. (2008)** Administración De Empresas. Editorial. Graw Hill.

¹⁰ **Brain, J. (2009)** Proceso Estratégico en la Empresa. Editorial Pritece Hall.

Razones por las cuales es importante la planeación:

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.

2.1.4.2 Pasos de la planeación

- Selección de objetivos y metas de la organización.
- Fijar el mejor procedimiento para obtenerlos.
- Permitir que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.
- Que se realicen las actividades acordes a los objetivos.
- Que el proceso, en la obtención de los objetivos, sea controlado y medido.

2.1.4.3 Proceso

Serrano (2009) indica que, se considera proceso al conjunto de actividades mutuamente relacionadas, que transforman insumos (elementos de entrada), agregándoles valor en cada una de las actividades que se llevan a cabo, convirtiéndolos en productos y servicios (elementos de salida), que satisfacen unas necesidades explícitas de clientes.¹¹

Los procesos tienen tres características importantes:

- Generalmente son transversales en la organización jerárquica y en las grandes divisiones funcionales de la empresa (estudios, producción, marketing, ventas, finanzas, personal, planificación, compras, etc.)
- Cada proceso tiene una salida global única.
- Cada proceso tienen un cliente que puede ser interno o externo.

2.1.4.4 Clasificación de los procesos

No todos los procesos tienen la misma influencia sobre la satisfacción de los clientes, en los costos, en la estrategia, en la imagen corporativa o en la satisfacción del personal. Según estos aspectos se presenta la siguiente clasificación:

Procesos Estratégicos: Son los que permiten definir y desplegar las estrategias y objetivos de la organización. Estos procesos son genéricos y comunes a la mayor parte de negocios (marketing, planificación y seguimiento de objetivos, vigilancia tecnológica, evaluación de la satisfacción de los clientes). Sin embargo, son muy diversos, dependiendo precisamente de la estrategia adoptada.

Los procesos estratégicos intervienen en la visión de una organización. Por ejemplo, una empresa de consultoría que pretenda ser reconocida en el

¹¹ Serrano, J. (2009) Módulo de Administración por Proceso. Estudios y Ediciones IESE. Barcelona. 132pp.

mercado por la elevada capacitación de sus consultores, los procesos de formación y gestión del conocimiento deberían ser considerados estratégicos.

Contrariamente, en otra empresa de consultoría centrada en la prestación de servicios soportados en aplicaciones informáticas, el proceso de desarrollo de aplicaciones informáticas para la prestación de servicios será considerado estratégico.

Procesos Clave: Son los que añaden valor para el cliente o inciden directamente en su satisfacción o insatisfacción. También se pueden considerar como procesos clave aquellos que, aunque no añadan valor al cliente, consuman muchos recursos. Los procesos clave intervienen en la misión, pero no necesariamente en la visión de la organización.

El mismo proceso de mantenimiento puede ser considerado como proceso de apoyo en otros sectores en los que no tiene tanta relevancia, como por ejemplo una empresa de servicios de formación. De igual modo, el proceso de compras puede ser considerado clave en empresas de distribución comercial, por su influencia en los resultados económicos y los plazos de servicio, mientras que compras puede ser considerado proceso de apoyo en una empresa servicios.

Procesos de Apoyo: Son los necesarios para el control y la mejora del sistema de gestión. Normalmente están muy relacionados con requisitos de las normas que establecen modelos de gestión. Estos no intervienen en la visión ni en la misión de la organización. Por ejemplo, son procesos de apoyo: Control de la documentación, Auditorías internas, Gestión de productos no conformes.¹²

2.1.4.5 Principios de los procesos

- Los procesos pueden ser industriales (en los que entran y salen materiales) o de gestión (en los que entra y sale información).

¹² <http://www.sinap-sys.com>

- Los procesos existen en cualquier organización aunque nunca se hayan identificado ni definido: los procesos constituyen lo que hacemos y cómo lo hacemos.
- En una organización, prácticamente cualquier actividad o tarea puede ser encuadrada en algún proceso.
- No existen procesos sin un producto o servicio.
- No existe cliente sin un producto o servicio.
- No existe producto o servicio sin un proceso.

2.1.5 Producción

Bueno (2009) considera que, Las áreas de actividad están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa con el fin de lograr sus objetivos, dichas áreas comprenden actividades, funciones y labores entre las cuales una de las más importantes es la producción ya que es el proceso de transformación social de la naturaleza, mediante el trabajo y el capital.¹³

Es el proceso de transformación social de la naturaleza, mediante el trabajo y el capital, en objetos con valor de uso y de cambio. Para su buen funcionamiento deberá tener en cuenta las exigencias del consumo, ya que, si la demanda de clientes es excesiva puede originar una crisis de sobre producción, y si es insuficiente carestía por defecto.

2.1.5.1 Objetivos de producción

Para determinar los plazos que tendrá la empresa a corto, mediano y largo plazo, debo tener en cuenta el área de la cual se está hablando; así por ejemplo para esta área necesito tener dos términos claros.

¹³ **Bueno, E. (2009)** Economía De La Microempresa, Análisis de las Decisiones Empresariales. Ediciones Pirámide.

2.1.5.2 Tipos de bienes

Los tipos de bienes son: industriales, de consumo, deservicios, comerciales y profesionales.

2.1.5.3 Procesos de producción.

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

Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista.

Las acciones productivas son las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas (que generan servicios que son consumidos por el producto final, cualquiera sea su estado de transformación) o acciones mediatas (que generan servicios que son consumidos por otras acciones o actividades del proceso).

Por otra parte, aunque existen una gran cantidad de tipologías de productos, podemos mencionar las principales: los productos finales, que se ofertan en los mercados donde la organización interactúa, y los productos intermedios, utilizables como factores en otra u otras acciones que componen el mismo proceso de producción.

Los procesos productivos, por su parte, pueden clasificarse de distintas formas. Según el tipo de transformación que intentan, pueden ser técnicos (modifican las propiedades intrínsecas de las cosas), de modo (modificaciones de

selección, forma o modo de disposición de las cosas), de lugar (desplazamiento de las cosas en el espacio) o de tiempo (conservación en el tiempo).

Según el modo de producción, el proceso puede ser simple (cuando la producción tiene por resultado una mercancía o servicio de tipo único) o múltiple (cuando los productos son técnicamente interdependientes)¹⁴

Los cambios que la revolución industrial trajo sobre el proceso de producción fueron:

- Cambio en la estructura organizativa de las fábricas (dejaron de existir los pequeños talleres para dar lugar a enormes estructuras donde se producía en masa)
- Implementación de herramientas más tecnológicas en la elaboración de los productos para aumentar la eficiencia productiva.

2.1.5.4 Acciones productivas

Cartier (2001) expresa que, las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas (que generan servicios que son consumidos por el producto final, cualquiera sea su estado de transformación) o acciones mediatas (que generan servicios que son consumidos por otras acciones o actividades del proceso).¹⁵

2.1.5.5 Clasificación de los procesos productivos

2.1.5.5.1 Por su significación.

- Procesos básicos: en estos procesos se desarrolla la producción básica de la empresa. Los artículos producidos en este proceso, son aquellos en la

¹⁴ <http://www.google.com.ec>

¹⁵ Cartier, D. (2001) "Proyectos y Planificación" - Primera edición. Quito – Ecuador.

producción de los cuales se especializa la empresa y representan las características productivas de esta.

- Procesos auxiliares: facilitan la producción básica y comprenden, por ejemplo, la producción de herramientas, dispositivos, mezclas, energías en sus diversas formas (vapor, aire comprimido, etc.), así como servicios tales como la transportación y el almacenamiento. Es la producción necesaria para asegurar el funcionamiento de la producción básica.
- Procesos de servicios: comprenden, por ejemplo, la transportación y el almacenamiento.
- Procesos secundarios: en estos, se elaboran los residuos de la producción básica.

2.1.5.5.2 Por su forma.

- Técnicos (modifican las propiedades intrínsecas de las cosas).
- De modo (modificaciones de selección, forma o modo de disposición de las cosas).
- De lugar (desplazamiento de las cosas en el espacio).
- De tiempo (conservación en el tiempo).

2.1.5.5.3 Por su modo de producción.

- Simple (cuando la producción tiene por resultado una mercancía o servicio de tipo único).
- Múltiple (cuando los productos son técnicamente interdependientes).

2.1.5.6 Carácter de los procesos productivos.

Atendiendo a su carácter, los procesos productivos, pueden ser:

- Procesos sintéticos: son aquellos en los que se obtiene un producto a partir de diferentes materias primas y materiales, como por ejemplo, en la producción de neumáticos.

Procesos analíticos: son aquellos que se caracterizan porque de una sola materia prima se obtienen varios productos como, por ejemplo, en la destilación primaria del petróleo crudo, de la cual pueden obtenerse varios combustibles diferentes (gases, nafta, queroseno, combustible Diesel, residuos pesados).

2.1.5.7 Factores que inciden sobre el proceso productivo

2.1.5.7.1 El diseño de los productos

Influye directamente en la tecnología básica a utilizar, influye sobre las instalaciones físicas (equipos, edificios etc.) necesarias e influye sobre el tipo de cooperación que la empresa debe mantener con el exterior, por ejemplo, en cuanto a materias primas y materiales o productos semielaborados o accesorios a recibir.

2.1.5.7.2 La cantidad de producto

Determina fundamentalmente el grado de especialización en la fabricación, lo que influye en la adecuación de las proporciones de trabajo manual, mecanizado y automatizado, en la especialidad de las máquinas y las herramientas en el número requerido de obreros calificados, en las cantidades de materias primas y materiales a adquirir, así como en la talla (tamaño) de las instalaciones.

2.1.5.7.3 La variedad de los productos

Impone algunas restricciones a la especialización, ya que se requiere analizar, en función de las demandas a satisfacer en determinadas cantidades y dentro de ciertos plazos, si las diferentes variedades pueden ser producidas simultáneamente. Lo último obligaría a mantener cierta flexibilidad en el proceso de producción, en detrimento del grado de especialización.

2.1.5.7.4 Tipos de producción

De los tres factores anteriores expuestos, el más importante es la cantidad. A partir de ella es que una producción puede catalogarse como unitaria (individual), seriada (en serie) o masiva. De ahí se define estos tipos de producción.

Producción unitaria: Se caracteriza por una amplia nomenclatura de artículos elaborados por unidades o en pequeños lotes, los cuales como regla no se repiten.

Producción seriada: Se caracteriza por una nomenclatura limitada de artículos elaborados periódicamente por lotes que se repiten.

Producción masiva: Se caracteriza por una nomenclatura reducida y un gran volumen de producción de artículos elaborados ininterrumpidamente, durante largo tiempo, en el transcurso del cual, en la mayoría de cada uno de los puestos de trabajo se ejecuta la misma operación tecnológica.

2.1.6 Proceso de confección

Ortega (2009) sostiene que, la confección de prendas de vestir debe seguir un orden secuencial productivo, constituye la continuación lógica, ordenada

necesaria para mantener el producto final, que cumpla con requisitos de calidad.¹⁶

2.1.6.1 Aprender los procesos de corte y confección

Corte y confección se refiere al proceso de manufacturación de un producto desde cero. Este término es comúnmente usado en la industria de la moda, donde el proceso de confección comienza y finaliza en un lugar, esto quiere decir que el diseño se corta de la tela cruda y se termina completamente.

Lo opuesto a corte y confección es la producción de prendas en masa, tales como vaqueros o remeras, que son compradas ya hechas a una compañía y luego modificadas a través de alteraciones, adornos o estampados. Normalmente las prendas que han pasado a través del proceso de corte y confección son más caras porque son más personalizadas.

2.1.6.2 Pasos del proceso

Diseño: El diseño en este paso se define la tipología, materialidad, silueta y carta de colores de la colección.

Moldería: La moldería es en donde las prendas son trazadas a partir de moldes bases.

Tizado: Esta operación es la que permite que los moldes se transfieran de la tela o papel para que puedan ser utilizados como patrón de corte. Es decir, se acomodan las distintas piezas de la curva de talles en una tela o papel. Esto se empleará en la etapa siguiente que es la de encimado, en donde se desenrolla la tela sobre una mesa de corte y se encima el tejido. Es decir, se acomoda en capas, prolijamente. Sobre la tela encimada se apoya el papel o tela con la tizada.

¹⁶ Ortega (2009) “Desempeño y Productividad”. Colombia. 3ra edición. México.

Corte: Se separa la tela en piezas y las mismas se separan por colores, talles en paquetes o bultos para que pase a costura. Esto es lo que se llama habilitar. En cuanto al corte y el tamaño de la tizada, el largo de esta última determinará el tamaño de la mesa de corte.

Bordado: Previo a confeccionarse (y una vez cortada la tela) se la estampa en caso de que fuera previsto en el diseño. Este punto puede realizarse tanto previo al armado de la prenda o en la prenda ya terminada.

En el primer caso es más sencillo el trabajo porque se puede acomodar la tela en una mesa sin que queden pliegues ni arrugas. Pero con la prenda armada es más difícil, porque se necesitan mesas especiales para estampación, ya que la parte a estampar debe ser calzada a la mesa a modo de media.

Confección: La confección es la etapa que le sigue al corte y habilitación de las piezas. Las mismas se unen mediante puntadas. Después se ultiman los detalles en la etapa de terminación. Esto incluye la limpieza (quitar los hilos), el planchado, el doblado.

2.1.7 Valor agregado

Durante la última década hemos sido testigos de profundos cambios a nivel político, social, económico y tecnológico que han reformulado significativamente las condiciones exigidas por los mercados para poder competir, y han hecho de la distancia geográfica un factor no significativo en materia de intercambios.

Las empresas disponen de un enfoque de gestión que les permite descubrir sus ventajas respecto de sus competidores y aquellos elementos que generen valor para la misma, de manera de dirigir la atención hacia el desarrollo de estos elementos y desalentar la inversión en aquellas áreas que no contribuyan a su crecimiento.¹⁷

¹⁷ <http://www.lanzateya.com/article.php?At=145>

El valor agregado valor añadido es un concepto, de uso en la economía, finanzas, contabilidad, con dos sentidos:

Desde el punto de vista contable es la diferencia entre el importe de las ventas y el de las compras. Es decir, la diferencia entre precios de mercado y coste de producción. A nivel empresarial de análisis de coste-beneficio esto es la diferencia entre el ingreso de una empresa y los costos de materia prima y el capital fijo y variable.

En términos económicos, el valor agregado es el Valor económico/valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. En otras palabras, el valor económico que un determinado proceso productivo adiciona al ya plasmado en las materias primas utilizadas en la producción.

Valor agregado o valor añadido, en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. Generalmente se trata de una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación. Para entender mejor este concepto veamos a continuación unos ejemplos de productos o servicios que ofrecen un valor agregado:

- El restaurante que cuenta con un área especial para niños en donde se ofrece el servicio gratuito de guardería, y que cuenta con diferentes juegos electrónicos.
- La tienda que al comprar un producto, no solo nos lo llevan gratuitamente a nuestra casa, sino que también se encarga de instalarlo y darle un mantenimiento gratuito por tres meses.

- El jabón que además de realizar su función principal que es la de limpiar la piel, cuenta con una fórmula especial que permite al usuario protegerse de las picaduras de insectos.

2.1.7.1 Valor agregado, qué es y para qué sirve

Rojo (2007) sostiene que, tomando una definición formal de que el valor agregado o valor añadido es el valor que un determinado proceso productivo adiciona al ya plasmado en la materia prima y el capital fijo. Pero qué es esto de "adiciona al ya plasmado" Traducido a términos de negocios, quiere decir que un producto lo puedo vender más caro y obtener más ganancia porque tiene algo "mejor" o más valorado por el cliente.¹⁸

Entonces la cuestión está en determinar cuáles son las características o propiedades que buscan los clientes para que a la hora de vender mi producto o servicio, el acepte que vale más. ¿Y cómo hacer esto? básicamente charlando con el cliente y preguntándole como sería mejor el producto (o servicio).

Así que a comunicarse más con los clientes, para que estos estén cada día más satisfechos y recordemos que de nada sirve este valor agregado para la empresa, si el cliente no lo necesita o no lo conoce.

2.1.7.2 Contribuir

La Real Academia Española (REA) conceptualiza que la palabra contribuir proviene del término latino contribuere, se trata de ayudar y concurrir con otros al logro de un cierto fin. El concepto también hace referencia al aporte voluntario de una cantidad de dinero o de otro tipo de ayuda material. Contribuir es, por otra parte, dar o pagar la cuota que le cabe a una persona por un impuesto o repartimiento. De esta manera, en España, por ejemplo, los ciudadanos de las distintas urbes y municipios tienen que hacer frente al pago

¹⁸ Rojo, A. (2007) Valoración de Empresas y Gestión Basada en Valor. Primera Edición. Editorial Thomson. 338pp.

de unas facturas que se dan en llamar de la contribución y que hacen referencia a lo que son sus viviendas e inmuebles.

En el ámbito del derecho tributario, la contribución es una clase de tributo cuyo gravamen surge cuando el sujeto pasivo (ciudadano receptor) obtiene un beneficio o un aumento de valor de sus bienes como resultado de la concreción de obras públicas o de la ampliación de los servicios públicos.

Esto ocurre cuando el gobierno, de un modo indirecto, beneficia sólo a un cierto sector de la sociedad. Por lo tanto, les exige a estos individuos contribuciones especiales. Las contribuciones pueden ser establecidas en el ámbito estatal, regional o local. Además de todo lo expuesto tampoco podemos pasar por alto la existencia de una ONG que precisamente tiene como nombre CONTRIBUIR.

Se trata de una organización que trabaja en el ámbito del desarrollo local, concretamente lo que hace es desarrollar sus funciones dentro de lo que es el diseño y la implantación de programas que persiguen el desarrollo productivo local. De la misma forma, no podemos olvidar tampoco que contribuir es un verbo que se ha utilizado, especialmente en el pasado, para referirse a la acción que llevaba a cabo una persona que le atribuía a otra una serie de cualidades o de características que la diferenciaban en cualquier sentido.

El verbo contribuir puede ser utilizado como sinónimo de ayudar, asistir, favorecer, auxiliar, apoyar y socorrer, por ejemplo. Todo este conjunto de sinónimos nos llevan igualmente a establecer que entre los antónimos que tiene la palabra que ahora nos ocupa están los verbos eximir, impedir, recibir, truncar o postular. Sin pasar por alto tampoco otros tales como empecer o inhibirse.

Se dice que una persona contribuye con otra cuando le presta su colaboración o socorro. De esta forma, el sujeto que contribuye está asistiendo a quien recibe la ayuda para que éste pueda satisfacer una necesidad o conseguir un cierto fin.

2.1.7.3 Fortalecimiento microempresarial

La Fundación Propal promueve el apoyo a los microempresarios con el fin de que puedan formular adecuadamente sus estrategias de negocio, y consolidar sus procesos técnicos y administrativos para lograr negocios competitivos y sostenibles.

La competencia puede ser un punto de partida para enfocar su estrategia llegando al mismo mercado de una manera diferente, lo que le podrá permitir ganar una posición, satisfaciendo necesidades y gustos de los clientes a través de la creación de un producto o servicio que los clientes perciban como único o diferente.

Así como los consumidores cada día demandan nuevos productos o servicios que son propios de un nuevo estilo de vida. En tal caso las empresas con mejores estrategias de comunicación para el reconocimiento en el mercado logran sobrevivir en un sector que lleva tanto tiempo brindado un soporte, por tal razón es que los clientes a proveedores con larga trayectoria, aquellos que cuentan con infraestructura y desarrollo a través de los años.

Entonces, cuando hay productos con tan pocas probabilidades de diferenciación, las posibilidades de la microempresa están en el reconocimiento por alguna característica, esta tiene que contribuir a que la empresa se destaque bien sea por la diferencia en sus servicios o por la especialización en un sector¹⁹.

2.1.7.4 Entorno tecnológico y competitivo.

El entorno tecnológico permite definir las tecnologías que están a nuestro servicio, las cuales facilitan la comunicación interpersonal, la planificación del tiempo, la facilidad para la adquisición de nuevos conocimientos, así como la

¹⁹ <http://aplicaciones.ceipa.edu.com>

posibilidad de acceder a los mercados. Contar con la tecnología adecuada puede facilitar o limitar el desempeño y competitividad de la microempresa.

Es importante tener en cuenta que si la empresa no incorpora tecnología puede perder competitividad, por esta razón se deben conocer las nuevas tendencias a corto y mediano plazo, para definir su incorporación a la empresa y mejorar su competitividad. Por otro lado el Análisis Competitivo nos permite relacionar a la empresa con su entorno y ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo.

Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello se debe tener presente:

- La naturaleza y el éxito de los cambios probables que pueda adoptar el competidor.
- La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos que otras empresas puedan iniciar.
- La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno que puedan ocurrir de los diversos competidores.

La capacitación a más de promover el fortalecimiento organizacional vinculado a los proyectos productivos, Los talleres deberán tratar temas como el Fortalecimiento Organizacional: diagnóstico y plan de acción. Se hablará del Liderazgo y Gestión de proyectos: construcción de proyectos, plan de negocios. Con el propósito de robustecer la microempresa, el Banco Nacional de Fomento (BNF), mediante un proyecto de desarrollo entregará créditos a bajo interés.

La mayoría de los que recibirán los créditos son propietarios de tiendas de abarrotes, distribuidores de mariscos y otros, quienes aseguran estar satisfechos, ya que esto les permitirá fortalecer y hacer que el negocio crezca favorablemente, generando empleo.

2.1.7.5 Competitividad

La competitividad de calidad y de precios se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

Frecuentemente se usa la expresión pérdida de competitividad para describir una situación de aumento de los costes de producción, ya que eso afectará negativamente al precio o al margen de beneficio, sin aportar mejoras a la calidad del producto.²⁰

2.1.7.6 Factores que influyen en la competitividad

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

Calidad: Calidad de producto es la capacidad de producir satisfactores (sean bien económico o bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, también significa realizar correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes internos de la organización y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

Productividad: La capacidad de producir mayor cantidad de producto de una cierta calidad (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad

²⁰ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/246.htm>

depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano), así en países industrializados los empleados puede producir en promedio mucha mayor cantidad de bienes gracias a la existencia de maquinaria que mecaniza o automatizan parte de los procesos.

En cuanto a los servicios, especialmente los que requieren atención personal directa, la productividad frecuentemente es mucho más difícil de mejorar mediante capital físico o humano.

Una mayor productividad redunda en una mayor capacidad de producción a igualdad de costes, o en un menor coste a igualdad de producto producida. Un coste menor permite precios más bajos (importante para las organizaciones mercantiles) o presupuestos menores (importante para organizaciones de Gobierno o de Servicio Social).

Calidad del servicio: La calidad del servicio está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes, usuarios o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc. Logrando altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.

Imagen: Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.²¹

2.1.8 Gestión

Serna (2009) asegura que, la palabra gestión proviene del latín *gestio*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de

²¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad>

administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.²²

Importante es subrayar que la gestión, que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas.

En este sentido, el primero de los citados puntales es lo que se reconoce como estrategia. Es decir, el conjunto de líneas y de trazados de los pasos que se deben llevar a cabo, teniendo en cuenta factores como el mercado o el consumidor, para consolidar las acciones y hacerlas efectivas.

Es importante resaltar que existen distintos tipos de gestión. La gestión social, por ejemplo, consiste en la construcción de diferentes espacios para promover y hacer posible la interacción entre distintos actores de una sociedad.

La gestión de proyectos, por su parte, es la disciplina que se encarga de organizar y de administrar los recursos de manera tal que se pueda concretar todo el trabajo requerido por un proyecto dentro del tiempo y del presupuesto disponible.

2.1.8.1 Función de la gestión

Anzola (2010) define que, la gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones que son:

- Planificación: se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos

²² Serna (2009) Módulo de Administración por Proceso. Editorial MC Graw Hill. 347pp.

- Organización: donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto
- Dirección: implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo.
- Control: este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.²³

2.1.8.2 Herramientas para la gestión

La gestión, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en cuatro herramientas principales otorgadas por Eco negocios, que son:

- Plan de negocios
- Estructura del negocio
- Contabilidad
- Lista de comprobación.

2.1.8.3 Gestión por procesos.

Roure (2010) y Monino et Rodríguez indican que la gestión por procesos se basa en la modelización de los sistemas como un conjunto de procesos interrelacionados mediante vínculos causa-efecto.²⁴

El propósito final de la Gestión por Procesos es asegurar que todos los procesos de una organización se desarrollan de forma coordinada, mejorando la efectividad y la satisfacción de todas las partes interesadas (clientes, accionistas, personal, proveedores, sociedad en general).

²³ **Anzola (2010)** Administración de la Pequeñas Empresas. Tercera Edición. Editorial MC Graw Hill. 347pp.

²⁴ **Roure y Monino et Rodríguez (2010)** Gestión por Procesos. Estudios y Ediciones IESE. Barcelona. 132pp.

La Gestión por Procesos se considera una metodología para la administración y mejora de los procesos de la compañía, dicha metodología tiene cuatro fases:

Identificación.- cuyos objetivos son identificar e interrelacionar los procesos de la compañía, y seleccionar que procesos han de mejorarse por considerarse críticos para la consecución de su visión y objetivos. En esta fase solo participan los altos directivos de la compañía que deberán definir la compañía en término de procesos, seleccionar los procesos a mejorar, nombrar responsables y equipos de los procesos y establecer objetivos para cada proceso.

Planificación.- Participa el responsable y su equipo de proceso, para analizar la situación actual de los procesos y preparar un diseño adecuado. Aquí se define las necesidades del proceso y de sus clientes, se establecen indicadores, se analiza y mejora el proceso.

Transferencia.- Su propósito es transferir a la línea el proceso mejorado. Participa el responsable y su equipo. Se identifican y analizan los problemas potenciales y se establece e implanta un plan de acción.

Gestión operacional.- Se debe verificar que se satisfaga los requerimientos de los clientes y de la compañía, y comprobar que el proceso se desarrolla con los mínimos costes. Participa el responsable, su equipo y toda persona involucrada en él. Aquí el proceso se debe poner bajo control, se revisa periódicamente y se mejora continuamente.

2.1.8.4 ¿Por qué la gestión por procesos?

Porque las eficiencias de los procesos revelan que tan eficiente es la empresa u organización. La mayoría de estas empresas, que han tomado conciencia sobre esto, han podido reaccionar ante la ineficiencia de sus organizaciones departamentales con sus nichos de poder y su inercia excesiva ante los

cambios, potenciando el concepto del proceso y trabajando con una visión de objetivo en el cliente.²⁵

2.1.8.5 ¿Para qué la Gestión por Procesos?

- Para mejorar continuamente las actividades desarrolladas.
- Para reducir la variabilidad innecesaria.
- Para eliminar ineficiencias asociadas a la repetitividad de actividades.

2.1.8.6 ¿A que conlleva La Gestión por Procesos?

- Una estructura coherente de procesos que representa el funcionamiento de la organización
- Un sistema de indicadores que permita evaluar la eficacia y eficiencia de los procesos tanto desde el punto de vista interno (indicadores de rendimiento) como externo (indicadores de percepción).
- Una designación de responsables de proceso, que deben supervisar y mejorar el cumplimiento de todos los requisitos y objetivos del proceso asignado (calidad, productividad, medioambiente, seguridad y salud laboral).

Cuando se define y analiza un proceso, es necesario investigar todas las oportunidades de simplificación y mejora del mismo. Para ello, es conveniente tener presentes los siguientes criterios:

- Se deben eliminar todas las actividades que no añaden valor.
- Los detalles de los procesos son importantes porque determinan el consumo de recursos, el cumplimiento de especificaciones, en definitiva: la eficiencia. La calidad y productividad requieren atención en los detalles.

²⁵ <http://www.revistaleadership.com/articulos-colaboradores/effective-management/gestion-por-procesos/>

- No se puede mejorar un proceso sin datos. En consecuencia: son necesarios indicadores que permitan revisar la eficacia y eficiencia de los procesos.
- Las causas de los problemas son atribuibles siempre a los procesos, nunca a las personas.
- En la dinámica de mejora de procesos, se pueden distinguir dos fases bien diferenciadas: la estabilización que tiene por objeto normalizar el proceso de forma que se llegue a un estado de control en el que la variabilidad es conocida y puede ser controlada; la mejora que tiene por objeto reducir los márgenes de variabilidad del proceso y mejorar sus niveles de eficacia y eficiencia.

El análisis y definición de los procesos permite:

- Establecer un esquema de evaluación de la organización en su conjunto (definiendo indicadores de los procesos).
- Comprender las relaciones causa-efecto de los problemas de una organización y por lo tanto atajar los problemas desde su raíz.
- Definir las responsabilidades de un modo sencillo y directo (asignando responsables por proceso y por actividad).
- Fomentar la comunicación interna y la participación en la gestión.
- Evitar la “Departamentalización” de la empresa.
- Facilitar la Mejora Continua (Gestión del Cambio).
- Simplificar la documentación de los sistemas de gestión.
- Evitar despilfarros de todo tipo.
- Facilitar la Integración de los diferentes sistemas de gestión.

Los procesos de una organización pueden verse afectados por diversos requisitos legales o normativos, del cliente, internos y externos, medioambientales, de calidad, de seguridad, de medio ambiente, de

productividad. Podrían surgir nuevos requisitos o verse modificados los actuales, pero la estructura de procesos no tiene, porque sufrir modificaciones.

2.1.9 Formación Empresarial

Gahan (2007) indica que, la formación empresarial es el conjunto de acciones formativas que se desarrollan por las empresas, los trabajadores o sus respectivas organizaciones dirigidas tanto a la mejora de competencias como al reciclaje de los trabajadores ocupados, que permitan compatibilizar la mayor competitividad de las empresas con la formación individual del trabajador.²⁶

Se debe entender la formación como un proceso de potenciación y desarrollo del individuo en relación con su profesión, un proceso que pretende eliminar las diferencias existentes entre aquello que un empleado puede ofrecer a partir de sus habilidades, experiencias y aptitudes acumuladas y aquello que es exigido por su ocupación laboral.

Desde el punto de vista de la empresa, toda actividad realizada, conlleva necesariamente unos beneficios que justifican su realización. La formación en la empresa debe estar orientada a la rentabilidad, en sus dos versiones de eficacia (logro de objetivos) y eficiencia (mínimo uso de recursos).

Así mismo, la formación en la empresa demanda unos requisitos mínimos para cumplir con su función de herramienta de apoyo a la mejora de la competitividad:

- Ha de estar integrada en la estrategia de empresa.
- Ha de responder a los intereses de la empresa y de los trabajadores.
- Ha de estar planificada y tener definidos los objetivos.
- Ha de ser evaluada.

²⁶ **Gahan, J. (2007)** “Planeación y Formación Empresarial” – 2da edición. España

2.2 Fundamentación conceptual.

2.2.1 Demanda.

Según **Fisher y Espejo (2009)** "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"

Según **Andrade (2010)** "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"

2.2.2 Oferta.

Señala **Mankiw (2006)** "la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender"

Para **Fisher y Espejo (2009)** autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refieren a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."

2.2.3 Producto.

Según **Palao y Gómez (2009)** "el producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para la adquisición uso o consumo, y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad"

Según **Bonta y Farber (2005)** "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos"

2.2.4 Planeación estratégica.

Para **Reyes (2008)** “Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización”

Señala **Dale (2009)** “Determinación del conjunto de objetivos para obtenerse en el futuro y los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos”

2.2.5 Estrategias.

Según **Brain (2009)** “Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”

Para **Ansoff: (2009)** “La estrategia es el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado que definen la esencia natural de los negocios que la organización planea para el futuro.

<http://www.monografias.com/trabajos82/estrategia/>

2.2.6 Análisis FODA

Según **González (2005)** “Se trata de una herramienta analítica que facilita sistematizar la información que posee la organización sobre el mercado y sus variables, con fin de definir su capacidad competitiva en un período determinado”.

Analiza **Carnap (2010)** “Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planear una estrategia de futuro”

2.2.6.1 Las fortalezas y debilidades

Según **González (2005)** “Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia”

Según **González (2005)** “Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil”

Analiza **Carnap (2010)** “Las fortalezas y oportunidades son, en conjunto, las capacidades, esto es, los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras”

2.2.6.2 Las oportunidades y amenazas

Según **González (2005)** “Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlable por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría”

Analiza **Carnap (2010)** “Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en el atractivo del estado de una organización, sino que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico”

2.3 Fundamentación legal

2.3.1 Quién fomenta a las microempresas.

Banco Nacional de Fomento, Su funcionamiento se norma por las disposiciones de esta Ley, su Estatuto, Reglamentos y Regulaciones, y su política crediticia

se orienta de conformidad con los planes y programas de desarrollo económico y social que expide el Gobierno Nacional.

Art. 3.- El objetivo fundamental del Banco es estimular y acelerar el desarrollo socio - económico del país, mediante una amplia y adecuada actividad crediticia. Con esta finalidad, tendrá las siguientes funciones:

a) Otorgar crédito a las personas naturales o jurídicas que se dediquen al fomento, producción y comercialización, preferentemente de actividades agropecuarias, acuícolas, mineras, artesanales, forestales, pesqueras y turísticas, promoviendo la pequeña y mediana empresa, así como la microempresa.

2.3.2 Ley del Artesano

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Art. 2.- Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;

b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual

aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;

- c) Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura, y del Trabajo y Recursos Humanos;
- d) Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;
- e) Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y,
- f) Taller Artesanal:** Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:
 - 1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
 - 2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y que el de aprendices no sea mayor de cinco;
 - 3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
 - 4. Que la Dirección y responsabilidad de la microempresa estén a cargo del maestro de taller; y,
 - 5. Que la microempresa se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

2.3.3 Ley de promoción y formalización del micro y pequeña empresa

Título I

Disposiciones generales

Art. 1° Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.

Art 2° Definición de Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

Art. 3° Características MYPE

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

A) El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta 10 trabajadores inclusive

- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta 50 trabajadores inclusive

B) Niveles de ventas anuales:

- La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas

Tributarias - UIT

- La pequeña empresas partir de monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Título III

Instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad

Capítulo I De los instrumentos de promoción de las MYPE

CAPITULO II

DE LAS LICENCIAS Y PERMISOS MUNICIPALES

Art. 38° Licencia de funcionamiento provisional

La Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un solo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la Zonificación y compatibilidad de uso correspondiente. Si vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional. La licencia provisional de funcionamiento tendrá validez de doce (12) meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Art. 39° Licencia municipal de funcionamiento definitiva

Vencido el plazo referido en el artículo anterior, la Municipalidad respectiva, que no ha detectado ninguna irregularidad o que habiéndola detectado, ha sido subsanado, emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva. Otorgada la Licencia de Funcionamiento Definitiva, la Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación,

fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el DECRETO Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificaciones.

Art. 40° Costo de la licencia provisional y definitiva

El costo de los trámites relacionados con la Licencia Municipal de Funcionamiento Provisional y Definitiva para las MYPE está en función del costo administrativo del servicio que prestan las municipalidades debidamente sustentado, previa publicación.

La Comisión de Acceso al Mercado del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPÍ) es la encargada de velar por el cumplimiento de estas normas, debiendo actuar de oficio o a pedido de parte.

Art. 41° Revocatoria de la licencia de funcionamiento

Solo se podrá revocar la Licencia de Funcionamiento Definitiva por causa expresamente establecida en el ordenamiento legal de acuerdo a lo establecido en el artículo IV del Título Preliminar de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. La Municipalidad deberá convocar a una audiencia de conciliación como requisito para la revocación de una Licencia de Funcionamiento Definitiva. El incumplimiento de este requisito acarrea la nulidad del procedimiento revocatorio.

Capítulo III

Del régimen tributario de las MYPE

Art. 42° Régimen tributario de las MYPE

El Régimen Tributario facilita la tributación de las MYPE y permite que un mayor número de contribuyentes se incorpore a la formalidad.

El Estado promueve campañas de difusión sobre el Régimen Tributario, en especial el de aplicación a las MYPE con los sectores involucrados.

La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas, necesarias para fortalecer y cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora de los tributos de las MYPE

Titulo VI

Régimen Laboral De Las Microempresas

Capitulo Único Del Régimen Laboral Especial

Art. 43° Objeto¹¹

Crease el régimen laboral especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Microempresas, mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

El presente régimen laboral especial es de naturaleza temporal y se extenderá por un periodo de (5) cinco años desde la entrada en vigencia de la presente Ley, debiendo las empresas para mantenerse en el conservar las condiciones establecidas en los artículos 2° y 3° de la presente Ley para mantenerse en este.

El régimen laboral especial comprende remuneración, jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo, descanso semanal, descanso vacacional, descanso por días feriados, despido injustificado, seguro social de salud y régimen pensionario.

Las Microempresas y los trabajadores considerados en el presente régimen pueden pactar mejores condiciones a las previstas en la presente Ley, respetando el carácter esencial de los derechos reconocidos en el párrafo anterior.

Art. 45° Remuneración

Los trabajadores comprendidos en la presente Ley tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital, de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.

Art. 46° Jornada y horario de trabajo

En materia de jornada de trabajo, horario de trabajo, trabajo en sobre tiempo de los trabajadores de la Microempresa, es aplicable lo previsto por el Decreto Supremo N 007 – 2002 TR, Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N 854, Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobre Tiempo, modificado por la Ley N 27671, o norma que la sustituya. En los Centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicara el sobre tasa del 35%.

Art. 47: El descanso semanal obligatorio

El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.

Art. 48: El descanso vacacional

El trabajador que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N 713, Ley de Consolidación de Descansos Remunerados de los Trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios. Rige lo dispuesto en el Decreto Legislativo N 713 en lo que le sea aplicable.

Art. 49° El despido injustificado

El importe de la indemnización por despido injustificado es equivalente a quince (15) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento ochenta (180) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos

Art. 50° El seguro social de salud

Los trabajadores y conductores de las Microempresas comprendidas en la presente norma, son asegurados regulares, conforme al Art. 1 de la Ley Nro. 26790, Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud.¹²

Art. 51° El régimen pensionario

Los trabajadores y los conductores de las Microempresas comprendidas en el presente régimen podrán afiliarse a cualquiera de los regímenes previsionales, siendo opción del trabajador y del conductor su incorporación o permanencia en los mismos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Materiales y métodos

3.1.1 Materiales

Insumos de oficina, equipo de computación, libros, revistas e internet

3.1.2 Métodos

Para realizar la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

3.1.2.1 Inductivo

Al poner en práctica este procedimiento se ejecutó un estudio general del proceso de producción de las microempresa dedicadas a la confección de prendas de vestir, información obtenida por medio de las entrevistas, mismas que permitieron elaborar el proyecto y establecer conclusiones al final del proceso investigativo.

3.1.2.2 Deductivo

Con la finalidad de lograr los mejores resultados dentro de la investigación, surge la necesidad de utilizar este método porque es el que sigue ciertas normas estratégicas que van desde la observación, análisis y clasificación de los hechos, se derivan de una hipótesis lo cual nos sirve para solucionar problemas planteados.

3.2 Tipo de investigación.

Este proyecto tiene dos tipos de investigación:

3.2.1 Descriptivo.

No hay manipulación de variables, estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural. Su metodología es fundamentalmente descriptiva, aunque puede valerse de algunos elementos cuantitativos y cualitativos.

3.2.2 Explicativo

Es aquella que tiene relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Puede valerse de diseños experimentales y no experimentales.

3.3 Diseño de la Investigación

3.3.1 Técnicas

Se aplicó las siguientes técnicas:

3.3.1.1 Entrevista

Se realizó entrevistas a 5 modistas y un sastre con el fin de recopilar toda la información necesaria que nos permita conocer en que consiste su trabajo para el avance de la investigación.

3.3.1.2 Encuesta

Se aplicó encuestas a 25 comerciantes de los cuales 7 venden exclusivamente de ropa de niños (as) y los restantes venden para adultos y niños (as) para conocer la demanda que existe en el mercado.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La presente investigación se la realizó en la Ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos, la población objetivo representa a las microempresas del sector artesanal dedicadas a la **confección de prendas de vestir para niños y niñas**. Se determinó en el proceso de investigación que no existen en la ciudad de Quevedo microempresas que se dediquen específicamente a la confección de ropa para niños y niñas. En vista de lo señalado se procedió para realizar la investigación conforme se señala en el apartado siguiente.

3.4.2 Muestra

El cálculo de la muestra no se pudo realizar puesto que, en la ciudad de Quevedo no existen microempresas dedicadas a la confección de prendas de vestir para niños y niñas de manera exclusiva. Con el objetivo de obtener información que ayude al desarrollo de la investigación en curso se decidió realizar una encuesta a 25 comerciantes de los cuales 7 venden exclusivamente ropa para niños (as); y los 18 restantes comercializan ropa tanto para adultos como para niños (as).

Además en la investigación se logró entrevistar a un grupo pequeño de modistas y sastres que confeccionan ropa de niños y niñas, pero solo bajo pedido y esporádicamente en el año. Este grupo entrevistado está conformado por 5 modistas y un sastre.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Situación actual de las microempresas artesanales de Quevedo que se dedican a la confección de prendas de vestir para niños

No existen en la ciudad de Quevedo microempresas que se dediquen específicamente a la confección de ropa para niños y niñas.

Se pudo entrevistar a 5 modistas que reciben clientes a quienes les confeccionan ropa de niñas frecuentemente vestidos, también se entrevistó 1 sastre quien confecciona bajo pedido pantalones para niños.

Se determinó realizar una encuesta a comerciantes de ropa de niños y niñas con el objetivo de obtener material para el desarrollo de la investigación, se encuestó a 25 comerciantes de los cuales 7 vende exclusivamente ropa para niños (as) y los restantes venden para adultos y niños (as).

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Quevedo, Provincia de los Ríos ubicado a 74m sobre el nivel del mar la misma que se halla en el centro del país, está limitada al Norte por los cantones Buena Fe y Valencia, al Sur por el Cantón Mocache, al Este por Ventanas y Quinsaloma y al Oeste El Empalme.

En la actualidad, las microempresas independientemente de su tamaño y del sector de actividad, deben hacer frente a mercados competitivos en los que han de tener presente la satisfacción de sus clientes, con eficiencia económica de cada actividad.

Pregunta 1 ¿Para qué género vende con más frecuencia?

Cuadro 1. Género con más frecuencias en ventas.

Género	Valor absoluto	Valor relativo
Niñas	15	60%
Niños	10	40%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

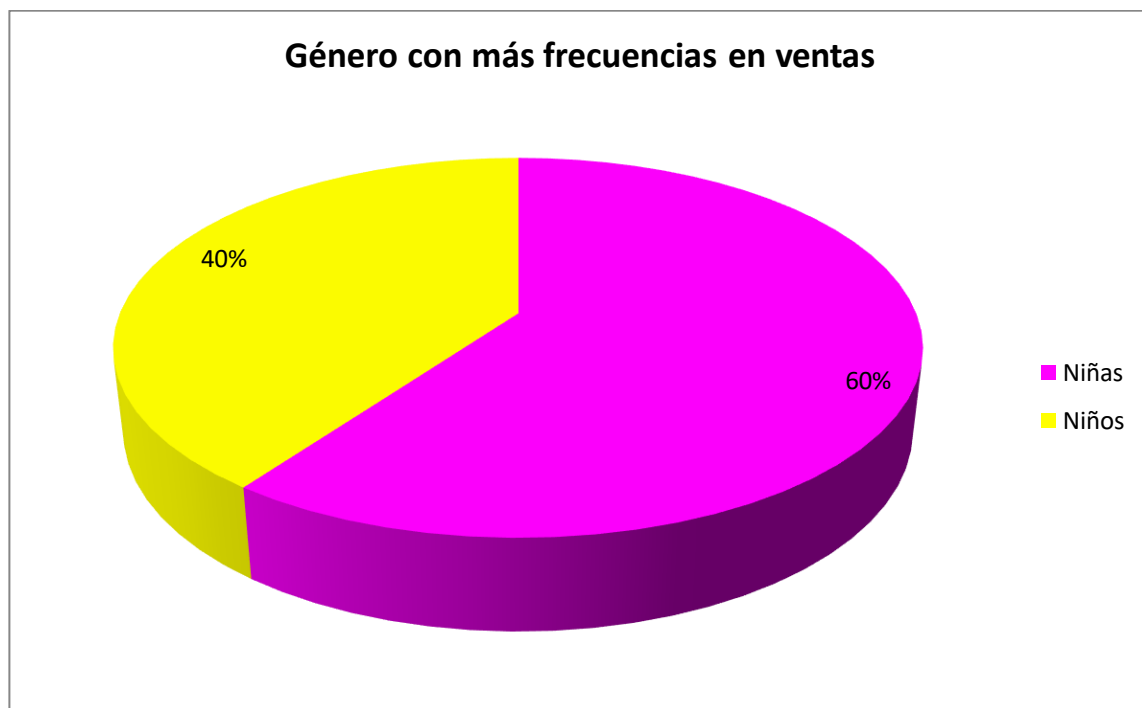


Gráfico 1: Genero con más frecuencia en ventas

Análisis: el grafico 1 indica para que género vende con mayor frecuencia, en el que se muestra que de 25 comerciantes encuestados el 60% vende más ropa para niñas y el 40% para niños.

Pregunta 2 ¿Para qué edades vende en mayor cantidad?

Cuadro 2. Cantidades de ropa de niños y niñas vendidas por comerciantes.

Edades	Valor Absoluto	Valor Relativo
0 - 1 año	15	60%
1 - 3 años	8	32%
3 - 5 años	2	8%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

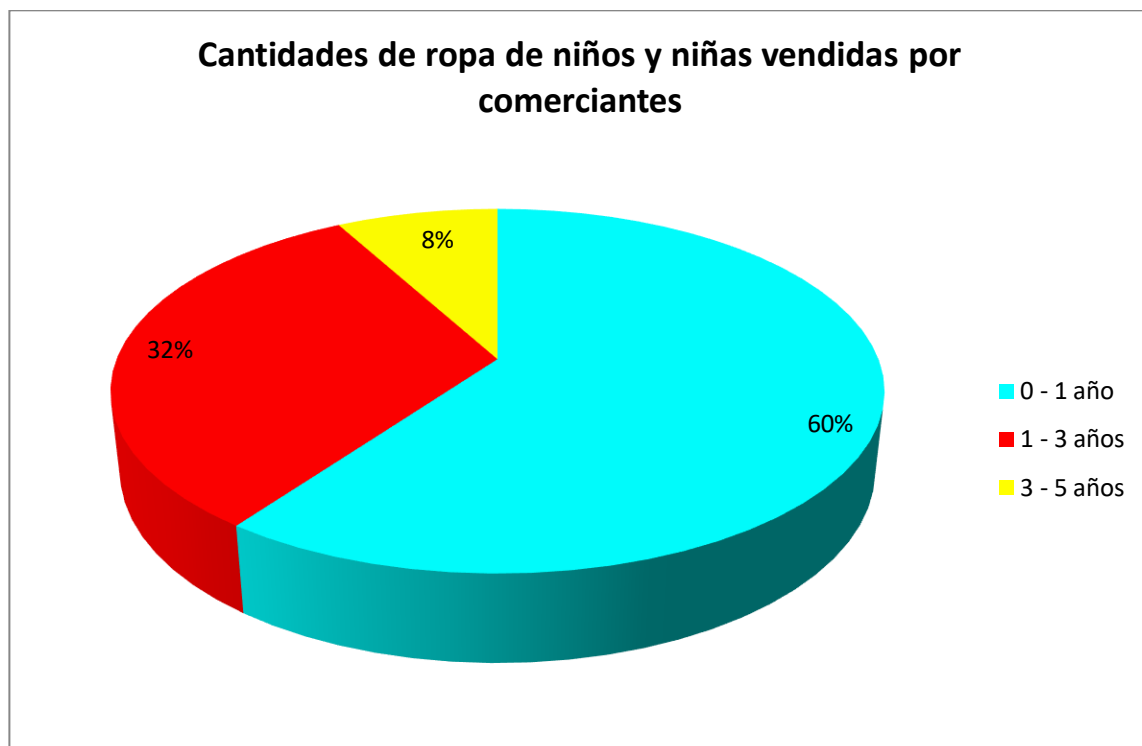


Gráfico 2: Cantidades de ropa de niños y niñas vendidas por comerciantes

Análisis: El gráfico 2 muestra que la cantidad de ropa se vende de acuerdo con las edades de los niños (as), el 60% de las ventas es para las edades de 0 – 1 año, un 32% para las edades de 1 – 3 años y el restante para los de 3 – 5 años.

Pregunta 3 ¿Qué tallas son las preferidas para los niños y niñas?

Cuadro 3. Tallas de mayor preferencia en la venta.

Tallas	Valor Absoluto	Valor Relativo
0 - 3 meses	12	48%
3 - 6 meses	2	8%
6 - 12 meses	6	24%
1 - 3 años	3	12%
3 - 5 años	2	8%
Total	25	100%

Fuentes: encuesta

Elaboración: autora.

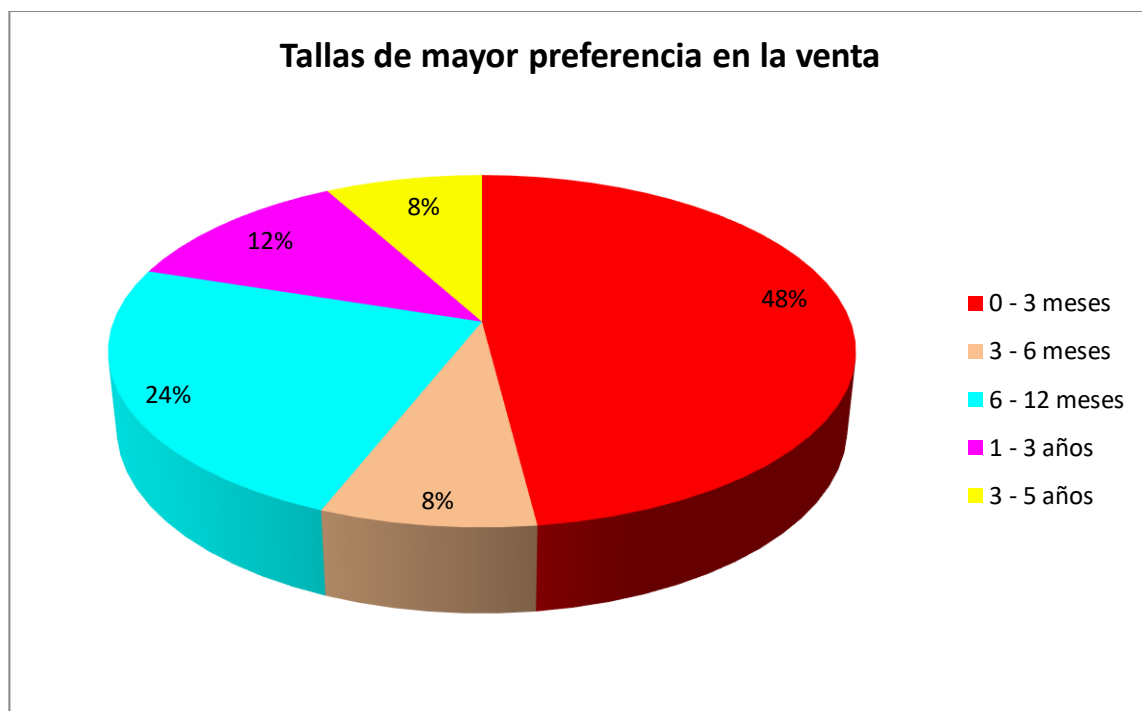


Grafico 3: Tallas de mayor preferencia en la venta

Análisis: El grafico 3 indica la preferencia en la venta de ropa para niños y niñas de acuerdo a las tallas, el 48% es para tallas de 0 – 3 meses, con un 8% para las de 3 – 6 meses, 24% para tallas de 6 – 12 meses, un 12% para las tallas de 1 – 3 años y 8% para las de 3 – 5 años.

Pregunta 4 ¿Cuáles son los tipos de tela escogido por los clientes?

Cuadro 4. Tipos de tela preferida para ropa de niños y niñas.

Ítems	Valor absoluto	Valor Relativo
Algodón	16	64%
Hilo	5	20%
Poliéster	0	0%
Jeans	4	16%
Terciopelo	0	0%
Total	25	100%

Fuente: encuesta
Elaboración: autora.



Grafico 4: Tipos de tela preferida para ropa de niños y niñas

Análisis: El grafico 4 muestra el tipo de tela que escogen los consumidores, el 64% escogen tela de algodón, un 20% tela de hilo y el 16% eligen tela Jeans.

Pregunta 5 ¿Existen diferencias en tipo de tela en relación a los niños y niñas?

Cuadro 5. Diferentes tipos de tela para ropas de niños y niñas.

Ítems	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	5	20%
No	20	80%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.



Grafico 5: Diferentes tipos de tela para ropas de niños y niñas

Análisis:

El grafico 5 demuestra si existe diferencia en el tipo de tela que se confecciona la ropa de los niños y niñas, un 20% lo afirma y el 80% sostiene que no hay.

Pregunta 6 ¿Cuáles de los siguientes colores son de preferencia de los clientes?

Cuadro 6: Colores de ropa de niños y niñas con mayor venta.

Colores	Valor Absoluto	Valor Relativo
Amarillo	6	24%
Rosado	8	32%
Azul	5	20%
Rojo	3	12%
verde	3	12%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

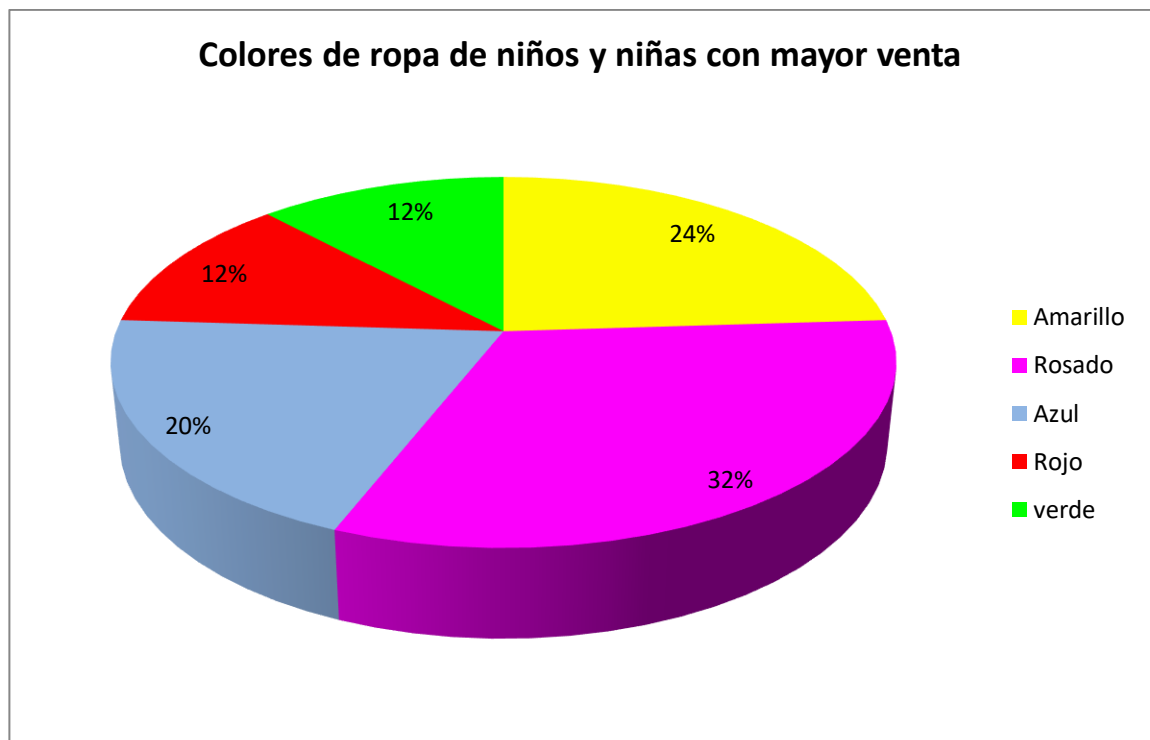


Gráfico 6: Colores de ropa de niños y niñas con mayor venta

Análisis: El gráfico 6 indica los colores más aceptados por el consumidor, se muestra que el 24% escoge el color amarillo, un 32% el rosado, 20% el azul, 12% rojo y el restante prefieren el color verde.

Pregunta 7 ¿Cuáles de los siguientes modelos son los más vendibles?

Cuadro 7: Modelos de ropa para niños y niñas mayormente vendidos.

Modelos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Vestidos	10	40%
Pantalones	5	20%
Camisas	4	16%
Monos	6	24%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.



Grafico 7: Modelos de ropa para niños y niñas mayormente vendidos

Análisis: El grafico 7 demuestra que modelos de ropa tienen mayor venta, el 40% vende en mayor cantidad vestidos, un 20% pantalones, 16% camisas y un 24% su venta mayor son los monos o ajuares.

Pregunta 8 ¿Hay diferencia en el tipo de ropa que vende en relación a las estaciones del año?

Cuadro 8: Ventas de diferente tipos de ropa en relación a las épocas del año.

Ítems	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	19	76%
No	6	24%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

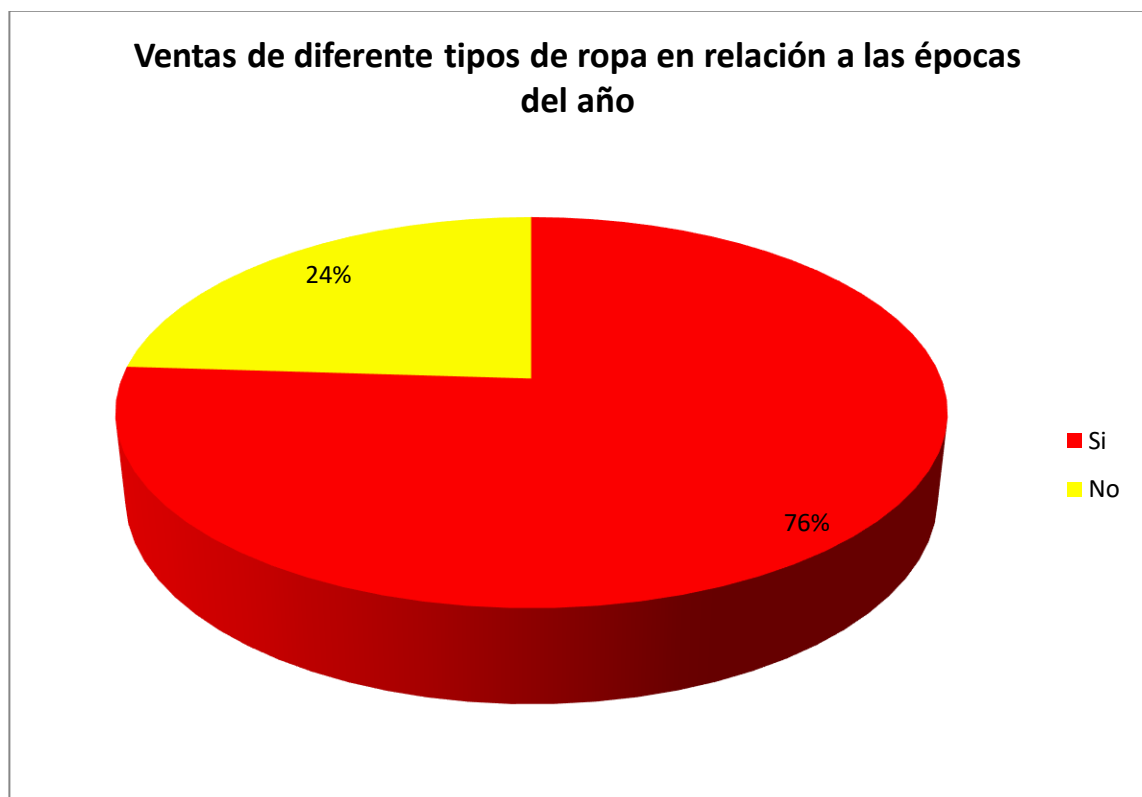


Grafico 8: Ventas de diferentes tipos de ropa en relación a las épocas del año.

Análisis: El grafico 8 indica si existen diferencias en las ventas en ciertos tipos de ropa de acuerdo con las estaciones del año, el 76% de los comerciantes lo afirma y un 24% sostiene que no hay diferencia (en cualquier época del año ellos venden los mismos tipos de ropa).

Pregunta 9 ¿En cuál de los siguientes aspectos cree Ud. Que se basa el cliente a la hora de comprar?

Cuadro 9: Aspectos en los que se basa el consumidor al comprar.

Aspectos	Valor Absoluto	Valor Relativo
Precio	18	72%
Calidad de la tela	4	16%
Nombres de marcas	3	12%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

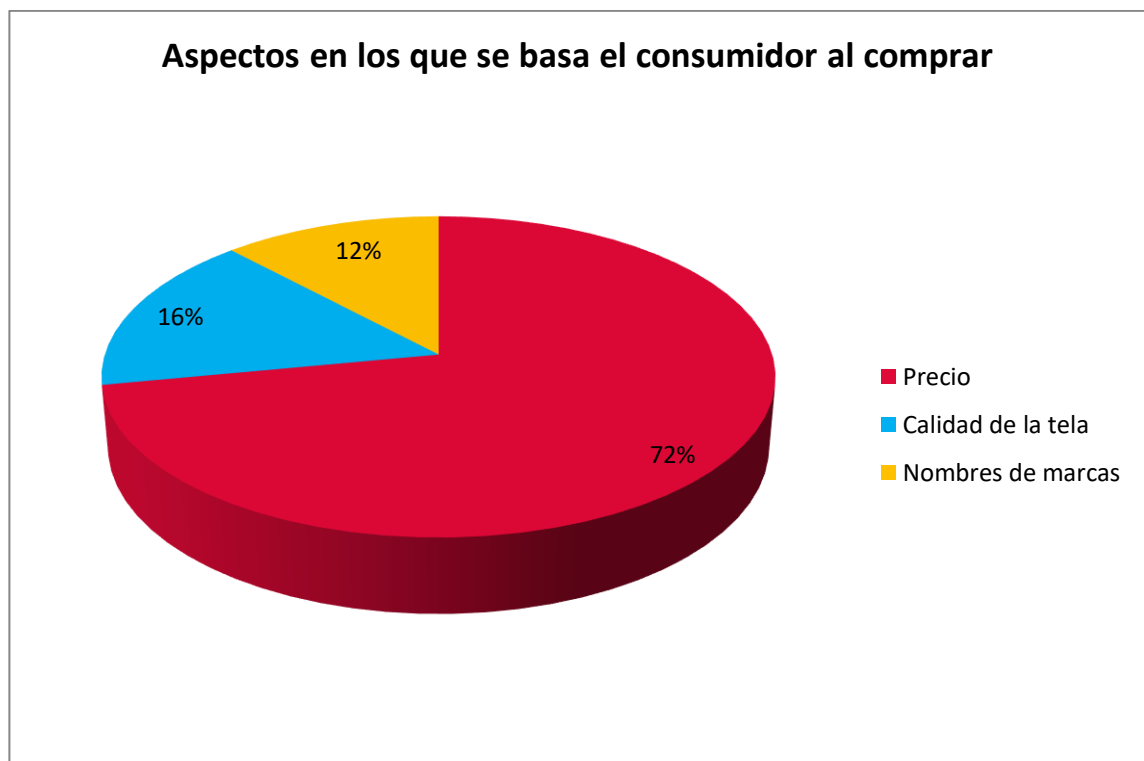


Grafico 9: Aspectos en los que se basa el consumidor al comprar.

Análisis: El grafico 9 demuestra en que aspectos se basa el cliente al comprar desde el punto de vista de los comerciantes, para el 72% se basa en el precio de las prendas, para un 16% basa su compra en la calidad de la tela y el 12% revela que en los nombres de las marcas.

Pregunta 10 ¿Existe diferencia en los precios de la ropa entre niñas y niños?

Cuadro 10. Precios distintos para niñas y niños.

	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	20	80%
No	5	20%
Total	25	100%

Fuente: encuesta

Elaboración: autora.

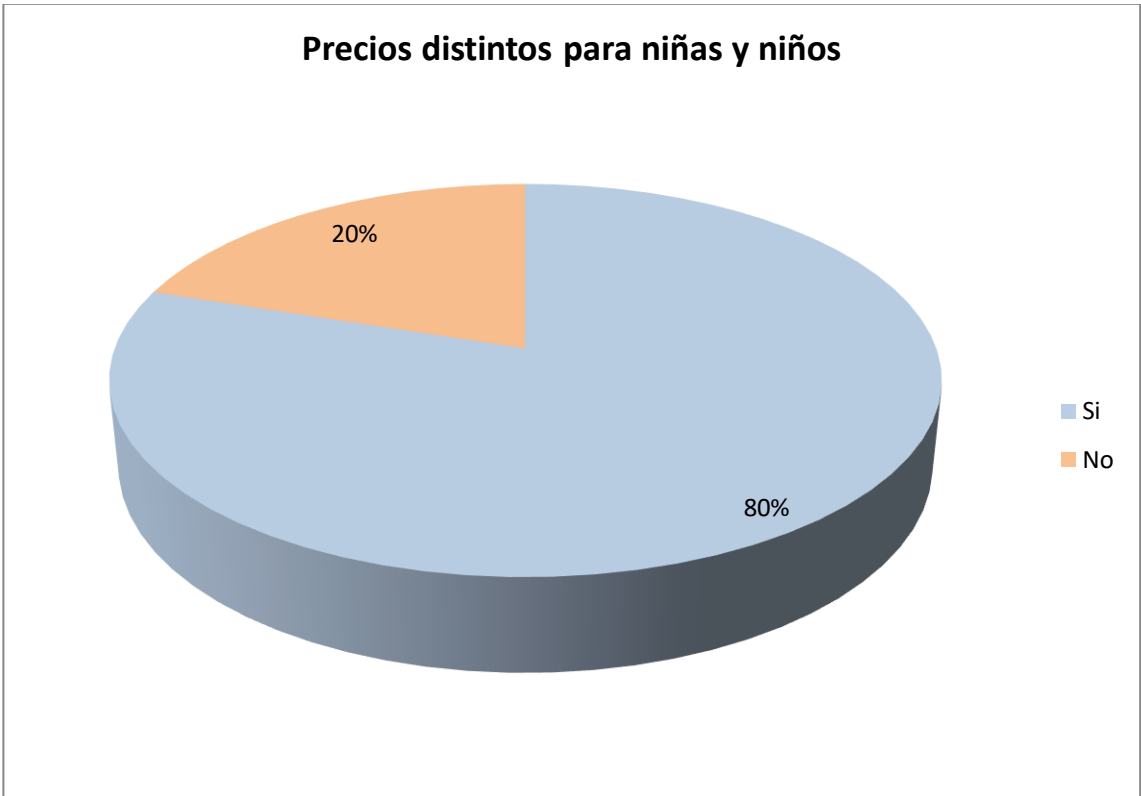


Grafico 10: Precios distintos para niñas y niños

Análisis: El grafico 10 indica si existen diferencias en los precios de la ropa de niños y niñas, un 80% de los comerciantes lo confirma y un 20% dice que no hay (los precios son iguales para niños y niñas).

4.1.2 Procesos de producción en términos que den valor agregado a las microempresas.

Se identificaron los procesos de confección de vestidos para niñas

Cuadro 11. Proceso de confección de un vestido para niñas.

Proceso		Tiempo (minutos)	Gestión de proceso (reducción de tiempo)	Un vestido (costo / minuto) (costo / proceso)	
				\$ / Minuto	\$ / Proceso sin reducción de tiempo
1	Diseño	10		0,0952381	0,95238095
2	Moldería	20	15	0,0952381	1,90476190
3	Tizado	10		0,0952381	0,95238095
4	Corte	10		0,0952381	0,95238095
5	Bordado	10		0,0952381	0,95238095
6	Coser (costura)	20	15	0,0952381	1,90476190
7	Quitar hilos	10		0,0952381	0,95238095
8	Planchados	10		0,0952381	0,95238095
9	Doblado	5		0,0952381	0,47619048
		105			10

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 11 muestran los procesos de confección, el tiempo en minutos, el costo de confección por cada minuto y el precio de cada proceso de confección de un vestido para niñas.

Cuadro 12. Valor de los procesos gestionados (moldería y costura) en vestidos para niñas.

	Gestión de procesos (costo por minutos empleados)					
Procesos gestionados	20	19	18	17	16	15
Moldería	1,90476190	1,80952381	1,71428571	1,619047619	1,523809524	1,428571429
Coser (costura)	1,904761905	1,80952381	1,71428571	1,619047619	1,523809524	1,428571429
Total	3,80952381	3,619047619	3,42857143	3,238095238	3,047619048	2,857142858

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

En el cuadro 12 se observa como la reducción de tiempo se relaciona directamente con el costo.

Cuadro 13. Valor de los procesos no gestionados en vestidos para niñas.

Procesos no gestionados	Gestión por procesos (costo por minuto empleado)
Diseño	0,95238095
Tizado	0,95238095
Corte	0,95238095
Bordado	0,95238095
Quitar hilos	0,95238095
Planchados	0,95238095
Doblado	0,47619048
Subtotal	6,19047618
(+) Procesos gestionados (costo por 15 minutos empleados)	2,857142858
Total	9,047619038

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 13 presenta el costo total de los procesos gestionados más los no gestionados en la confección de vestidos para niñas. Esto permite señalar que la gestión de los dos procesos considerados, origina la reducción del costo total de 10 a 9,04 dólares por vestido de niña producido.

Cuadro 14. Costo de los procesos gestionados en función del número de vestidos por semana.

Vestidos	\$ / proceso gestionado	Vestidos / semana	Total (\$)
Moldería	1,428571429	4	5,71428572
Confección	1,428571429	4	5,71428572

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 14 indica cual sería el valor por semana de los procesos Moldería y Confección con la reducción planeada de 20 a 15 minutos en cada proceso.

Cuadro 15. Costo de los procesos gestionados en función al número de vestidos por mes.

Vestidos	\$ / Proceso gestionado	Vestidos / Mensuales	Total (\$)
Moldería	1,428571429	16	22,85714286
Confección	1,428571429	16	22,85714286

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 15 muestra el valor por mes de los procesos Moldería y Confección con la reducción del tiempo planteada (de 20 a 15 minutos).

Cuadro 16. Costo de los procesos gestionados en función al número de vestidos por año.

Vestidos	\$ / Proceso gestionado	Vestidos/ Anuales	Total (\$)
Moldería	1,42857143	624	891,4286
Confección	1,42857143	624	891,4286

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 16 muestra el valor por año de los procesos Moldería y Confección con la reducción planeada de 20 a 15 minutos.

Se identificaron los procesos para la confección de pantalones de niños.

Cuadro 17. Proceso de confección de un pantalón para niños y dólares por proceso.

	Proceso	Tiempo (minutos)	Gestión de proceso (reducción de tiempo)	Un Pantalón (costo / minuto) (costo / proceso)	
				\$ / Minuto	\$ / Proceso sin reducción de tiempo
1	Diseño	5		0,088888889	0,444444444
2	Tizado	20	15	0,088888889	1,777777778
3	Corte	20	15	0,088888889	1,777777778
4	Coser (costura)	20	15	0,088888889	1,777777778
5	Quitar hilos	10		0,088888889	0,888888889
6	Planchados	10		0,088888889	0,888888889
7	Doblado	5		0,088888889	0,444444444
		90			8

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

En el cuadro 17 se muestran los procesos de confección, el tiempo en minutos, el costo de confección por cada minuto y el precio de los procesos de confección de un pantalón para niños.

Cuadro 18. Valor de los procesos gestionados (Tizado, Corte y costura) en pantalones para niños.

	Gestión por procesos (costo por minuto empleado)					
Procesos gestionados	20	19	18	17	16	15
Tizado	1,777777778	1,688888889	1,6	1,511111111	1,422222222	1,333333333
Corte	1,777777778	1,688888889	1,6	1,511111111	1,422222222	1,333333333
Costura (confección)	1,777777778	1,688888889	1,6	1,511111111	1,422222222	1,333333333
Total	5,333333333	5,066666667	4,8	4,533333333	4,266666667	4

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

En el cuadro 18 se observa como la reducción de tiempo se relaciona directamente con el costo. Así de 5,33 dólares, para 20 minutos de tiempo, se reduce a 4 dólares para el tiempo de 15 minutos.

Cuadro 19. Valor de los procesos no gestionados en pantalones para niños.

Procesos no gestionados	Gestión por procesos (costo por minuto empleado)
Diseño	0,444444444
Quitar hilos	0,888888889
Planchados	0,888888889
Doblado	0,444444444
Subtotal	2,666666667
(+) Procesos gestionados (costo por 15 minutos empleados)	4
Total	6,666666667

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 19 muestra el costo total de los procesos gestionados más los no gestionados en el proceso de confección de pantalones para niños. Esto permite señalar que la gestión de los tres procesos considerados, origina la reducción del costo total de 8,0 a 6,66 dólares por pantalón de niño producido.

Cuadro 20. Costo de los procesos gestionados en función al número de pantalones por mes.

Pantalones	\$ / proceso gestionado	Pantalones/ Mensuales	Total (\$)
Tizado	1,333333333	20	26,6666667
Corte	1,333333333	20	26,6666667
Costura/ Confección	1,333333333	20	26,6666667

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

En el cuadro 20 se muestra el valor para un mes de los procesos de Tizado, Corte y Confección con la reducción proyectada de 20 a 15 minutos.

Cuadro 21. Costo de los procesos gestionados en función al número de pantalones por año.

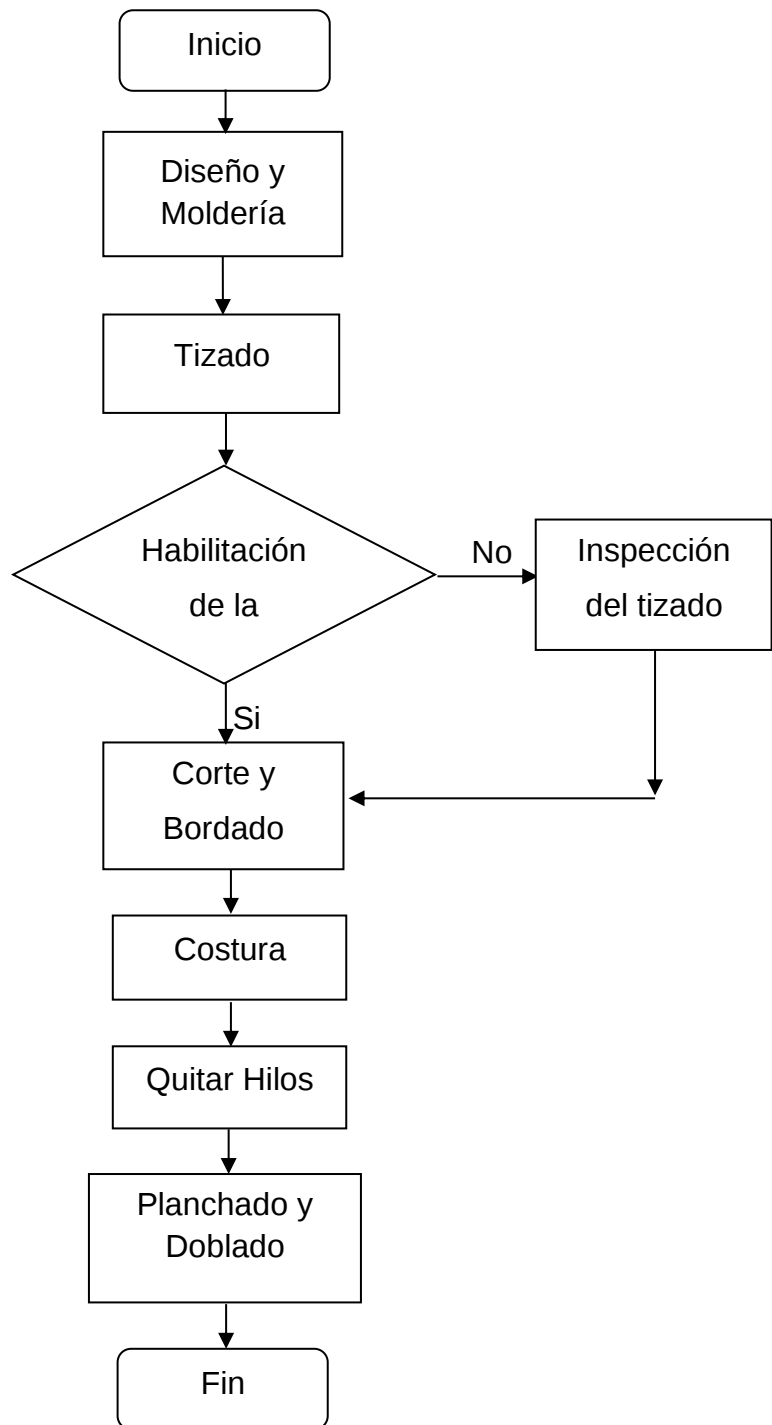
Pantalones	\$ Proceso	Pantalones/ Anuales	Total (\$)
Tizado	1,333333333	240	320
Corte	1,333333333	240	320
Costura/ Confección	1,333333333	240	320

Fuente: entrevista

Elaboración: autora.

El cuadro 21 revela el valor para un año de los procesos Tizado, Corte y Confección con la reducción planeada de 20 a 15 minutos para cada uno de los procesos.

Flujograma de proceso de confección de pendas de vestir para niñas y niños.



4.1.3 Fortalecimiento de las microempresas del sector artesanal en la confección de prendas de vestir para niños.

Se realizó un análisis FODA a las microempresas de las modistas y el sastre encontrándose lo siguiente:

Fortalezas

- Experiencia y conocimiento en confección de ropa para niños.
- Prendas de vestir de excelente calidad.
- Infraestructura propia.

Debilidades

- No dispone de capital para inversión de nuevas maquinarias.
- No dispone de clientela fija.
- Utiliza maquinaria ya superada.

Oportunidades

- Existencia de ley de protección y desarrollo artesanal.
- Ferias artesanales dentro y fuera de la ciudad.
- Mercado amplio.

Amenazas

- Fuertes competidores en el mercado de la moda.
- Sector informal muy extendido.
- Encarecimiento de la materia prima.

Estrategias para superar las debilidades

- Acceder a créditos microempresariales que le permita mejorar sus instrumentos de trabajo.
- Capacitar al microempresario en el área de atención al cliente y actualizar sus conocimientos para asegurar la atención oportuna al cliente y ofrecer prendas confeccionadas de calidad.
- Adquirir maquinaria de buena calidad y actualizada para reducir el tiempo que tarda la confección y mejorar la calidad de la prenda confeccionada.

Estrategias para superar amenazas

- Proveerse de mayor cantidad de materia prima.
- Afiliarse a una organización de la rama artesanal

Estrategias para aprovechar oportunidades

Participar en ferias artesanales

Estrategias para mantener las fortalezas

- Seguir gestionando procesos
- Mantener la calidad del producto

4.2 Discusión

Los procesos de confección para vestidos de niñas y pantalones de niños que se determinaron en el proyecto fueron el diseño, moldería, corte, bordado, confección, quitar hilos, planchado y doblado lo cual coincide con lo manifestado por Ortega (2009) el cual expresa que “la confección de prendas de vestir debe seguir un orden secuencial, constituyendo la continuación lógica, ordenada y necesaria para mantener el producto final; y, que cumpla con requisitos de calidad. Continua señalando que el proceso de confección de una prenda de vestir se inicia con el diseño para luego seguir con la moldería, tizado, corte, bordado, quitar hilos y planchado”.

Para determinar el valor agregado se proyecta la reducción del tiempo de los procesos que tardan más. Esto se refleja en los cuadros 12 y 17, donde una prenda de vestir puede ser confeccionada en menor tiempo de lo común, creando de esta manera determinadas ventajas sobre sus competidores, esto se relaciona a lo expresado por González (2009) cuando dice que “las empresas disponen de un enfoque de gestión que les permite descubrir sus ventajas, respecto de sus competidores y aquellos elementos que generan valor para la misma”.

Al realizar el análisis interno y externo se pudieron identificar Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades y con la información generada se formularon las distintas estrategias para contribuir al fortalecimiento micro empresarial, coincidiendo con lo expuesto por Propal (2012) cuando dice que se debe promover el apoyo a los microempresarios con el fin de que puedan formular adecuadamente sus estrategias de negocio, y consolidar sus procesos técnicos y administrativos para lograr negocios competitivos y sostenibles.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- De acuerdo con el diagnóstico realizado, la ciudad de Quevedo no cuenta con microempresas que se dediquen a la confección exclusiva de prendas de vestir para niños y niñas, se logra identificar un gran grupo de modistas y sastres de los cuales solo consigue entrevistar a 5 modistas y 1 sastre quienes confeccionan ropa para adultos y esporádicamente para niños y niñas. De esta forma se está aprobando la hipótesis uno, cuando se dice que la situación actual no es buena.
- Se identificaron los procesos de confección (Diseño, Moldería, Corte, Bordado, Costura, Quitar Hilos, Planchado y Doblado), el tiempo que dura cada uno y el costo por minuto de los procesos de confección para vestidos de niñas y pantalones de niños, se proyecta la reducción del tiempo más alto dentro de los procesos de 20 a 15 minutos y con esto reducir el costo de producción y generar más ganancias para el microempresario. Con esto se aprueba la hipótesis dos, cuando se dice que planear los procesos de producción generan valor agregado.
- Al realizar el análisis FODA se logró determinar que las microempresas no disponen de capital para inversión de nuevas maquinarias, utilizan maquinaria superada, fuertes competidores en el mercado de la moda y el encarecimiento de la materia prima y con esta información se crean estrategias para contribuir al fortalecimiento de las microempresas artesanales dedicadas a la confección. De esta manera se está aprobando la hipótesis tres, cuando se dice que la adopción estrategias y políticas de gestión contribuirá al fortalecimiento microempresarial.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda:

- Fomentar la creación de microempresas que se dediquen a la confección de ropa de niños y niñas con el fin de cubrir la gran demanda que existe entre los comerciantes de la ciudad de Quevedo.
- Continuar con la reducción del tiempo de los procesos de confección e identificar otras formas de intervenir en los procesos con el fin de generar valor agregado a las microempresas artesanales.
- La adopción de las siguientes estrategias: acceder a créditos microempresarios que le permita mejorar sus instrumentos de trabajo, adquirir maquinarias de buena calidad y actualizada para reducir el tiempo que tardan la confección y mejorar la calidad de la prenda confeccionada, proveerse de mayor cantidad de materia prima y afiliarse a una organización de la rama artesanal.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

Literatura Citada

Abrehanson, L. (2010). Admiración de Empresa, Pequeña Y Mediana. Primera Edición. Editorial PickleHal B Limusa S.A 568pp.

Amaru. C. (2008). Administración para Emprendedores. Fundamentos para la Creación y Gestión de nuevos Negocios. Primera Edición. Editorial Pearson. 241pp.

Anzola. S. (2010). Administración de la Pequeñas Empresas. Tercera Edición. Editorial MC Graw Hill. 347pp.

Asociación de Artesanos Peruanos. (2010). Recuperado de http://asociacion.ciap.org/article.php?lang=es&id_article=57 (08 de diciembre del 2013)

Bahamonde. H. (2000). Manual Teórico Practico para Construir Empresas. Editor San Marcos.

Brain. J. (2009). Proceso Estratégico en la Empresa. Editorial Pritece Hall.

Bueno. E. (2009). Economía De La Microempresa, Análisis de las Decisiones Empresariales. Ediciones Pirámide.

Castro. W. (1999). Gestión en el tercer milenio Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/importancia.htm (08 de diciembre del 2013)

Censo Nacional Económico (CENEC- INEC, 2010).

De la Fuente. E. (2009). Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad> (08 de diciembre del 2013)

Díaz. O. (2008). Administración De Empresas. Editorial. Graw Hill.

Estrategia Magazine. (2007). Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia/analisis-foda.htm> (08 de diciembre del 2013)

Fred. D. (2008). Recuperado de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo5/Pages/5.4/54Autores_sobre_estrategia.htm (08 de diciembre del 2013)

Fundación Propal. (2012). Recuperado de http://www.funpropal.org/index.php?option=com_k2&view=itemlist&layout=category&task=category&id=5&Itemid=3&lang=es (08 de diciembre del 2013)

Gahan. J. (2007). Planeación y Formación Empresarial.

Garay. L. (2010). Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatina/246.htm> (09 de diciembre del 2013)

García. F. (2010). Gestión Comercial de las Pymes. Bogotá. Ideas Editorial Pedro Sarmiento. 240pp.

González. J. (2009). Recuperado de <http://www.lanzateya.com/article.php?At=145> (08 de diciembre del 2013)

Grupo Océano. (2000). Pequeñas y Mediana Empresa. Primera Edición.

Heizer. J; Render. B. (2001), Dirección de la Producción. Sexta Edición. Editorial Prentice Hall. Madrid. 450 p.

Holger. F. (2002). Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos21/oferta-y-demanda/oferta-y-demanda.shtml> (09 de diciembre del 2013)

Hull. S. (2011). Guía para la Pequeña Empresa. Primera Edición. 195pp.

Montoya. P; Tabares. M. y Arango. M. (2011). Recuperado de <http://aplicaciones>.

ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/fortalecimiento_em
presarial_mega_soluciones_industriales.pdf (08 de diciembre del 2013)

Navarrete. R. (2002). Recuperado de [http://www.gestiopolis.com/recursos/
documentos/fulldocs/ger/plesne.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/plesne.htm) (09 de diciembre de 2013)

Pérez. E. (2000). Organización de la Pequeña y Mediana Empresa. Edición a
Cargo del Autor.

Pérez. J. (2007). Recuperado de [http://www.revistaleadership.com/articulos-
colaboradores/effective-management/gestion-por-procesos/](http://www.revistaleadership.com/articulos-colaboradores/effective-management/gestion-por-procesos/)(08 de diciembre del
2013)

Peteiro. D. (2009). Recuperado de [http://www.sinap-sys.com/es/content/todo-
sobre-la-gestion-por-procesos-parte-i](http://www.sinap-sys.com/es/content/todo-sobre-la-gestion-por-procesos-parte-i) (08 de diciembre de 2013)

Ramírez. J. (2008). Recuperado de [http://www.google.com.ec/-](http://www.google.com.ec/) (09 de
diciembre del 2013)

Rodríguez. D. (2006). Gestión Organizacional. Cuarta Edición. Editorial
Alfaomega S.A. 314pp.

Rojo. A. (2007). Valoración de Empresas y Gestión Basada en Valor. Primera
Edición. Editorial Thomson. 338pp.

Roure. B; Monino. M; Rodríguez. M. (2010). Gestión por Procesos. Estudios y
Ediciones IESE. Barcelona. 132pp.

Serrano. J. (2009). Módulo de Administración por Proceso.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

7.1 Anexo 1

Encuesta dirigida a los comerciantes de prendas de vestir para niños y niñas de la ciudad de Quevedo, año 2013.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

1. ¿Para qué genero vende con más frecuencia?

Niños ☐

Niñas ☐

2. ¿Para qué edades vende en mayor cantidad?

0 – 1 año ☐

1 – 3 años ☐

3 – 5 años ☐

3. ¿Qué tallas son las preferidas?

0 – 3 meses ☐

3 – 6 meses ☐

6 – 12 meses ☐

1 – 3 años ☐

3 – 5 años ☐

4. ¿Cuáles son los tipos de tela escogido por los clientes?

Algodón ☐

Hilo ☐

Poliéster ☐

Jeans ☐

Terciopelo ☐

5. ¿Existen diferencias en tipo de tela en relación a los niños y niñas?

Si ☐

No ☐

6. ¿Cuáles de los siguientes colores son de preferencia de los clientes?

Amarillo ☐

Rosado ☐

Azul ☐

Rojo ☐

Verde ☐

7. ¿Cuáles de los siguientes modelos son los más vendibles?

Vestidos ☐

Pantalones ☐

Camisas ☐

Monos ☐

8. ¿Hay diferencia en el tipo de ropa que vende en relación a las estaciones del año?

Si ☐

No ☐

9. ¿En cuál de los siguientes aspectos cree Ud. Que se basa el cliente a la horade comprar?

Precio ☐

Calidad de la tela ☐

Nombre de marcas ☐

10. ¿Existe diferencia en los precios de la ropa entre niñas y niños?

Si ☐

No ☐

7.2 Anexo 2

Entrevista dirigida a microempresarios dedicados a la confección de prendas de vestir para niños y niñas, en la ciudad de Quevedo, año 2013.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Nombre de la modista: _____

Dirección: _____

1. ¿Cuáles son los procesos de confección?

2. ¿Cuáles son los insumos o materiales que utiliza para la confección?

3. ¿Cuál es el tipo de ropa para niños(as) que confecciona con más frecuencia?

4. ¿Cuál es la cantidad de ropa que confecciona por semana?

5. ¿Cuáles son las tallas que confecciona normalmente?

6. ¿Cuáles son los precios al público de las prendas que confecciona?

7.3 Anexo 3

Detalle del número de vestidos y pantalones que se confeccionaron en el año 2013 en relación a las tallas.

3. a

Tallas	Media						Semanas	Total años
4	2	1	1	2	1	7	52	364
8	1	1	0	1	1	4	52	208
12	1	0	0	0	0	1	52	52
Media	4	2	1	3	2	12		624

Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora.

3. b

Tallas	Total	Meses	Total años
4	4	12	48
6	7	12	84
8	4	12	48
10	3	12	36
12	2	12	24
	20		
Media	4		240

Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora.

7.4 Anexo 4

Detalle de la cantidad de insumos que se necesitaron en el año 2013 para confeccionar vestidos de niñas y pantalones de niños.

4. a

Insumos para vestidos de niñas para un año				
Insumos Principales	Insumos	Medidas	Cantidad	Total año
Insumo	Tela	Metro	6	312
Insumo	Botones	Unidad	48	2496
Insumo	cinta	Metros	6	312
Insumo	Hilo	Tubino	6	312
Insumo	Encaje	Metros	12	624

Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora.

4. b

Insumos para pantalones de niños para un año				
Insumos Principales	Insumos	Medidas	Cantidad/mes	Total año
Insumo	Tela	Metro	18	216
Insumo	Botones	Unidad	20	240
Insumo	Cierre	Unidad	20	240
Insumo	Hilo	Tubino	10	120

Fuentes: Encuesta

Elaboración: Autora.