

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN TALLER DE  
CORTE Y CONFECCIÓN DE TRAJES FORMALES PARA EMPLEADOS DE  
INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO DE LA CIUDAD  
DE SAN MIGUEL”.**

**PRESENTADO POR:**

**DE LA CRUZ GUEVARA, DINA MARGOTH  
DOMINGUEZ HERNANDEZ, KARLA MARIA  
MOLINA SORIANO, ANADELMI IVETTE**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**SAN MIGUEL EL SALVADOR CENTROAMÉRICA**

**FEBRERO DE 2007**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECANO:**

**LIC. MARCELINO MEJÍA GONZALEZ**

**ACUERDO N° 89-03- V-9 DE JUNTA DIRECTIVA TOMADO EN SESIÓN**  
**ORDINARIA EL DIA VEINTICUATRO DE MAYO DE 2006**

**DOCENTE DIRECTOR:**

**LICDA. LISETH NOEMI SALEH BLANCO**

**COORDINADOR DE TESIS:**

**LIC. GILBERTO DE JESUS COREAS SOTO**

**SAN MIGUEL EL SALVADOR CENTROAMÉRICA**  
**FEBRERO DE 2007**

## *AGRADECIMIENTOS.*

*El agradecimiento de esta tesis va dirigido a los docentes que nos brindaron la formación y el conocimiento académico para desarrollarnos como profesionales al servicio de la sociedad salvadoreña; así como a las instituciones del sector público y privado que nos proporcionaron acceso a la información que les solicitamos.*

*A la licda. **Liseth Noemí Saleh Blanco** por guiarnos y apoyarnos en la elaboración de la misma y por sus constantes consejos.*

## DEDICATORIA.

*Dedico primeramente esta tesis a “Dios” que siempre ha estado conmigo ayudándome a lograr todos mis propósitos.*

*En segundo lugar a la persona más grande que me ha dado la vida mi madre **Ana Cecilia Guevara** que con su apoyo y esfuerzo me ha guiado por el camino perfecto.*

*A mis hermanos **Vilma Lorena Solórzano, Ana Cecilia De la cruz Guevara y Irvin Omar De la cruz Guevara** quienes siempre han estado ahí cuando los he necesitado apoyándome e incentivándome para salir adelante.*

*A mi sobrino **Yandel Andrés Solórzano** una personita demasiado importante en mi vida que desde que llegó a este mundo ha dado luz a mi vida.*

*A mis amigas **Karla Maria Domínguez Hernández, Anadelmi Ivette Molina Soriano y Leticia Yosefyn Paz Quinteros** ya que gracias a ellas mis días de estudio se hicieron mas placenteros, de verdad les agradezco los momentos mas maravillosos que nunca olvidare.*

*Ya muchas otras personas que aunque no mencione su nombre han hecho posible este triunfo.*

*Y por ultimo y mas importante a una persona que ya hace catorce años no esta su cuerpo en la tierra, pero sus recuerdos siempre estarán en mi corazón mi padre José Santos De la Cruz López donde quiera que estés se que estas orgulloso de mi.*

*A todas estas personas gracias por existir en mi vida y por apoyarme siempre.*

**DINA MARGOTH DE LA CRUZ GUEVARA**

## DEDICATORIA.

*Dedico primeramente esta tesis a "Dios" que siempre ha estado conmigo ayudándome a lograr todos mis propósitos.*

*A mi mami Olga Marina Hernández de Domínguez y a mi papi Carlos Alberto Domínguez que con su apoyo y esfuerzo me ha guiado por el camino correcto, los quiero.*

*A mis hermanas Kriscia Margarita y Olga Mariela a quienes quiero mucho y siempre han estado ahí cuando las he necesitado apoyándome e incentivándome para salir adelante.*

*A mi sobrinita Kriscia Natalia una personita que quiero mucho.*

*A mi abuela Adela, a mis tíos y tías, a todas mis primas y primos en especial a Clara por apoyarme siempre y por su cariño y Jonnatan por siempre estar conmigo dándome su cariño y palabras de apoyo cuando lo necesito te quiero mucho.*

*A mis queridas amigas Dina Margoth de la Cruz Guevara, Anadelmi Ivette Molina Soriano y Leticia Yoselyn Paz Quinteros por todos los momentos que vivimos juntas; gracias a ellas mis días de estudio se hicieron mas placenteros y divertidos de verdad les agradezco los momentos mas maravillosos que hemos pasado juntas que nunca olvidare.*

*A Carlos Emilio Carballo por ser un buen amigo para mi.*

*Y a muchas personas más que aunque no mencione su nombre han hecho posible este triunfo.*

*A todas estas personas gracias por existir en mi vida y por apoyarme siempre, los quiero.*

***KARLA MARJA DOMINGUEZ HERNANDEZ***

*DEDICATORIA.*

*Dedico primeramente esta tesis a "Dios" que siempre ha estado conmigo ayudándome a lograr todos mis propósitos.*

*A mi abuela **Maty**, mi mama, abuelo y mi hermano **David** por su cariño y apoyo incondicional, los quiero mucho.*

*A mis amigas **Karla Maria Domínguez Hernández**, **Dina Margoth de la Cruz Guevara** y **Leticia Yoselyn Paz Quinteros** ya que gracias a ellas mis días de estudio se hicieron mas placenteros, de verdad les agradezco los momentos mas maravillosos que nunca olvidare.*

*A una persona muy especial que siempre me brindo su apoyo y amor estando pendiente y preocupándose por mi, gracias.*

*Ya muchas otras personas que aunque no mencione su nombre han hecho posible este triunfo.*

*A todas estas personas gracias por existir en mi vida y por apoyarme siempre.*

*ANADELMI IVETTE MOLINA SORIANO.*

## Índice

	Pág.
Introducción	i
<b>CAPITULO I El problema</b>	<b>1</b>
1.1 Situación problemática	1
1.2 Planteamiento del problema	6
1.3 Enunciado del problema	8
1.4 Justificación	8
1.5 Delimitaciones	9
1.5.1 Delimitación espacial	9
1.5.2 Delimitación temporal	10
1.5.3 Delimitación teórica	10
1.6 Objetivos de la investigación	10
1.6.1 Objetivo general	10
1.6.2 Objetivos específicos	11

1.7	Formulación de hipótesis	11
1.7.1	Hipótesis de trabajo	11
1.7.1.1.	Hipótesis general	11
1.7.1.2	Hipótesis específicas	12
1.7.2	Hipótesis de nulidad	13
1.7.2.1	Hipótesis general nula	13
1.7.2.2	Hipótesis específicas nulas	13
1.7.3	Hipótesis estadísticas	14
1.7.3.1	Hipótesis general estadística	14
1.7.3.2	Hipótesis estadísticas específicas	14
<b>CAPITULO II Marco Referencial</b>		<b>16</b>
2.1	Marco normativo	16
2.2	Marco histórico	20
2.3	Marco teórico	22
2.3.1	Factibilidad	22

2.3.1.1	Generalidades	22
2.3.1.2	Definición de estudio de factibilidad	22
2.3.1.3	Importancia del estudio de factibilidad	23
2.3.1.4	Objetivos del estudio de factibilidad	23
2.3.1.5	Recursos de los estudios de factibilidad	23
2.3.1.5.1	Factibilidad operativa	23
2.3.1.5.2	Factibilidad técnica	24
2.3.1.5.3	Factibilidad económica	24
2.3.2	Etapas del proyecto	25
2.3.2.1	Perfil o gran visión	25
2.3.2.2	Estudio de prefactibilidad o anteproyecto	25
2.3.2.3	Proyecto definitivo	26
2.3.3	Estudio de mercado	26
2.3.3.1	Generalidades	26
2.3.3.2	Definición del estudio de mercado	27

2.3.3.3	Componentes de un estudio de mercado	27
2.3.3.3.1	Proyección de la demanda	27
2.3.3.3.2	Proyección de la oferta	27
2.3.3.3.3	Análisis de los precios	28
2.3.3.3.4	Comercialización	28
2.3.3.3.4.1	Definición	28
2.3.3.3.4.2	Funciones básica de la comercialización	28
2.3.3.3.4.2.1	De transacción	28
2.3.3.3.4.2.2	De suministro físico	29
2.3.3.3.4.2.3	De facilitación	29
2.3.3.3.4.3	Preparación de mezclas comerciales para los Mercados	29
2.3.3.3.4.3.1.	Producto	29
2.3.3.3.4.3.2	Plaza	30
2.3.3.3.4.3.3.	Precio	30
2.3.3.3.4.3.4	Promoción	31

2.3.4	Estudio técnico	32
2.3.4.1	Definición del estudio técnico	32
2.3.4.2	Componentes del estudio técnico	33
2.3.4.2.1	Determinación del tamaño óptimo de la planta	33
2.3.4.2.2	Determinación de la localización óptima de la planta	33
2.3.4.2.3	Ingeniería del proyecto	33
2.3.4.2.4	Análisis administrativo, organizativo y legal	33
2.3.5	Estudio económico	34
2.3.5.1	Definición de estudio económico	34
2.3.5.2	Componentes del estudio económico	34
2.3.7	Evaluación económica	35
2.3.7.1	Métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo	35
2.3.7.1.1	Valor presente neto	35
2.3.7.1.2	Tasa interna de rendimiento	35

<b>CAPITULO III Metodología de la investigación</b>	<b>36</b>
3.1 Tipo de investigación	36
3.2 Población y muestra	36
3.2.1 Población	36
3.2.2 Método de muestreo y tamaño de la muestra	37
3.3 Diseño y técnicas de recolección de información	39
3.3.1 Encuesta	39
3.3.2 Cuestionario	40
3.4 Procedimientos	40
<b>CAPITULO IV Análisis e interpretación de resultados</b>	<b>42</b>
4.1 Análisis de los resultados	42
4.2 Interpretación de los resultados	42
<b>CAPITULO V Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>78</b>
5.1 Conclusiones	78
5.2 Recomendaciones	81
<b>CAPITULO VI Propuesta</b>	<b>83</b>

**“Propuesta de factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados del sector publico y privado de la ciudad de San Miguel”**

Introducción	83
6.1 Nombre del proyecto	85
6.2 Descripción del proyecto	85
6.3 Justificación	86
6.4 Análisis de la demanda	87
6.4.1 Mercado potencial	87
6.4.2 Determinación de la necesidad insatisfecha.	88
6.5 Análisis de la oferta	89
6.6 Análisis de precio	91
6.6.1 Determinación del precio de venta	91
6.7 Estudio de comercialización del producto	92
6.8 Estudio técnico	92
6.8.1 Localización óptima de la planta	92
6.8.1.1 Método de localización por puntos ponderados	93
6.9 Localización	94
6.10 Descripción de la ubicación geográfica del proyecto.	94
6.11 Zona de localización	95
6.12 Ingeniería del proyecto	97
6.13 Distribución en planta	99
6.14 Diagrama general de relación de actividades	100

6.15 Organización y requerimientos humanos	102
6.15.1 Organigrama general de la empresa	102
6.15.2 Descripción de puesto según organigrama	103
6.16 Evaluación económica	109
6.16.1 Gastos de mano de obra	109
6.17 Estimación de inversiones	110
6.17.1 Costo de equipo	110
6.17.2 Costo de producción	111
6.17.3 Gastos de operación	111
6.17.4 Gastos de administración	112
6.18 Costo total de producción y operación	113
6.19 Aspectos legales	114
6.19.1 Constitución de la empresa	114
6.19.2 Localización	116
6.19.2.1 Registro de marcas de El Salvador	116
6.19.2.2 Proceso para registrar una marca	117
6.19.2.3 Tarifas e información para la aplicación del registro de una marca.	117
6.19.2.4 Tarifa de gastos y honorarios por aplicación de registro de marca	118
6.19.3 Leyes que regulan la contratación de personal	118
6.19.3.1 Prestaciones sociales a los trabajadores	119
6.19.3.2 Vacaciones	119

6.19.3.3 Aguinaldo.	120
6.19.4 Previsión y seguridad social.	121
6.19.4.1 Prestaciones por enfermedad.	121
6.19.4.2 Prestaciones por maternidad	121
6.19.4.3 Ayuda en caso de muerte del trabajador	122
6.19.5 Leyes sobre seguridad industrial mínima	122
6.19.5.1 Seguridad e higiene en el trabajo.	122
6.19.5.2 Riesgos profesionales	123
6.20 La legalización de una persona jurídica en el sistema legal mercantil de El Salvador	124
Bibliografía	135

## **Anexos**

## INTRODUCCION

En la ciudad de San Miguel no se cuenta con un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado. Es por ello que se realizará un estudio para determinar su factibilidad.

El presente trabajo muestra la propuesta de factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel. En el capítulo I el problema se presenta la situación problemática donde se aborda el problema en el contexto económico, político y social, en el que se circunscribe el problema.

En el planteamiento del problema se establece una relación entre las variables constitutivas independientes y dependientes que son la demanda y la aceptación del producto respectivamente, con los indicadores de cada una de ellas. Para luego enunciar el problema el cual es: ¿Qué grado de factibilidad tendrá la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel?

.

En la justificación se determina el porqué es necesario realizar el estudio de factibilidad; así como la importancia, utilidad, factibilidad y trascendencia tendrá la investigación.

Se delimita la investigación en cuanto al espacio geográfico, el periodo de tiempo en que se llevara a cabo la investigación y la metodología a utilizar para la realización de la investigación la cual será la del marco lógico que es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación, para la formulación y evaluación de proyectos.

Se plantea el objetivo general que se basa en determinar a través de un estudio de factibilidad, la aceptación de la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

Los objetivos específicos se plantean a partir de llevar a cabo las cuatro etapas del estudio de factibilidad como lo son la realización de un estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, el estudio social y ambiental.

Y se formulan las hipótesis de trabajo que comprenden la hipótesis general e hipótesis específicas de investigación, así como la hipótesis nula general e hipótesis nulas específicas y la hipótesis estadística general e hipótesis estadísticas específicas.

En el capítulo II “marco referencial” se presenta lo que es el marco normativo donde se explican todos los pasos legales a seguir de acuerdo a las distintas leyes

como lo son: el Código de Trabajo, Código de Comercio, la Constitución de El Salvador.

En el marco histórico se hace referencia a la historia de la sastrería y el corte y confección y como ésta ha ido evolucionando o modernizándose de acuerdo a la época.

En el marco teórico se presenta toda la teoría que puede ser tomada como base para llevar a cabo el proyecto de investigación ya que comprende definiciones, etapas, procesos de lo que es el estudio de factibilidad.

En el capítulo III “Metodología de la investigación” en donde se identifica el tipo de investigación, la población, la muestra; así como el diseño y técnicas de recolección de información. Luego se presentan los procedimientos para la validación, procesamiento y análisis de resultados.

En el capítulo IV se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de la encuesta.

En el capítulo V se establecen las conclusiones y las recomendaciones.

En el capítulo VI se desarrolla lo que es la propuesta de factibilidad para la Creación de un Taller de Corte y Confección de Trajes Formales para Empleados del Sector Público y Privado de la Ciudad de San Miguel, donde se analiza la

demanda, el mercado potencial, la demanda insatisfecha, el análisis de precio, localización, estudio técnico, evaluación económica.

Por último se presenta la bibliografía y anexos, el análisis relacional de variables, mapa de escenarios, instrumento, matriz de congruencia y fotografías del local y la maquinaria a utilizar y la presentación de los trajes ya confeccionados en maniqués.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

Estudio de factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

### **1.1 Situación problemática.**

En el contexto económico de El Salvador se tiene que para el año 2004 la tasa de crecimiento poblacional fue del 1.8% para una población de 6,587,541 habitantes de los cuales el 63% corresponde a la población urbana y el 37% a la población rural en una superficie de 21,041 km<sup>2</sup>. El Producto Interior Bruto (PIB) para el 2004 fue de 14.5 millones de dólares con una tasa de inflación para 2004 del 4.3%

Al mencionar el ámbito económico se debe hablar del contexto político, es decir; de la política económica ya que tal como su nombre lo indica, abarca aspectos económicos y políticos y que ambos se encuentran en una relación muy cercana. En este contexto, el orden político de los países en la actualidad se hace cada vez más complicado. Autoridades e instituciones se enfrentan con toda suerte de demandas. Se exigen de ellas respuestas inmediatas a cada uno de los retos que propone los intensos cambios en la tecnología, los anhelos igualitarios y económicos de la ciudadanía, las amenazas del desempleo, la inflación, la

pobreza, la crisis ecológica, el desarrollo, la integración, el entorno internacional (globalización) y varios otros de igual magnitud e importancia. Tal incremento de problemas a atender, que incluyen tareas concretas, parece desbordar las posibilidades de los gobiernos y agravar los males que ya aquejan a una sociedad civil que se encuentra atrapada entre la presión fiscal (aumento del déficit) y los servicios deficientes (que exigen un incremento en el gasto). De estos y otros problemas trata la política económica, es decir de la acción pública implementada a través del gobierno, utilizando el instrumental económico, para darle debida respuesta a dichas problemáticas, o bien para anteponerse al desemboque de problemas y corregir cursos de acción.

Un elemento que en la actualidad no puede pasar desapercibido y mucho menos sin considerar, consiste en el hecho de que el ámbito de la influencia de la política económica sobrepasa las mismas fronteras nacionales en donde se aplica. Las decisiones que adopten países como Estados Unidos, la Unión Europea o la política monetaria en Guatemala, van a incidir en El Salvador, de allí que; adquieran connotación multinacional, misma que debe ser abordada y comprendida de manera oportuna y técnica.

Es importante ubicar la economía de El Salvador en el contexto de los acontecimientos económicos, políticos y sociales de la actualidad, su interdependencia, las oportunidades, riesgos, retos, que esta representa.

El contexto internacional, enmarcado en la creciente cultura de protección de los derechos humanos, exige el cumplimiento de pautas imposibles de obviar por los Estados: el derecho a la verdad, a conocer lo ocurrido, que busca beneficiar a la víctima como individuo y como sociedad – respetando el derecho de duelo de los familiares de las víctimas y la necesidad colectiva de contar con una narrativa común sobre un pasado abusivo; el derecho a la justicia, que demanda la imprescriptibilidad de crímenes atroces y la identificación y penalización de los victimarios; y finalmente el derecho a la reparación, que pretende compensar a las víctimas no solo material sino colectiva y simbólicamente.

Por su parte, en la consideración del contexto nacional convergen factores difícilmente aplazables: la correlación de las fuerzas políticas, la fuerza de las demandas sociales por la justicia, los estímulos y obstáculos políticos externos y el marco normativo nacional e internacional.

En el contexto social de El Salvador desde la perspectiva ambiental, las regulaciones ambientales basadas en instrumentos de mercado pueden inducir al sector empresarial a generar innovaciones que minimicen el desperdicio y, por lo tanto, contribuyan con la protección del medio ambiente. Esto se debe a que la contaminación es buen indicador del desperdicio económico y una señal que los recursos se utilizan de forma incompleta, ineficiente e inefectiva. Las regulaciones ambientales, entonces, deben estar orientadas a cambiar actitudes empresariales, incentivando al sector productivo a vincular la protección ambiental con la

productividad en el uso de sus recursos. Existe suficiente evidencia a nivel internacional, para concluir, que la regulación ambiental bien diseñada puede contribuir a generar innovaciones que producen reducciones significativas de costos e incrementos de calidad.

El Salvador es un país con una base de recursos naturales seriamente degradada, por lo que cada vez se vuelve necesario invertir en ciencia y tecnología, identificando métodos de producción eficientes, que reduzcan el desperdicio al máximo.

Actualmente la legislación Salvadoreña presenta una serie de vacíos y problemas que imposibilitan que la regulación ambiental produzca el tipo de innovaciones mencionadas anteriormente. En términos generales, las regulaciones vigentes dependen de mecanismos burocráticos y punitivos cuya implementación es costosa. El éxito de estas regulaciones ha sido limitado debido a que el estado no cuenta con los recursos para hacerlas cumplir. Además, el marco institucional no es apropiado, registrándose multiplicidad de funciones dispersas en varias instituciones, sin coordinación adecuada.

El tipo de instrumentos de mercado que se podrían utilizar para la gestión ambiental, y que podrían compatibilizar el desarrollo científico y tecnológico con la protección del medio ambiente, incluyen impuestos selectivos, permisos canjeables de contaminación, derechos canjeables de desarrollo, sistemas de devolución de depósitos, bonos de fiel cumplimiento, y una serie de cobros que

permitirían la internalización de la degradación ambiental a la estructura de precios de la economía. Estos instrumentos tienen la ventaja de poseer un menor costo de aplicación que las regulaciones tradicionales; de cambiar actitudes y comportamientos, y de fomentar la competitividad empresarial a través de incentivos para la reducción del desperdicio.

Existen varios países desarrollados y en vías de desarrollo que cuentan con experiencias exitosas sobre el diseño y la implementación de instrumentos de mercado para la gestión ambiental. Instrumentos que pueden orientar el desarrollo científico y tecnológico hacia la compatibilización del desarrollo económico y la protección del medio ambiente.

Al describir a El Salvador en su contexto económico, político, y social se observan muchas necesidades de la población entre ellas se ha detectado en un sector específico de la zona oriental la necesidad de confección de trajes formales, ya que los trajes formales son parte esencial de la imagen que deben dar los empleados de instituciones tanto del sector público como privado.

En la zona oriental de El Salvador específicamente en el municipio de San Miguel existen muchas sastrerías que se dedican a la confección, pero no específicamente a la de trajes formales es por ello que se ve la necesidad de

estudiar la factibilidad de creación un taller que se dedique al corte y confección trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

## **1.2 Planteamiento del problema.**

En la población de las Instituciones del sector público y privado la ciudad de San Miguel se reconoce la necesidad de confección de trajes formales ya que aunque existen sastrerías estas no solo se dedican a la confección de trajes formales así como la entrega inmediata del mismo. Actividades que hasta el momento no son ejecutadas de manera eficiente por las sastrerías existentes en la zona oriental que se dedican a la elaboración de trajes.

Al considerar las deficiencias en los aspectos mencionados anteriormente se plantea determinar la aceptación de la confección de trajes formales a través de estudiar la factibilidad de creación de un taller de corte y confección que imponga competitividad en el mercado que es indispensable a raíz de todas las necesidades que genera el entorno económico y social de la ciudad de San Miguel; el estudio de factibilidad comprende cuatro etapas, la primera de ellas es un estudio de mercado donde se determinara la demanda es decir la población que utiliza trajes formales así como el consumo que tendría el producto de esta manera se podría determinar la aceptación del producto y así poder determinar el precio y las cantidades a elaborar para ofrecer al mercado.

La segunda etapa comprende la elaboración de un estudio técnico que determinaría la ubicación y organización ya que a través del mismo se logra ubicar el proyecto en cuanto al tamaño, localización, ingeniería y análisis administrativo que resolverían o ayudarían a establecer las técnicas de instalación, funcionamiento, estructura organizacional del taller de corte y confección.

La tercera etapa comprende el estudio económico que establecería la inversión necesaria para determinar la factibilidad de la creación del taller de corte y confección ya que aquí se determinan los costos, la inversión, depreciación y capital de trabajo que son indispensables para el análisis financiero de los balances, presupuestos, determinación del punto de equilibrio y poder realizar la evaluación económica a través de las razones financieras.

La cuarta etapa es la evaluación social como ambiental para determinar las regulaciones ambientales y sociales del gobierno es decir conocer las regulaciones sobre el uso adecuado del desperdicio y así evitar la contaminación así como los incentivos que se proponen tanto en el marco social como ambiental para resolver los problemas de desperdicio económico, productividad, impuestos y los permisos.

La realización de estas cuatro etapas determinaría la factibilidad de creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

### **1.3 Enunciado del problema.**

¿Qué grado de Factibilidad tendría la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel?

### **1.4 Justificación.**

Los trajes formales son un producto necesario e importante para la población de las instituciones del sector público y privado; representan la cultura organizacional y al mismo tiempo una costumbre, así como una carta de presentación para los mismos.

La población de la ciudad de San Miguel cuenta con un taller que se dedique al corte y confección de trajes formales dirigido a instituciones del sector público y privado. En la ciudad de San Miguel existen muchas sastrerías que se dedican a la confección de trajes para distintas ocasiones pero se ha detectado la situación de que no existe uno que se dedique específicamente a la elaboración de trajes formales para instituciones tanto del sector público y privado lo cual que sería de

mucha importancia , ya que cubriría una necesidad permanente, y al mismo tiempo se mediría el grado de oportunidad de acceder al mercado que se tendría al crear un taller de ese tipo que se dedique tanto a la fabricación como a la comercialización de dicho producto y así acceder al mercado.

La creación del taller de confección se considera factible porque se cuenta con los recursos, tiempo y competencias intelectuales necesarios para llevarlo a cabo.

Es por ello que se hace necesaria la realización de un estudio de factibilidad para determinar la aceptación que tendría el corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

## **1.5 Delimitaciones.**

### **1.5.1 Delimitación espacial.**

El lugar donde se llevará a cabo el proceso de investigación es en la ciudad de San Miguel, departamento localizado al este de El Salvador. Al norte del departamento el río Torola forma frontera con Honduras; al sur limita con el Pacífico. Su cabecera departamental es San Miguel. Superficie, 2.077 km<sup>2</sup>; población 380.442 habitantes.

### **1.5.2 Delimitación temporal.**

El periodo de tiempo en que se llevará a cabo la investigación es de junio a noviembre 2006, debido a que es el periodo establecido para la elaboración del anteproyecto y tesis.

### **1.5.3 Delimitación teórica.**

La investigación se realizara enfocada a la formulación y evaluación de proyectos tomando como base la metodología del marco lógico que es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto.

## **1.6 Objetivos de la investigación.**

### **1.6.1 Objetivo general.**

- Determinar a través de un estudio de factibilidad la aceptación que tendría la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

### **1.6.2 Objetivos específicos.**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.
- Formular un estudio técnico que permita determinar el tamaño óptimo, localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.
- Elaborar un estudio económico que permita determinar la inversión para llevar a cabo el proyecto.

### **1.7 Formulación de hipótesis.**

#### **1.7.1 Hipótesis de trabajo.**

##### **1.7.1.1 Hipótesis general.**

H<sub>1</sub>: El estudio de factibilidad determinará la aceptación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado la ciudad de San Miguel.

### **1.7.1.2 Hipótesis específicas.**

H<sub>1</sub>: La realización de un estudio de mercado permitirá determinar la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: La formulación de un estudio técnico permitirá determinar el tamaño óptimo, la localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: La elaboración de un estudio económico permitirá determinar la inversión para llevar a cabo el proyecto del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: Una evaluación de la administración de riesgo determinará la forma de prevenir y manejar los problemas que puedan presentarse en la creación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

## **1.7.2 Hipótesis de nulidad.**

### **1.7.2.1 Hipótesis general nula.**

H<sub>0</sub>: El estudio de factibilidad no determinará la aceptación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

### **1.7.2.2 Hipótesis específicas nulas**

H<sub>1</sub>: La realización de un estudio de mercado no determinará la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: La formulación de un estudio técnico no determinará el tamaño óptimo, la localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: La elaboración de un estudio económico no permitirá determinar la inversión para llevar a cabo el proyecto del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>1</sub>: Una evaluación de la administración de riesgo no determinará la forma de prevenir y manejar los problemas que puedan presentarse en la creación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

### **1.7.3. Hipótesis estadística.**

#### **1.7.3.1 Hipótesis general estadística.**

H<sub>e</sub>: El estudio de factibilidad determinará en un 100% la aceptación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

#### **1.7.3.2 Hipótesis estadísticas específicas.**

H<sub>e</sub>: La realización de un estudio de mercado determinará en un 80% la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>e</sub>: La formulación de un estudio técnico determinará en un 100% el tamaño óptimo, la localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>e</sub>: La elaboración de un estudio económico permitirá determinar en un 90% la inversión para llevar a cabo el proyecto del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

H<sub>e</sub>: Una evaluación de la administración de riesgo determinará en un 80% la forma de prevenir y manejar los problemas que puedan presentarse en la creación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 Marco normativo.**

La factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel, tiene relación con las principales leyes y códigos que a continuación se detallan:

- **Constitución de la República de El Salvador.**

En sus artículos 113 y 116 los que resaltan la actividad industrial, comercial y económica del país.

- **Código de comercio de El Salvador.**

A continuación se mencionan los requisitos que se relación con la pequeña empresa comercial.

- Obtener matrícula personal.
- Matricular sus empresas mercantiles
- Llevar la contabilidad y la correspondencia en forma prescrita por este código.
- Inscribir en el registro de comercio los documentos relativos a sus negocios que estén sujetos a esta formalidad; y cumplir los demás requisitos.

- Mantener sus actividades dentro de los límites legales y abstenerse de toda competencia desleal.

Existen atributos, los cuales pagan las empresas y se clasifican en:

- Impuesto.
- Tasas.
- Contribuciones especiales.

- **Ley reguladora del ejercicio de comercio e industria.**

Establecen las condiciones en que deberán desarrollarse las actividades comerciales e industriales, los cuales se detallan en el artículo 2 que literalmente dice: Para los efectos de este reglamento se entenderá por:

a) Comercio en pequeño, el ejercicio por empresa es individual cuyo capital líquido sea menor a 11,428.52 dólares.

b) Industria en pequeño, es el ejercido por empresas individuales cuyo capital líquido sea menor de 5,714.29 dólares.

c) Comercio e industria en pequeño de sociedades el ejercido por estos, por medio de empresas cuyo capital líquido sea el doble de las cifras mencionadas en los dos literales anteriores, respectivamente.

- **Ley de registros y control de contribuyentes al FISCO.**

Para lograr los objetivos con mayor eficiencia, la administración tributaria implementa el control de los contribuyentes, el cual consiste en asignar un número permanente a cada uno de los contribuyentes al fisco.

Art. 1 Se establece registro y control especial de los contribuyentes al fisco, en el cual deberán inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, los fideicomiso y las asociaciones que están obligados al pago de los impuestos de renta, realidad serie "A" alcabala, donaciones, sucesiones, matrícula de comercio, de importación- exportación, de matrícula de vehículos automotores y cualquier otra constitución fiscal que requiera, por ley o reglamento la obligación debe estar escrita.

- **Código de trabajo de El Salvador.**

Art. 1 El presente código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre el capital y el trabajo, y se funda en principios que tienden al mejoramiento de la condiciones de vida de los trabajadores especialmente los establecidos en el capítulo XI sección segunda de la constitución política.

De conformidad al artículo 2 las disposiciones del código trabajo regula:

a) Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados.

b) Las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones privadas autónomas y semiautónomas y sus trabajadores.

Art. 17 Establece que el contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su denominación es aquel por virtud del cual una o varias personas se obligan a ejercer una obra, a prestar un servicio a uno o varios patronos, institución, entidad o comunidad de cualquier clase, bajo las dependencias de estos y mediante un salario- quien presta un servicio o ejecuta la obra se denomina trabajador quien lo recibe o remunera, patrono.

Según el artículo 29 las obligaciones de los patronos son las siguientes:

- a) Pagar al trabajador su salario en forma, cuenta, fecha y lugar previamente establecidos.
- b) Pagar al trabajador una prestación equivalente al salario ordinario que habría devengado durante el tiempo que dejare de trabajar por causa imputable al patrono.

▪ **Ley general tributaria municipal.**

Art. 1. La presente ley tiene como finalidad establecer los principios básicos desarrollar potestad tributaria, de conformidad con el art. 204 adicionales 1 y 6 de la Constitución de la República, esta ley prevalecerá en materia tributaria sobre el código municipal y otros ordenamientos legales.

Art. 3. Son tributos municipales, las prestaciones, generalmente en dinero, de los municipios en su potestad tributaria exigen a los contribuyentes o responsables, en virtud de una ley u ordenanza, para el cumplimiento de sus firmas.

Son atributos municipales: Los impuestos, las tasas, y las contribuciones municipales especiales.

Art. 4. Son impuestos municipales los atributos exigidos por los municipios, sin contraprestación alguna individualizarlos.

Art. 5. Son tasas municipales los atributos que generan en ocasión de los servicios públicos de naturaleza administrativa o jurídica prestados por los municipios.

## **2.2 Marco histórico.**

Aunque se podría remontar a nuestros más lejanos antepasados y su forma de vestir, se comienza a dar unas pinceladas por el siglo XV, donde se empiezan a perfilar los vestidos masculinos y femeninos que luego darían lugar al traje actual.

Avanzado ya el siglo XVII, se empieza a tener una gran preocupación por la moda.

Pero el traje, tal y como lo conocemos hoy en día, tiene su origen en Inglaterra. Se hacían a mano por los maestros de sastrería, quienes cogían aprendices a partir

de los 12-14 años, y les comenzaban a enseñar el oficio. Debían pasar al menos cuatro años hasta obtener la categoría de oficiales. Era curioso saber que se confeccionaba la chaqueta de un tejido y el pantalón o falda y el chaleco de otro. Aunque empezaba a despuntar el traje como una prenda de uso cotidiano, la elegancia la seguían marcando los trajes de etiqueta como el esmoquin, el chaqué o el frac.

Allá por los años 30, el traje empiezan a tomar las medidas y hechuras tal y como lo conocemos en la actualidad. De hecho, los patrones de aquella época aún se consideran válidos en la actualidad, con las modificaciones pertinentes que la moda y el nuevo ritmo de vida han impuesto hoy.

Una de las mayores evoluciones que se ha dado en el traje es el pantalón. También a principios de 1.900 se vestían chaquetas, que se fueron acortando para darles mayor comodidad. A partir de finales del siglo XIX y principios del XX, se alarga el pantalón, y empiezan a tomar las medidas, tal y como los conocemos en la actualidad. Los trajes más elegantes son los de colores oscuros como negros, grises oscuros o azules oscuros (tipo azul noche). Los trajes de otros colores, según el manual del perfecto "gentleman" se dejaban para los fines de semana y otras ocasiones menos formales (verdes, marrones, etc.). El traje de tres piezas de una misma tela (llamado terno por constar de tres piezas), no aparece hasta 1855, época en la que empieza a propagarse en la forma del traje sastre moderno.

La moda inglesa, mucho más clásica, mantiene las hechuras desde hace décadas, mientras que franceses y sobre todo italianos, imponen nuevas formas y nuevas innovaciones en el traje masculino. El traje de tres piezas de una misma tela (llamado terno por constar de tres piezas), no aparece hasta 1855, época en la que empieza a propagarse en la forma del traje sastre moderno.

## **2.3 Marco teórico.**

### **2.3.1 Factibilidad.**

#### 2.3.1.1 Generalidades.

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuales son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa pueda proporcionar, nunca debe definir los recursos que la empresa no es capaz de dar.<sup>1</sup>

#### 2.3.1.2 Definición de estudio de factibilidad.

---

<sup>1</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/no12/factibilidad.htm>

“Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede el estudio, desarrollo o implementación”.<sup>2</sup>

#### 2.3.1.3 Importancia del estudio de factibilidad.

Con el estudio de factibilidad, se percibe la disminución de la incertidumbre en las inversiones de capital, así mismo busca la eficiencia en la utilización de los recursos, a través del análisis crítico de la localización, tamaño, tecnología, organización, mercado y legalidad.

#### 2.3.1.4 Objetivos del estudio de factibilidad.

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales.

#### 2.3.1.5 Recursos de los estudios de factibilidad.

##### 2.3.1.5.1 Factibilidad operativa.

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (procesos), depende de los recursos humanos que participan durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifica todas aquellas

---

<sup>2</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/no12/factibilidad.htm>

actividades que son necesarios para lograr el objetivo, se evalúa y determina todo lo necesario para llevarlo a cabo.

#### 2.3.1.5.2 Factibilidad técnica.

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto, generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles) el proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes.

#### 2.3.1.5.3 Factibilidad económica.

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para llevar a cabo las actividades o procesos y/o obtener los recursos básicos que deben considerarse como: el costo del tiempo, costo de realización y el costo de adquirir nuevos recursos.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.itp.edu.mx/publica/tutoriales/desproyectos/portada.htm>.

## **2.3.2 Etapas del proyecto.**

### 2.3.2.1 Perfil o gran visión.

Es el que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. Cuyo contenido es el siguiente:

- ❖ Idea del proyecto.
- ❖ Análisis del entorno.
- ❖ Detección de necesidades.
- ❖ Análisis de oportunidades.

### 2.3.2.2 Estudio de prefactibilidad o anteproyecto

Este estudio profundiza la información en fuentes secundarias o primarias en la investigación de mercados, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en la que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

El anteproyecto contiene las siguientes partes:

- ❖ Definición conceptual del proyecto.
- ❖ Estudio del proyecto.
- ❖ Evaluación del proyecto.
- ❖ Decisión sobre el proyecto.

### 2.3.2.3 Proyecto definitivo.

Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos que contiene la última parte del proceso que consiste en la realización del proyecto.<sup>4</sup>

## 2.3.3 Estudio de mercado.

### 2.3.3.1 Generalidades.

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.

Aunque la cuantificación de la demanda y la oferta puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundaria en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El investigador de mercado al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado, también el estudio es útil para determinar si las condiciones de mercado no son un obstáculo para la realización del proyecto.

---

<sup>4</sup> Baca Urbina, Evaluación de proyectos. 4ta. Edición. Pág. 5

### 2.3.3.2 Definición del estudio de mercado.

Es la obtención, interpretación y comunicación que permite orientar a las decisiones, abarca toda la actividad que facilita a una organización obtener información que requiere para tomar decisiones, su mezcla de marketing y sus clientes potenciales.

### 2.3.3.3 Componentes de un estudio de mercado.

#### 2.3.3.3.1 Proyección de la demanda.

Determinación de las cantidades o productos demandados por los consumidores en los periodos futuros, tomando como base el consumo de años anteriores.<sup>5</sup>

#### 2.3.3.3.2 Proyección de la oferta.

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, al saber que de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB (Producto Interno Bruto), la inflación o el índice de precios; se obtiene el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella cuya variable cuyo coeficiente de correlación sea mas cercano a uno.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Baca Urbina, Evaluación de proyectos. 4ta. Edición. Pág. 20

<sup>6</sup> Baca Urbina, Evaluación de proyectos. 4ta. Edición. Pág. 72

#### 2.3.3.3.3 Análisis de los precios.

El precio es una de las variables mas importantes del estudio de mercado, conocer el precio es importante, pues es la base para calcular los ingresos futuros; en cualquier tipo de productos o servicios; hay diferentes calidades y precios, por ello se debe distinguir exactamente de que tipo de precio se trata y como se ve afectado al querer cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta.

#### 2.3.3.3.4 Comercialización.

##### 2.3.3.3.4.1 Definición.

- Realización de actividades comerciales que dirigen el flujo de mercancía y servicios del productor al consumidor o usuarios a fin de satisfacer al máximo a éstos y lograr los objetivos de la empresa.
- Suma de todos los esfuerzos que se llevan a cabo para la transferencia de propiedad de mercancías y servicios que proporcionan su distribución física.<sup>7</sup>

##### 2.3.3.3.4.2 Funciones básicas de la comercialización.

###### 2.3.3.3.4.2.1 De transacción.

Comprende lo relacionado con las compras y ventas y consignación del producto.

---

<sup>7</sup> Kotler Phillip, Armstrong Gary, Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición.

#### 2.3.3.3.4.2.2 De suministro físico.

Se refiere a las actividades relacionadas con transporte, almacenajes y empaque del producto.

#### 2.3.3.3.4.2.3 De facilitación.

Son las actividades relacionadas con el financiamiento, absorción del riesgo, información del mercado, formato y presentación del producto.

#### 2.3.3.3.4.3 Preparación de mezclas comerciales para los mercados.

Hay muchas variables de la mezcla comercial por lo que es útil reducir todas las variables de la mezcla comercial a cuatro grupos básicos: producto, plaza, precio y promoción.

##### 2.3.3.3.4.3.1. Producto.

El producto es una de las variables controlables indispensables para una empresa ya que es considerada como la base de la comercialización al satisfacer deseos, necesidades, logrando que la empresa obtenga ingresos y así ocupar una posición en el mercado.

Concepto:

- Es aquel objeto material idóneo y funcional usado para satisfacer necesidades de los consumidores y de acuerdo a sus dictámenes.

- Es todo lo que se puede ofrecer en un mercado para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo; comprende objetos físicos, personalidades, organizaciones e ideas.<sup>8</sup>

#### 2.3.3.3.4.3.2 Plaza.

- La plaza hace hincapié en obtener el producto “adecuado” para la plaza del mercado meta.

- Toda vez que el producto comprende un bien físico, el planeamiento de la plaza incluye decisiones sobre la distribución física (transporte).

#### 2.3.3.3.4.3.3. Precio.

El precio es una variable de la mezcla de comercialización de un producto que tiene gran importancia para la empresa y para el consumidor, ya que el establecimiento de un precio adecuado permite que lo pueda adquirir el consumidor, así como también que la empresa alcance los objetivos que se propone, es decir, que se pueda afirmar que el precio es un factor dinámico que da un balance a las fuerzas económicas de la oferta y la demanda del mercado en el cual participa el producto.

#### Definición.

- El precio es una cantidad de dinero que es ofrecido a cambio de una mercancía o servicio.

---

<sup>8</sup> Marketing y Dirección Comercial, Libro N° 6

- Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio.

#### 2.3.3.3.4.3.4 Promoción.

La publicidad, la venta directa y la promoción de ventas son los principales métodos utilizados para fomentar la venta de un artículo.

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o probado. La mayoría de las empresas consideran que la publicidad es esencial para fomentar las ventas, por lo que destinan cuantiosas sumas de sus presupuestos para contratar agencias de publicidad especializadas. Al mostrar de forma reiterada al consumidor a través de los anuncios la representación del producto, la marca registrada y otras características, los profesionales de la publicidad confían en atraer al usuario a la compra del artículo promocionado. La publicidad utiliza sobre todo la televisión, la radio y los paneles publicitarios; los periódicos, las revistas y los catálogos; así como el envío de publicidad por correo.

Durante los últimos años las agencias de publicidad han unificado sus esfuerzos para aumentar su tamaño y su alcance, de forma que pueden ofrecer a sus clientes campañas publicitarias a escala mundial.

A medida que aumentaba el costo de contratar vendedores, las técnicas de promoción y venta han variado. Los productos sencillos los venden los dependientes de las tiendas, en cambio para los productos específicos que requieren una explicación detallada de todas sus características, se necesitan vendedores especializados.

El objetivo de la promoción de ventas es complementar y coordinar la publicidad con la venta directa; ésta es una faceta cada vez más importante dentro del marketing. Suele ser necesario cooperar de una forma estrecha con los vendedores. Para ello, se crean dispositivos de ayuda al comercial y programas de publicidad coordinados. Desde el punto de vista del consumidor la promoción de ventas incluye ciertas actividades típicas del área de comercialización, como son los cupones de descuento, los concursos, regalos y ofertas especiales de precios.

#### **2.3.4 Estudio técnico.**

##### 2.3.4.1 Definición del estudio técnico.

Tiene como objetivo determinar la función de producción óptima para producir un bien o servicio deseado, mediante el estudio técnico se pretende resolver las preguntas, ¿Dónde?, ¿Cuánto?, ¿Cuándo?, ¿Cómo? y ¿Con qué?, producir lo que se desea por tanto el aspecto técnico operativo comprende todo lo relacionado con el funcionamiento y la operatividad de un proyecto.

#### 2.3.4.2 Componentes del estudio técnico.

##### 2.3.4.2.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta.

Es en esta parte del estudio técnico se consideran por separado una serie de factores que pueden limitar el tamaño, el mercado, los recursos monetarios disponibles y la tecnología que se empleará.

##### 2.3.4.2.2 Determinación de la localización óptima de la planta.

Se debe tomar en cuenta factores cuantitativos como los costos de transporte, de materia prima y del servicio de productos terminados, así como también factores cualitativos, es decir, incentivos fiscales, apoyos institucionales o estatales, el clima organizacional, la actitud de la población o comunidad, entre otros.

##### 2.3.4.2.3 Ingeniería del proyecto.

Se analiza todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, distribución óptima de las instalaciones y se define la estructura jurídica y organizativa que esta deberá tener.

##### 2.3.4.2.4 Análisis administrativo, organizativo y legal.

Se debe estudiar uno de los componentes a fin de determinar el personal administrativo necesario y sus respectivas funciones, las prestaciones sociales

(vacaciones, seguridad social, incentivos, etc.), así como las leyes que regulan la contratación de personal.<sup>9</sup>

### **2.3.5 Estudio económico.**

#### 2.3.5.1 Definición de estudio económico.

Es un análisis en el que se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para realizar el proyecto, el costo de la operación de la planta (producción, administración y ventas), una serie de factores que servirán de base para la evaluación económica.

#### 2.3.5.2 Componentes del estudio económico

El estudio económico comienza con la determinación de los costos totales y la inversión inicial que tienen como base el estudio de ingeniería, pues depende de la tecnología seleccionada, luego continúa con la determinación de la depreciación y la amortización de la inversión y el cálculo del capital de trabajo.

Otros puntos importante que sirven de base para la etapa de evaluación es el punto de equilibrio, el financiamiento, el estado de resultado pro forma y el balance general.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta. Edición. Pág. 43,48,115,116 y 160.

<sup>10</sup> Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta. Edición. Pág. 101

### 2.3.7 Evaluación económica.

2.3.7.1 Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

2.3.7.1.1 Valor presente neto.

Definición

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

2.3.7.1.2 Tasa interna de rendimiento.

Definición.

Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero.

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión.

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de investigación.**

Se aplicará en el desarrollo de la investigación el método hipotético deductivo, que se define como: "Proceso de investigación de un fenómeno que se analiza de lo general a lo particular".

Por medio de este método se evaluará, analizará y describirá el fenómeno en estudio.

#### **3.2 Población y muestra.**

##### **3.2.1 Población.**

La población objeto de estudio son los empleados que utilizan trajes formales y que laboran en instituciones del sector público y privado, así como a los propietarios de sastrerías de la ciudad de San Miguel. Por tratarse de una población demasiado grande que se calculo de 1500, y por tener que estudiar a todos los empleados de centros educativos, instituciones bancarias, entre otras el estudio se hará a través de una muestra de dicha población. En el caso de los propietarios por tratarse de una población pequeña se tomara en su totalidad a través de encuestas dirigidas.

### 3.2.2 Método de muestreo y tamaño de la muestra.

Se utilizará el método de muestreo probabilístico sistematizado cuya ventaja reside, en que las unidades de análisis o de observación son seleccionados en forma aleatoria, es decir, al azar; cada elemento tiene la misma probabilidad de ser elegido y es posible conocer el error de muestreo, o sea, la diferencia entre las medidas de la muestra y los valores poblacionales.

El criterio de uso: Cuando los miembros de la población son similares.

La muestra que se tomará es el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= el tamaño de la muestra

q= probabilidad en contra

N= población

### Cálculo de la muestra.

Datos:

$n = ?$

$Z = 95\%$

$E = 5\%$

$P = 0.50$

$Q = 0.50$

$N = 1500$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (1500)}{(0.05)^2 (1500-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{1440.60}{3.7475 + 0.96215}$$

$$n = \frac{1,440.60}{4.70965}$$

$$n = 306$$

### **3.3 Diseño y técnicas de recolección de información.**

El volumen y el tipo de información tanto cualitativa como cuantitativa que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos y las hipótesis de la investigación, ya que de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

Las técnicas e instrumentos a elegir se determinan a través del fenómeno que se está investigando, en el caso de nuestro fenómeno en estudio se utilizará la técnica de la encuesta a través del instrumento del cuestionario.

#### **3.3.1 Encuesta.**

Esta técnica consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, por ejemplo datos generales, opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen a preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de la encuesta. La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. También puede utilizarse para un análisis de correlación para probar hipótesis descriptivas.

### **3.3.2 Cuestionario.**

La construcción de este instrumento presupone seguir una metodología sustentada en: El cuerpo de teoría, el marco conceptual en que se apoya el estudio, las hipótesis que se pretenden probar y los objetivos de investigación.

Cada una de las preguntas que se incluirán estarán dirigidas a conocer los aspectos específicos de las variables objeto de análisis. La exploración de las mismas puede hacerse con una o varias preguntas que servirán para indagar sobre dos o más variables.

En esta fase se asegurará que todas las variables, a través de sus indicadores, estén siendo efectivamente explorados por las preguntas y que la información resultante sea la buscada.

### **3.4 Procedimientos.**

Cuando se ha terminado la etapa del trabajo de campo, debe prepararse el cuestionario para la etapa de procesamiento de información.

Para el procesamiento de la información existen diversos métodos, cuya utilización esta condicionada por el tamaño de la muestra, el número de preguntas del instrumento, las formas de presentación requeridas y el tipo de análisis a realizar, así como los recursos financieros y materiales disponibles.

En el proceso de procesamiento de la información se utilizará la tabulación manual la cual consiste en utilizar hojas tabulares en las que se concentra la información, colocando en el lado izquierdo el número de pregunta y en la parte superior las respuestas. Luego cada una de las preguntas se convierte en un cuadro estadístico con su gráfico circular y el respectivo análisis.

## CAPITULO IV

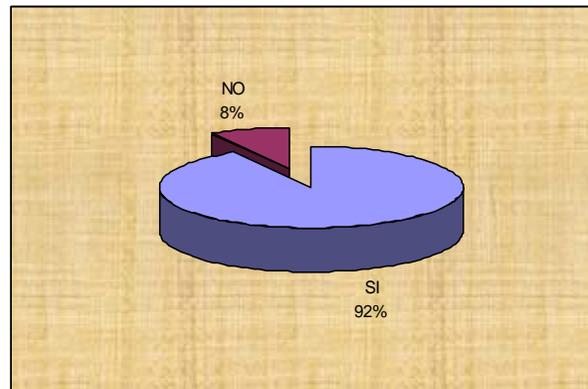
### 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1 PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Considera necesario el uso de trajes formales en su lugar de trabajo?

**Objetivo:** Conocer la opinión sobre la necesidad de uso de trajes formales en el lugar de trabajo

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	280	92%
NO	26	8%
TOTAL	306	100%



#### ANÁLISIS:

En la opinión de los empleados tanto de instituciones del sector público y privado, el 92% considera necesario el uso de trajes formales en su lugar de trabajo mientras que un 8% no lo considera necesario.

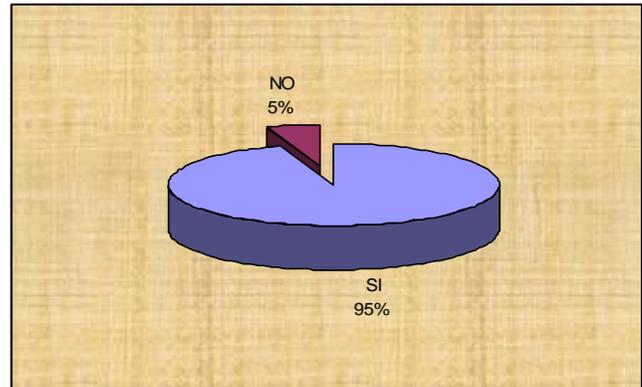
#### INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel considera necesario el uso de trajes formales en el lugar de trabajo, mientras que solo un número reducido de empleados no lo considera necesario.

2. ¿Considera necesaria la existencia de un taller que se dedique exclusivamente al corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel?

**Objetivo:** Obtener la opinión de los encuestados sobre la existencia de un taller que se dedique específicamente a la confección de trajes formales.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
SI	289	94%
NO	16	6%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

En base a las respuestas se determinó que el 94% de los empleados encuestados considera necesaria la existencia de un taller que se dedique exclusivamente al corte y confección de trajes formales, mientras que un 6% no lo considera necesario.

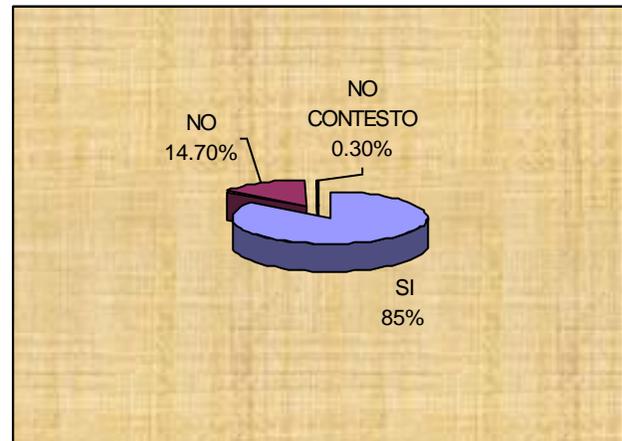
### INTERPRETACIÓN.

La mayor parte de los empleadas del sector público y privado de la ciudad de San Miguel dijo considerar necesaria la existencia de un taller que se dedique exclusivamente al corte y confección de trajes formales ya que de esta manera se le brindaría un mejor servicios, mientras que un porcentaje mínimo no lo considera necesario.

3. ¿Acude usted con frecuencia a una sastrería para la confección de sus trajes formales?

**Objetivo:** Verificar con que frecuencia acuden los empleados de instituciones del sector público y privado a una sastrería para la confección de sus trajes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	259	85%
NO	46	14.7%
NO CONTESTO	1	0.30%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

El 85% de las personas encuestadas acuden con frecuencia a una sastrería para la confección de sus trajes, un 14.7% no visitan una sastrería para la confección de sus trajes.

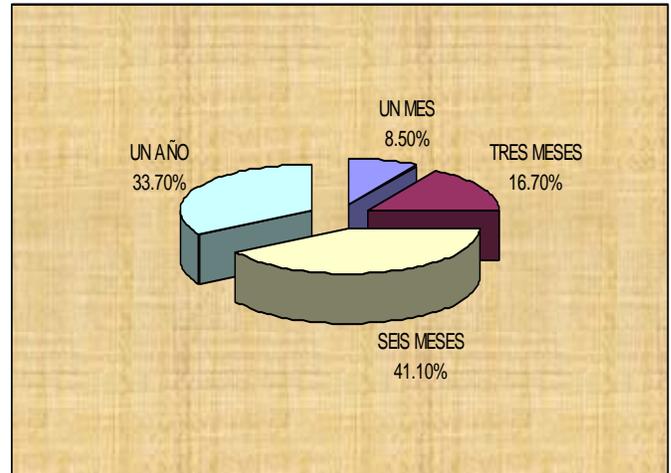
### INTERPRETACIÓN.

De los empleados encuestados la mayoría acude con frecuencia a una sastrería para la confección de sus trajes formales y un menor porcentaje no acude o los compra en almacén.

4. ¿Cada cuánto tiempo frecuenta una sastrería para la confección de sus trajes formales?

**Objetivo:** Determinar con que frecuencia los empleados del sector público y privado visitan una sastrería para la confección de sus trajes formales.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
UN MES	26	8.5%
TRES MESES	51	16.7%
SEIS MESES	126	41.1%
UN AÑO	103	33.7%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados el mayor porcentaje de empleados del sector público y privado visita cada seis meses una sastrería con un 41.1%, un 33.7% visita anualmente una sastrería, mientras que un 16.7% frecuenta una sastrería cada tres meses y un 8.5% acude cada mes.

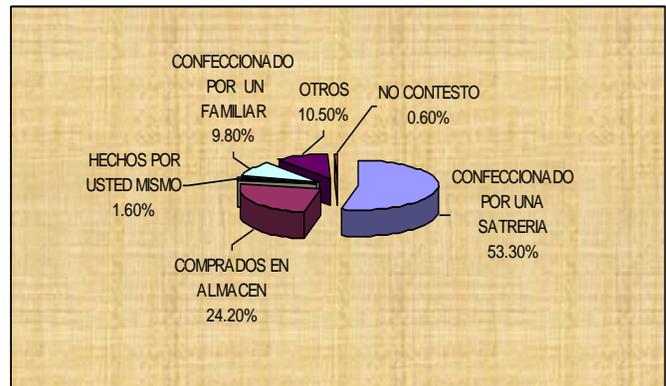
### INTERPRETACIÓN.

Considerando las alternativas, la mayor parte de los empleados del sector público y privado acuden cada seis meses a una sastrería, un menor porcentaje la visita anualmente y un mínimo de empleados visita cada tres meses o un mes una sastrería para la confección de sus trajes formales.

5. ¿Quién realiza la confección de sus trajes formales en su lugar de trabajo?

**Objetivo:** Conocer quien realiza la confección de los trajes formales de los empleados del sector publico y privado.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
CONFECCIONADOS POR UNA SATRERÍA	163	53.3%
COMPRADOS EN ALMACÉN	74	24.2%
HECHOS POR USTED MISMO	5	1.6%
CONFECCIONADOS POR UN FAMILIAR	30	9.8%
OTROS	32	10.5%
NO CONTESTO	2	0.6%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

Se puede determinar que el 53.3% de los empleados encuestados confeccionan sus trajes en una sastrería, un 24.2% los compran en almacén, un 9.8% dijo que

sus trajes son confeccionados por un familiar y un 1.6% por ellos mismos, mientras que un 10.5% dijo que sus trajes provenían de otros medios.

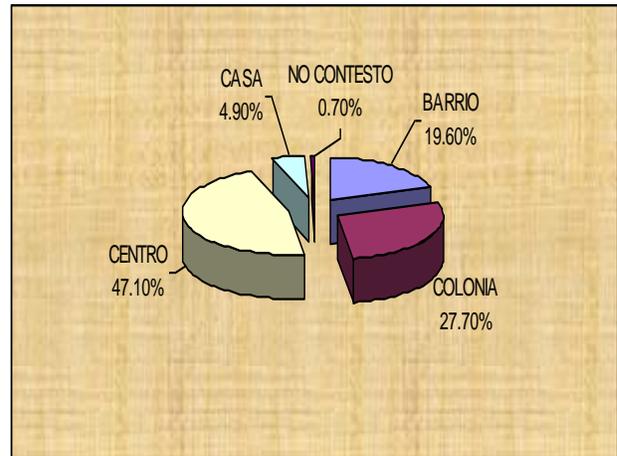
**INTERPRETACIÓN.**

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor parte de los empleados del sector público y privado acuden para la confección de sus trajes formales a una sastrería, mientras que otra parte de los empleados manifiesta que compra sus trajes en almacén; un menor porcentaje dijo que le son confeccionados por ellos mismos o un familiar.

6. ¿Dónde está ubicado el lugar donde le confeccionan sus trajes formales?

**Objetivos:** Saber la ubicación del lugar donde son confeccionados los trajes formales de los empleados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
BARRIO	60	19.6%
COLONIA	85	27.7%
CENTRO	144	47.1%
CASA	15	4.9%
NO CONTESTO	2	0.7%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

De los empleados encuestados, un 47.1% contestó que la ubicación del lugar donde les confeccionan sus trajes es en el centro de la ciudad, un 27.7% dijeron en una colonia, y un 19.6% un barrio; mientras que un 4.9% contestó que en una casa.

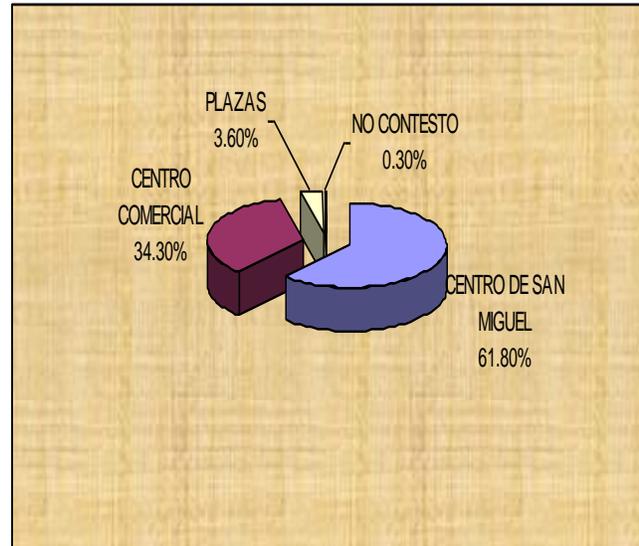
### INTERPRETACIÓN.

De los empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel que visitan una sastrería la mayor parte opinó que la mejor ubicación del taller de corte y confección sería el centro de la ciudad de San Miguel, mientras que menores porcentajes consideraron que en una colonia o barrio.

7. ¿Qué lugar consideraría apropiado para la confección de trajes formales?

**Objetivo:** Determinar la mejor ubicación para un taller de corte y confección.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA A	PORCENTAJE
CENTRO DE SAN MIGUEL	189	61.8%
CENTRO COMERCIAL	105	34.3%
PLAZAS	11	3.6%
NO CONTESTO	1	0.3%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

Según los resultados el 62% los empleados encuestados contestó que la mejor ubicación sería en el centro de San Miguel, el 34% opinó que en un centro comercial, y un 3% dijo que en plazas. Lo que indica que la mejor ubicación de un taller de corte y confección sería el centro de la ciudad de San Miguel.

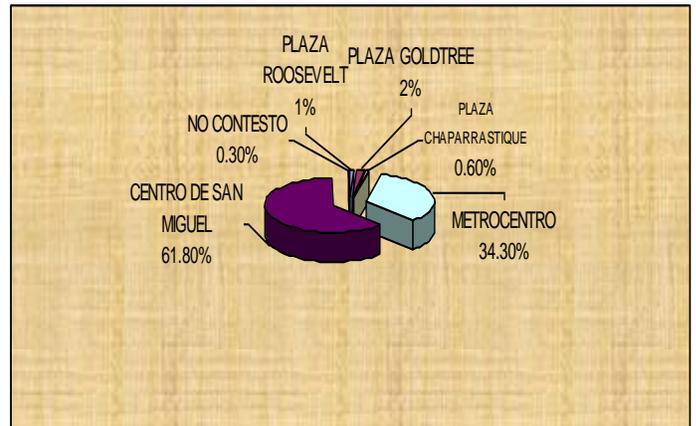
### INTERPRETACIÓN.

Un porcentaje significativo de empleados del sector público y privado considera que la mejor ubicación para el taller de corte y confección sería el centro de la ciudad de San Miguel, mientras que un pequeño porcentaje opinó que un centro comercial, por lo que se determina que el mejor lugar para un taller de corte y confección sería en el Centro de la Ciudad de San Miguel.

8. En base a la pregunta anterior ¿Qué centro comercial sería la mejor opción para la ubicación de un taller de corte y confección de trajes formales? ( Si respondió en el centro de San Miguel omite esta pregunta).

**Objetivo:** Conocer el mejor lugar para la ubicación de un taller de corte y confección de trajes formales.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
PLAZA ROOSEVELT	3	1%
PLAZA GOLDTREE	6	2%
PLAZA	2	0.6%
CHAPARRASTIQUE		
METROCENTRO	105	34.3%
CENTRO DE SAN MIGUEL	189	61.8%
NO CONTESTO	1	0.3%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

Según los datos obtenidos el 61.8% de los empleados encuestados consideran

que el mejor lugar para la ubicación de el taller de corte y confección es el centro de la ciudad de San Miguel, mientras que un 34.3% opinó que Metrocentro y un 3.6% las otras plazas.

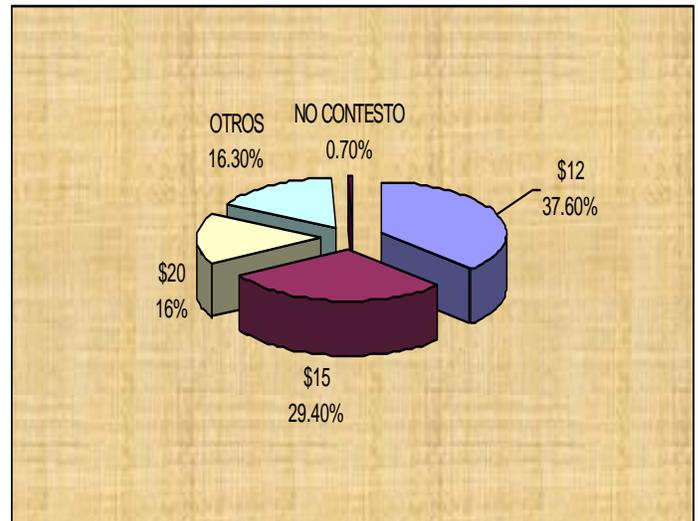
**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los resultados la mayor parte de los empleados del sector publico y privado opina que el mejor lugar para la ubicación de un taller de corte y confección seria el centro de la ciudad de San Miguel.

9. ¿Cuál es el precio que ha pagado por la confección de un traje formal?

**Objetivo:** Verificar el precio que los empleados han pagado por la confección de sus trajes.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$12	115	37.6%
\$15	90	29.4%
\$20	49	16%
OTROS	50	16.3%
NO CONTESTO	2	0.7%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

Un 37.6% de los empleados encuestados dijo que han pagado \$12 por la confección de un traje formal, un 29.4 ha pagado \$15, y un 16% \$20, mientras que un 16.3% contestó haber pagado otros precios. Un 0.7% no dio su opinión.

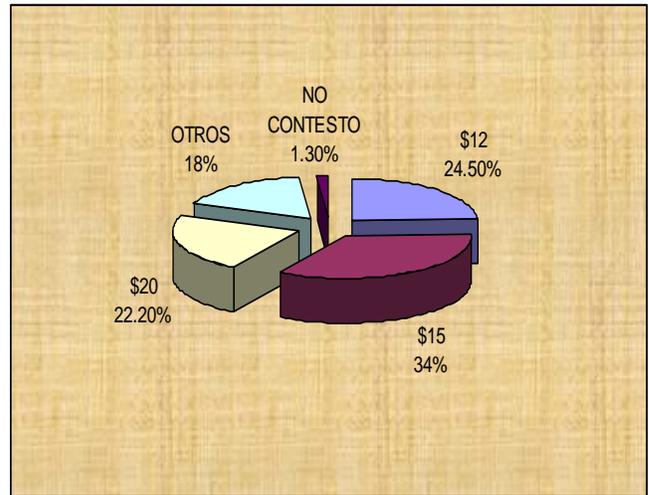
### INTERPRETACIÓN:

El precio que la mayor parte de los empleados del sector público y privado pagaría por la confección de un traje formal se encuentra entre el rango de \$12.00 a \$15.00 al igual que el de \$20.00 mientras que un menor porcentaje contesto haber pagado otros precios.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la confección de un traje formal?

**Objetivo:** Considerar el precio que los empleados estarían dispuestos a pagar por la confección de un traje formal.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$12	75	24.5%
\$15	104	34%
\$20	68	22.2%
OTROS	55	18%
NO CONTESTO	4	1.3%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

El 34% de los empleados encuestados contestó que los precios que estaría dispuesto a pagar sería de \$15, un 24.5% opinó que \$12, y un 22.20 % contestó que \$20, mientras que solo un 18% está dispuesto a pagar un precio mayor. Un 1.3% se limitó a no contestar.

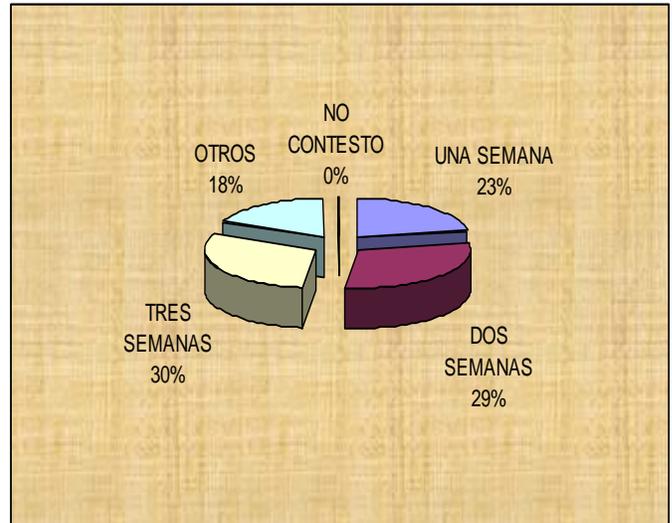
**INTERPRETACIÓN:**

Un porcentaje significativo de los empleados del sector público y privado considera que estaría dispuesto a pagar un precio entre \$12.00 y \$15.00 mientras que un pequeño porcentaje opina que pagaría \$20.00 o más por la confección de un traje.

### 11. ¿Cuánto tiempo tardan en entregarle un traje formal en una sastrería?

**Objetivo:** Identificar el tiempo que tardan en entregarle un traje formal.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
UNA SEMANA	69	22.5%
DOS SEMANAS	90	29.5%
TRES SEMANAS	91	29.7%
OTROS	55	18%
NO CONTESTO	1	0.3%
TOTAL	306	100%



#### **ANALISIS:**

De acuerdo a los resultados obtenidos el 29.7% de los empleados dijo que los trajes le son entregados en tres semanas, un 29.5% en dos semanas y 22.5% en una semana, mientras que un 18% opinó que se tardan más tiempo.

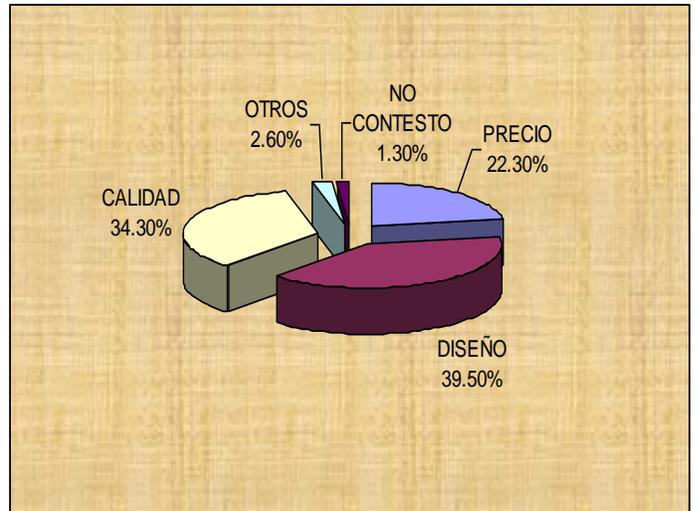
#### **INTERPRETACIÓN:**

De los empleados que mandan a confeccionar trajes formales en las sastrerías nos manifestaron que el tiempo que tardan en entregarle los trajes ya confeccionados esta entre dos y tres semanas.

12. ¿Qué factor determina que usted mande a confeccionar un traje formal a una sastrería?

**Objetivo:** Determinar el porqué los empleados mandan a confeccionar sus trajes a una sastrería.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	68	22.3%
DISEÑO	121	39.5%
CALIDAD	105	34.3%
OTROS	8	2.6%
NO CONTESTO	4	1.3%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

Según el 39.5% de los empleados el factor que determina que sus trajes sean confeccionados en una sastrería es el diseño, un 34.3% opinó que la calidad y un 22.3% que el precio, mientras que un consideró que pueden ser otros factores.

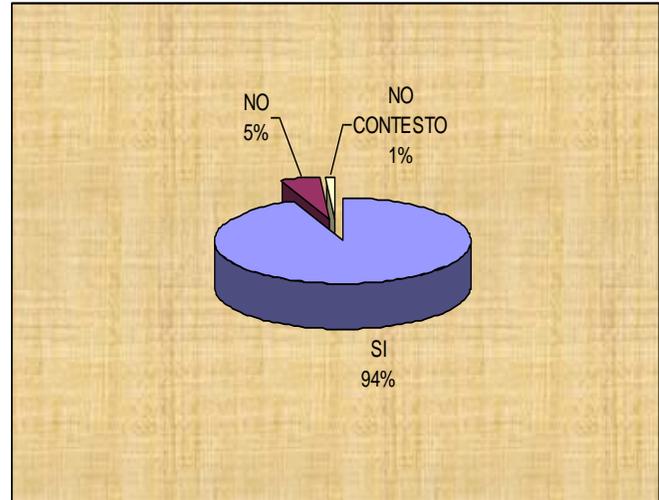
### INTERPRETACIÓN:

Un porcentaje significativo de los empleados encuestados consideran que los factores que mas inciden para elegir el lugar donde van a enviar a confeccionar sus trajes es el diseño y la calidad, y un porcentaje menor piensa que es el precio el factor mas determinante.

13. ¿Le gustaría que el taller de corte y confección de trajes formales contara con servicio a domicilio?

**Objetivo:** Conocer la opinión de los empleados acerca del servicio a domicilio en un taller de corte y confección.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	287	93.8%
NO	16	5.2%
NO CONTESTO	3	1%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

En base a los datos obtenidos el 93.8% de los empleados opino que si les gustaría que el taller de corte y confección cuente con servicio a domicilio y un 5.2% contesto que no.

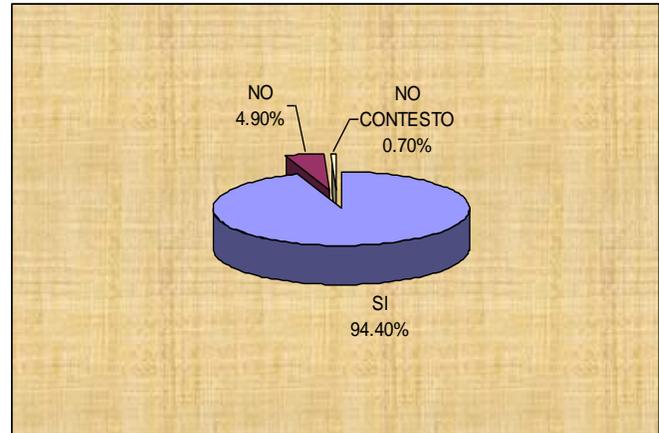
**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los datos obtenidos con la totalidad de empleados tanto públicos como privados les gustaría que uno de los servicios adicionales que prestara el taller de corte y confección sea el servicio a domicilio, mientras un porcentaje poco significativo no lo considero necesario.

14. ¿Sería de su agrado que el taller de corte y confección tuviera a su disposición telas para la confección de trajes formales?

**Objetivo:** Conocer si a los empleados les gustaría que el taller de corte y confección cuente con telas para la confección de sus trajes.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	289	94.4%
NO	15	4.9%
NO CONTESTO	2	0.7%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

Según datos un 94.4% de los empleados considera que sí les gustaría que el taller de corte y confección cuente con telas para la confección de los trajes, mientras que un 4.9% consideró que no.

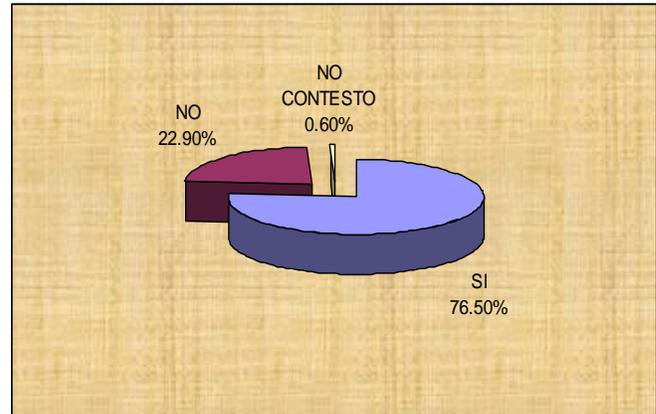
### INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los empleados del sector público y privado que visita una sastrería para la confección de sus trajes formales, consideran necesario que el taller de corte y confección cuente con variedad de telas para la confección de sus trajes, mientras que muy poco porcentaje de empleados no lo considera necesario.

15. A parte de ver revistas ¿le gustaría que el taller de corte y confección le mostrara trajes ya confeccionados?

**Objetivo:** Analizar la opinión de los empleados acerca de que el taller de corte y confección cuente con una pasarela de trajes confeccionados.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	234	76.5%
NO	70	22.9%
NO CONTESTO	2	0.6%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

Según el 76.5% de los empleados considera que si le gustaría que el taller de corte y confección contara con una pasarela de trajes ya confeccionados y un 22.9% considera que no.

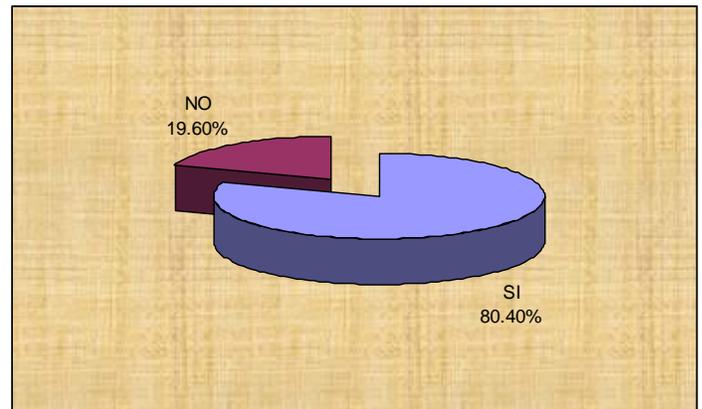
**INTERPRETACIÓN:**

Los empleados encuestados en su mayoría consideran que además de ver revistas para elegir el diseño de los trajes formales el taller de corte y confección cuente con una pasarela de modas, mientras que un porcentaje relativamente menor piensa que no es necesario.

16. Tomando en cuenta los productos mencionados en las tres preguntas anteriores ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto?

**Objetivo:** Considerar si los empleados estarían dispuestos a pagar un precio más alto tomando en cuenta que el taller contara con los servicios a domicilio, pasarelas y telas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
SI	246	80.4%
NO	60	19.6%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

De acuerdo a los empleados encuestados el 80.4% opina que si estaría dispuesto a pagar un precio mas alto si el taller contara con servicios adicionales como telas, pasarelas y servicio a domicilio, mientras que un 19.6% contesto que no.

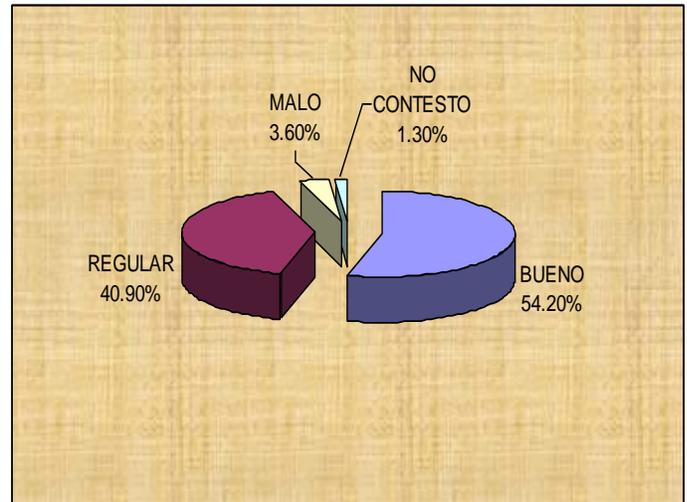
### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los empleados tanto del sector público como privado están dispuestos a pagar un precio más alto por la confección del traje formal si el taller cuenta con servicios adicionales como lo son: telas a disposición, servicio a domicilio y pasarela de modas.

17. ¿Cómo considera el servicio prestado por la sastrería que frecuenta actualmente?

**Objetivo:** Verificar el servicio prestado por las sastrerías que los empleados visitan actualmente.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	166	54.2%
REGULAR	125	40.9%
MALO	11	3.6%
NO CONTESTO	4	1.3%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

Según datos obtenidos el 54.2% de los empleados considera como bueno el servicio prestado por las sastrerías que frecuentan actualmente, un 40.9% lo consideró regular y un 3.6% lo considera malo.

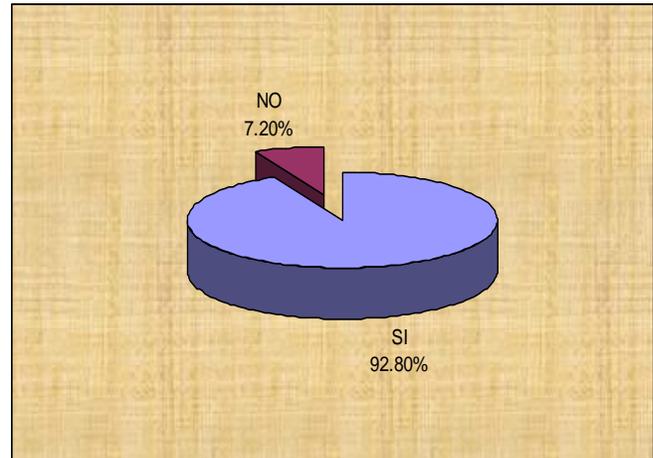
### INTERPRETACIÓN:

La mayor parte de los empleados califican como bueno el servicio que les brinda actualmente las sastrerías que visitan, mientras que la otra parte lo considera regular, por lo que se determina que es necesario mejorar el servicio que es brindado actualmente por una sastrería.

18. ¿Los trajes que le confeccionan actualmente son hechos a su medida?

**Objetivo:** Verificar si los trajes confeccionados a los empleados han sido hechos a su medida.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
SI	284	92.8%
NO	22	7.2%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los datos obtenidos el 92.3% de los empleados contestó que sus trajes le son confeccionados a su medida, mientras que un 7.2% considera que no se los entregan confeccionados a la medida.

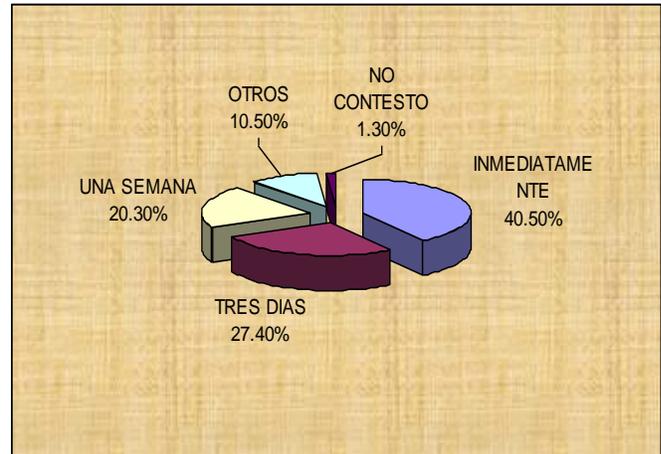
**INTERPRETACIÓN:**

La información obtenida refleja que la mayoría de los empleados opina que sus trajes han sido confeccionados a su medida por lo tanto es un factor importante que se debe tomar en cuenta en la confección de un traje formal para darle satisfacción al cliente al elaborarle el traje hecho a la medida.

19. ¿Cuándo no son hechos a su medida cuanto tiempo tardan en entregárselo al hacerle los debidos arreglos?

**Objetivo:** Conocer cuanto tiempo se tardan en entregarle el traje cuando no son hechos a la medida y tienen que hacerle algunos ajustes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
INMEDIATAMENTE	124	40.5%
TRES DIAS	84	27.4%
UNA SEMANA	62	20.3%
OTROS	32	10.5%
NO CONTESTO	4	1.3%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos el 40.5% de los empleados contesto que cuando un traje no es hecho a su medida y le hacen los debidos arreglos se los entregan inmediatamente, un 27.4% en tres días y un 20.3% que en una semana, mientras que un 10.5% opino que en mas tiempo.

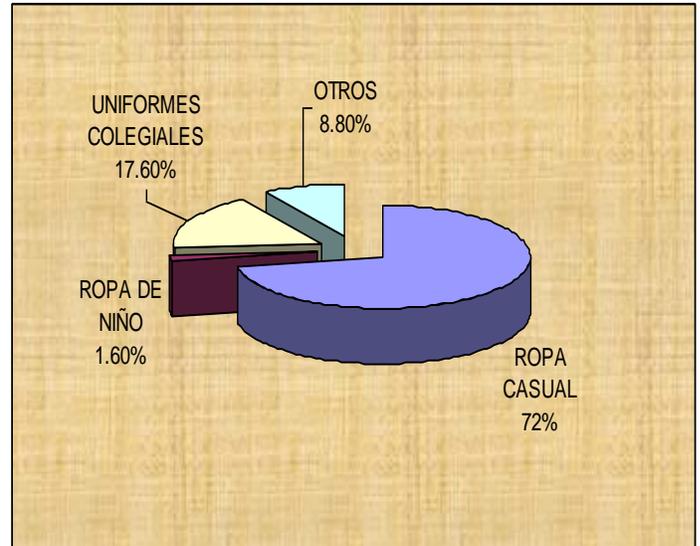
### INTERPRETACIÓN:

El mayor porcentaje de los encuestados contesto que los trajes no les son confeccionados a su medida pero le hacen los debidos arreglos de forma inmediata, mientras que un porcentaje menor manifestó que le hacen las modificaciones a los trajes en un lapso de tres días a una semana.

20. ¿Qué tipo de servicio adicional a los trajes formales le gustaría que se le confeccionara?

**Objetivo:** Considerar los servicios adicionales que a los empleados les gustaría que se les brindara en la confección de los trajes.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
ROPA CASUAL	220	72%
ROPA DE NIÑO	5	1.6%
UNIFORMES COLEGIALES	54	17.6%
OTROS	27	8.8%
NO CONTESTO	4	1.3%
TOTAL	306	100%



**ANÁLISIS:**

Según los resultados obtenidos el 72% de los empleados considera que los servicios adicionales que le gustaría que les brindaran es la confección de ropa casual, un 17.6% uniformes colegiales y un 8.8%

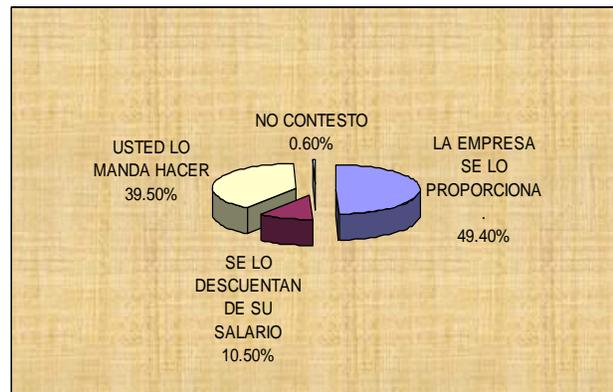
**INTERPRETACIÓN:**

Los datos anteriores reflejan que los empleados consideran que les gustaría que se les brindaran servicios adicionales como ropa casual, uniformes colegiales, por lo tanto el taller de corte y confección debe brindar variedad en los productos para tener una mayor demanda.

21. En el lugar que usted labora, el traje que usa:

**Objetivo:** Conocer si los trajes formales que usan los empleados son proporcionados por la empresa o elaborados por ellos mismos.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUEN CIA	PORCENTAJE
LA EMPRESA SE LO PROPORCIONA.	151	49.4%
SE LO DESCUENTAN DE SU SALARIO	32	10.5%
USTED LO MANDA HACER	121	39.5%
NO CONTESTO	2	0.6%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

En base a los datos obtenidos se pudo determinar que al 49.4% de los empleados, la empresa les proporciona sus trajes formales, un 39.5% dijo haberlos elaborado por ellos mismos, mientras que un 10.5% los manda hacer a una sastrería particular, y un 0.6% no dio su opinión.

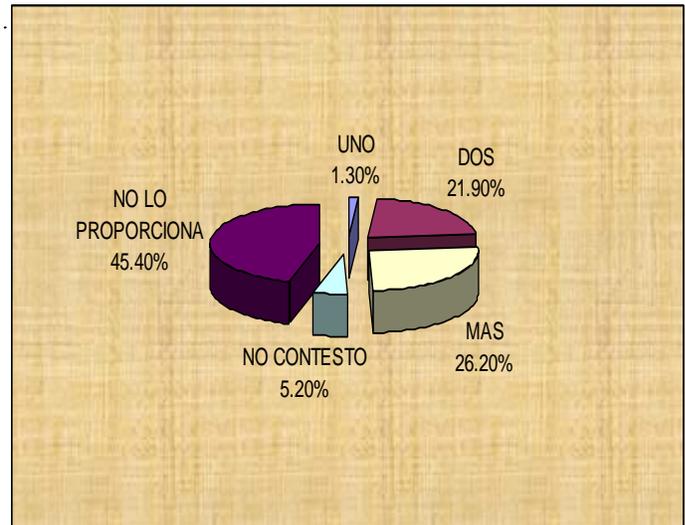
### INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos reflejan que la mayoría de las empresas les proporcionan sus trajes formales, por lo tanto el taller de corte y confección debe tener contratos con empresas del sector público como privado, para elaborar los trajes formales de sus empleados.

22. ¿Cuántos trajes le promociona la empresa?

**Objetivo:** Obtener el numero de trajes formales que son proporcionados a los empleados por las empresas.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA UNO		
UNO	4	1.3%
DOS	67	21.9%
MAS	80	26.2%
NO CONTESTO	16	5.2%
NO PROPORCIONA LO	139	45.4%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

En base a los resultados de las encuestas se determino que el 46% de los empleados manda a confeccionar sus trajes mientras que al 26% de los empleados la empresa le proporciona mas de dos trajes, al 22% solamente dos trajes, 5% no contestaron y un 1% un traje.

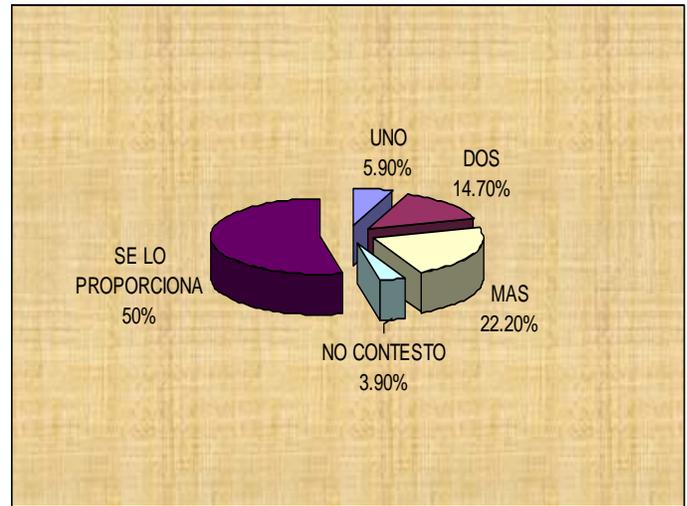
### INTERPRETACIÓN:

De los empleados encuestados la mayor parte dijo que son ellos que son los encargados de mandar a confeccionar sus trajes, mientras que un menor porcentaje contestó que era la empresa quien les proporcionaba alguno de sus trajes.

23. ¿Cuántos trajes manda a confeccionar?

**Objetivo:** Obtener el numero de trajes formales que son proporcionados a los empleados por las empresas.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNO	18	5.9%
DOS	45	14.7%
MAS	68	22.2%
NO CONTESTO	12	3.9%
SE LO PROPORCIONA	163	50%
TOTAL	306	100%



### ANÁLISIS:

En base a las encuestas se determinó que el 50% de los empleados la empresa le proporciona el traje, el 22% manda a confeccionar más de dos trajes, mientras que el 15% confecciona solamente dos trajes, el 6% un traje y un 4% no contestó.

### INTERPRETACIÓN:

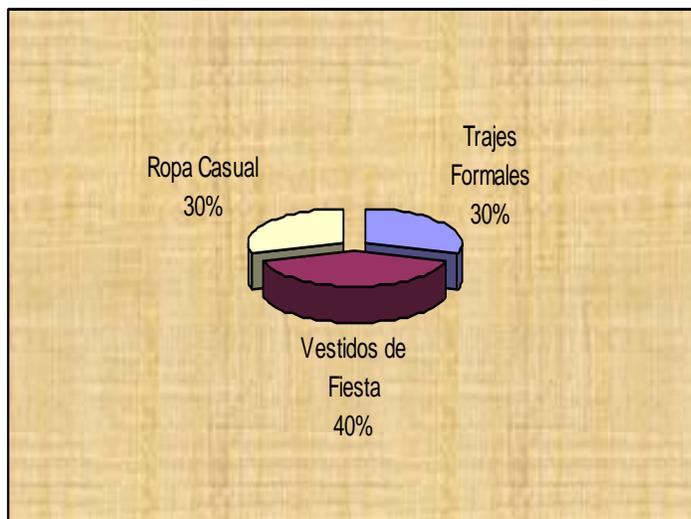
Según la información obtenida se determinó que a la mayoría de los empleados la empresa les confecciona sus trajes en su totalidad, mientras que un menor porcentaje manda a elaborar sus trajes por ellos mismos.

- **PROPIETARIOS**

1- ¿Qué clase de productos son los que usted ofrece?

**Objetivo:** Conocer que clase de productos ofrecen los propietarios de sastrerías ya establecidas en la ciudad de San Miguel.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRAJES FORMALES	3	30%
VESTIDOS DE FIESTA	4	40%
ROPA CASUAL	3	30%
TOTAL	10	100%



**ANÁLISIS:**

De acuerdo a las respuestas de los propietarios de las sastrerías el 40% ofrece la confección de vestidos de fiesta, 30% de los productos que confecciona está compuesto por trajes formales, igual porcentaje para la ropa casual.

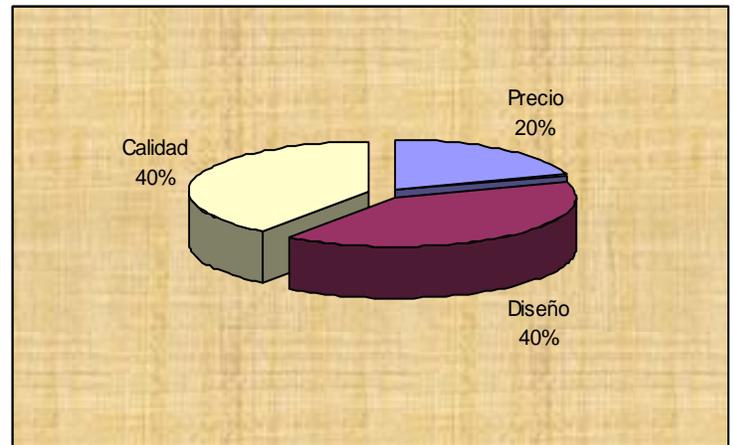
**INTERPRETACIÓN:**

La información obtenida refleja que la mayor parte de los propietarios ofrece la confección de vestidos de fiesta, por lo tanto existe la necesidad de confeccionar trajes formales y ropa casual para tener una mayor demanda.

2- ¿Qué factores determinan la demanda de confección de trajes formales?

**Objetivo:** Determinar que factores determinan la demanda de confección de trajes formales.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	2	20%
DISEÑO	4	40%
CALIDAD	4	40%
TOTAL	10	100%



### **ANÁLISIS:**

De acuerdo a los propietarios de las sastrerías los factores que más determinan la demanda de sus productos son el diseño y la calidad con un 40% cada uno mientras que un 20% considera que se debe al precio.

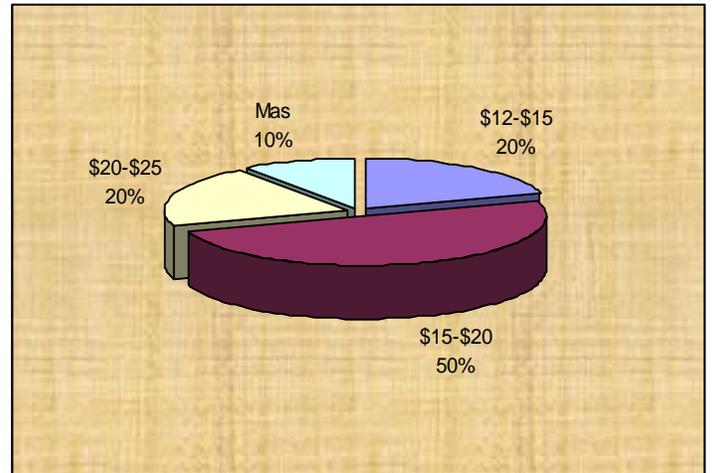
### **INTERPRETACIÓN:**

Según los propietarios en la tabla anterior se refleja que los factores determinantes de la demanda son el diseño y la calidad, por lo tanto es necesario que la sastrería ponga en práctica ofrecer un producto diferenciado ante la competencia.

3- ¿Entre que precios oscila la confección de un traje formal?

**Objetivo:** Conocer entre que precios oscila la confección de un traje formal.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
\$12-\$15	2	20%
\$15-\$20	5	50%
\$20-\$25	2	20%
Mas	1	10%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos se pudo conocer que el precio de la confección de un traje formal oscila entre \$15-\$20 en un 50%, mientras que para los precios de \$12-\$15 y \$20-\$25 con un 20% cada uno y un 10% contestó que el precio de la confección de un traje formal es mayor.

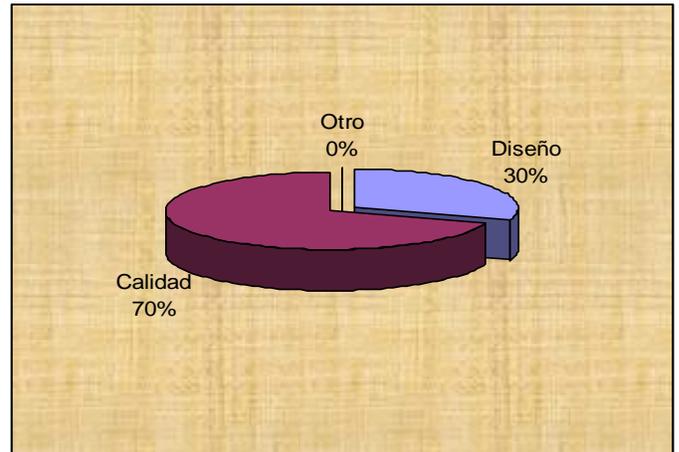
### INTERPRETACIÓN:

Los datos anteriores reflejan que los precios que ofrecen las sastrerías oscilan en \$12.00 -\$15.00 y \$20.00-\$25.00 por la confección de un traje formal por lo tanto la sastrería debe tener precios estándares para que empleados tanto del sector público como privado tengan accesibilidad a la obtención de uno de ellos.

4- ¿Qué factores determinan el precio de un traje formal?

**Objetivo:** Analizar qué factores determinan el precio de un traje formal.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISEÑO	3	30%
CALIDAD	7	70%
OTRO	0	0%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

En opinión de los propietarios el factor que mas determina el precio de confección de un traje formal esta dado por la calidad con un porcentaje del 70% mientras que un 30% considera que esta dado por el diseño.

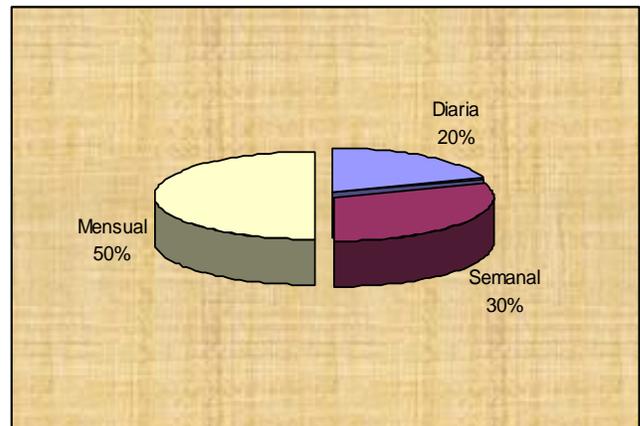
### INTERPRETACIÓN:

Según la opinión de los propietarios en la tabla anterior se muestra que el factor que más determina el precio en la confección de un traje formal es la calidad, por lo tanto se hace necesario que al crear el taller, este brinde la calidad necesaria en cada producto que ofrezca.

5- ¿Con que frecuencia usted confecciona trajes formales?

**Objetivo:** Determinar con qué frecuencia elaboran los propietarios de sastrerías trajes formales.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	2	20%
SEMANAL	3	30%
MENSUAL	5	50%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

En base a las respuestas obtenidas por los propietarios de sastrerías la frecuencia con que elaboran trajes formales es mensualmente con un 50%, mientras un 30% los confecciona semanalmente y un 20% lo hace diariamente.

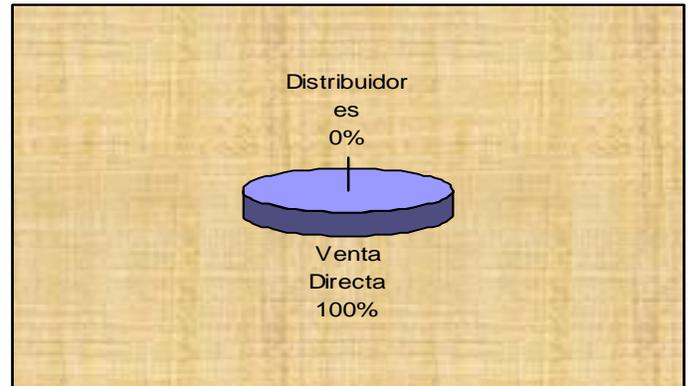
### INTERPRETACIÓN:

Según la información obtenida por los propietarios la frecuencia con que ellos elaboran sus trajes formales es mensualmente por lo tanto el taller debe tener la efectividad para elaborar trajes formales y mejorar tiempo de elaboración del producto, para tener un mayor número de entregas mensualmente, comparado con el de la competencia.

6-¿Qué canales de distribución utiliza usted para entregar el producto?

**Objetivo:** Saber qué canales de distribución utilizan para entregar el producto los propietarios de las sastrerías.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUEN CIA	PORCENTAJE
VENTA DIRECTA	10	100%
DISTRIBUIDORES	0	0%
TOTAL	10	100%



**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta se determinó que la forma como distribuyen su producto los propietarios de las sastrerías es de forma directa con un porcentaje del 100%.

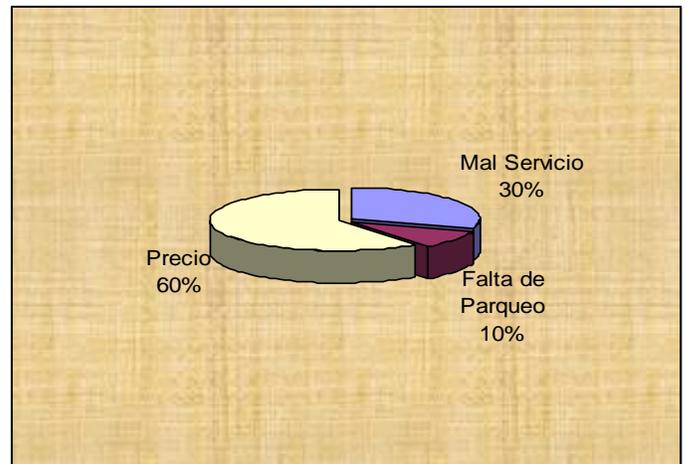
**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a las respuestas obtenidas se determinó que la forma como los propietarios distribuyen su producto es en forma directa, por lo tanto el taller debe tener una relación directa con el cliente para ofrecer sus productos.

7- ¿Qué motivos cree que pueden existir para que sus clientes dejen de mandar a confeccionar sus trajes formales en su negocio?

**Objetivo:** Determinar los motivos que influyen para que los clientes dejen de asistir a una sastrería para confeccionar sus trajes formales.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAL SERVICIO	3	30%
FALTA DE PARQUEO	1	10%
PRECIO	6	60%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

De acuerdo a la opinión de los propietarios de las sastrerías en un 70% el factor que mayormente puede determinar que un cliente deje de confeccionar los trajes en su negocio esta dado por el precio, mientras que un 30% el mal servicio y un 10% la falta de parqueo en el negocio.

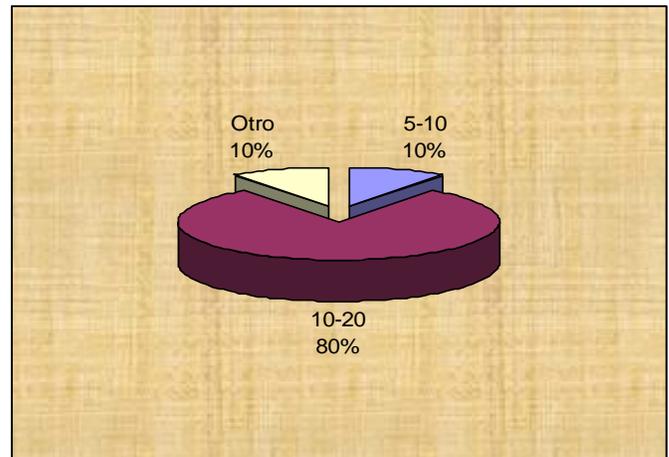
### INTERPRETACIÓN:

En la tabla anterior se pueden observar que el factor por el cual un cliente deje de confeccionar sus trajes en una sastrería, es que este tenga precios altos, por lo tanto el taller debe tener precios que estén al alcance de los empleados tanto del sector público como privado.

8- ¿Cuántos trajes formales confecciona usted mensualmente?

**Objetivo:** Verificar cuántos trajes confeccionan mensualmente los propietarios de las sastrerías existentes en la ciudad de San Miguel.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA		
\$5-\$10	1	10%
\$10-\$20	8	80%
OTRO	1	10%
TOTAL	10	100%



#### **ANÁLISIS:**

En base a los resultados de las encuestas se determinó que un 80% de los propietarios de sastrerías elabora entre 10 y 20 trajes, mientras que entre 5 y 10 así como otra cantidad un 10% respectivamente.

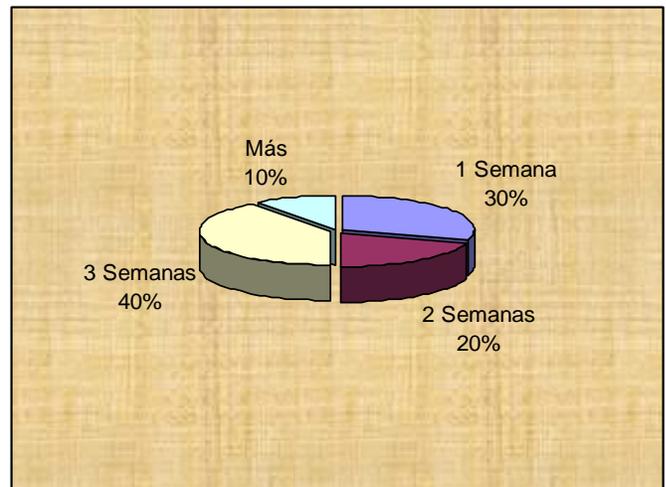
#### **INTERPRETACIÓN:**

La información obtenida refleja que los propietarios de las sastrerías elaboran entre 10 y 20 trajes mensualmente, por lo tanto el taller debe superar este número, para tener una mayor parte del mercado.

9- ¿Cuál es el tiempo promedio que usted tarda en entregar sus trajes ya confeccionados?

**Objetivo:** Conocer cuál es el tiempo promedio que tarda un sastre en confeccionar un traje formal.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 SEMANA	3	30%
2 SEMANAS	2	20%
3 SEMANAS	4	40%
MÁS	1	10%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

De acuerdo a los propietarios de sastrerías se determinó que un 40% tarda tres semanas en confeccionar un traje formal, un 30% tarda una semana, mientras que un 20% dos semanas y un 10% se tarda mas tiempo.

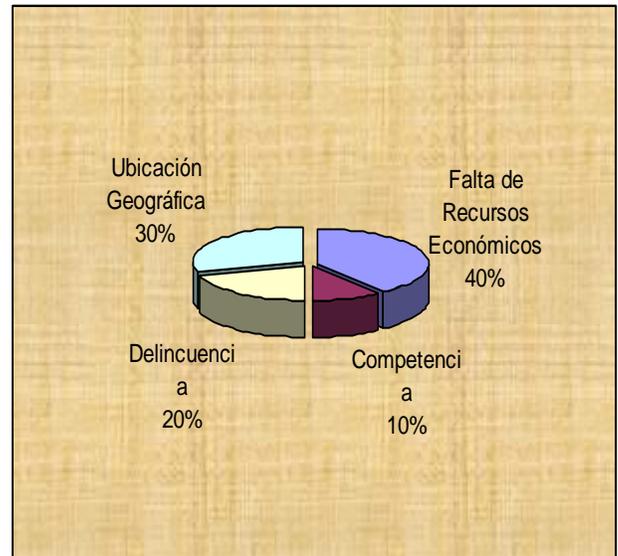
### INTERPRETACIÓN:

Según la información obtenida se determinó que las sastrerías tardan tres semanas en confeccionar un traje formal, por lo tanto el taller debe tener un proceso de elaboración que permita la confección de un traje formal, igualando el tiempo de elaboración de trajes con las sastrerías ya existentes y tratar de superarlas.

10- ¿Menciona alguna limitante que le impidan mejorar su negocio?

**Objetivo:** Analizar que limitantes impiden que los propietarios de sastrerías mejoren en sus negocios.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS	4	40%
COMPETENCIA	1	10%
DELINCUENCIA	2	20%
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	3	30%
TOTAL	10	100%



**ANÁLISIS:**

De acuerdo a la opinión de los encuestados se determinó que con 40% la mayor limitante que le impide mejorar en su negocio es la falta de recursos económicos, mientras que un 30% consideró que la ubicación geográfica, un 20% la delincuencia y un 10% la competencia.

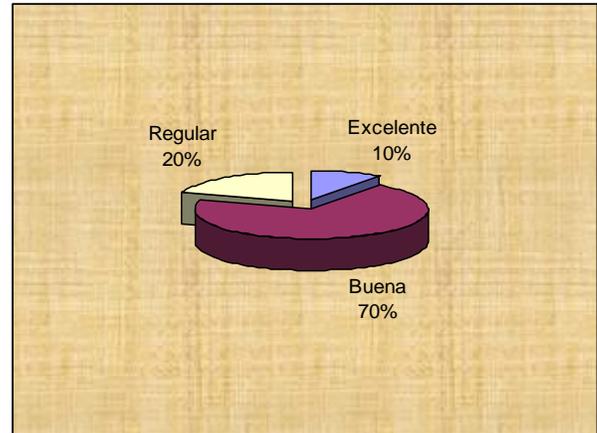
**INTERPRETACIÓN:**

En el cuadro presentado, se puede observar que la mayor limitante que tienen los propietarios de las sastrerías para poder mejorarlas es la falta de recursos económicos, por lo tanto al crear el taller de corte y confección se deben brindar servicios adicionales como: servicio a domicilio, pasarelas con trajes ya elaborados para darle una mejor satisfacción al cliente y que este se mantenga.

11- ¿Cómo evalúa la demanda de sus productos (trajes formales) en su ubicación actual?

**Objetivo:** Conocer la opinión de los propietarios de las sastrerías sobre la demanda de la confección de trajes formales en su ubicación actual.

RESPUESTA ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	10%
BUENA	7	70%
REGULAR	2	20%
TOTAL	10	100%



### ANÁLISIS:

En base a los resultados de las encuestas se encontró que el 70% de los propietarios de sastrerías encuentran que la demanda en su ubicación actual es buena, un 20% regular y un 10% la consideró excelente.

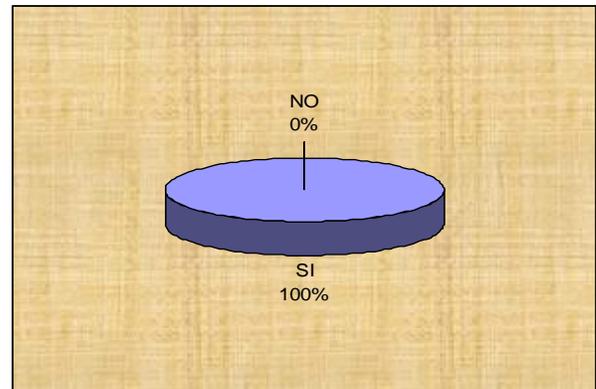
### INTERPRETACIÓN:

Los datos presentados anteriormente indican que la mayor parte de los propietarios de sastrerías opinan que la demanda es buena en su ubicación actual, por lo tanto al crear el taller de corte y confección se debe de tomar en cuenta la ubicación geográfica para que los empleados tengan la accesibilidad de llegar sin ningún inconveniente.

12. ¿Considera necesaria la existencia de un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel?

**Objetivo:** Analizar la opinión de los propietarios de sastrerías acerca de la creación de un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%



### **ANÁLISIS:**

En base a los resultados obtenidos se determinó que el 100% de los encuestados considera necesaria la existencia de un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel.

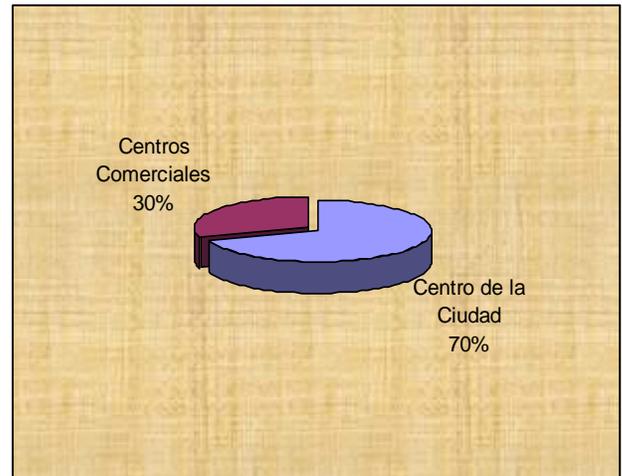
### **INTERPRETACIÓN:**

En los datos anteriores se determinó que los propietarios consideran necesaria la existencia de un taller de corte y confección de trajes formales en el centro de la ciudad de San Miguel, ya que este puede ser asociado con muchas empresas así como también ser una planta generadora de empleos.

13- ¿Qué lugares considera usted apropiado para la ubicación de un taller de corte y confección de trajes formales?

**Objetivo:** Determinar según la opinión de los propietarios de sastrerías cuál es la mejor ubicación para un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTERNATIVA CENTRO DE LA CIUDAD	7	70%
CENTROS COMERCIALES	3	30%
TOTAL	10	100%



**ANÁLISIS:**

En base a la opinión de los encuestados el 70% considera que la mejor ubicación para el taller de corte y confección de trajes formales sería en el centro de la ciudad, mientras que el 30% en un centro comercial.

**INTERPRETACIÓN:**

Según información obtenida la mayoría de los propietarios opinó que la mejor ubicación donde generaría una mayor demanda al taller de corte y confección sería en el centro de la Ciudad de San Miguel ya que usualmente es visitada por muchas personas.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

En base a las conclusiones obtenidas en la aplicación de la encuesta, a los empleados del sector público y privado y propietarios de sastrerías que confeccionan trajes formales de la ciudad de San Miguel se obtienen las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- ❖ Se concluyó que la mayoría de los empleados encuestados considera necesario el uso de trajes formales en la empresa donde trabaja y que acuden a sastrerías para su elaboración, por lo que es importante la creación de un taller de corte y confección siendo su mejor ubicación el centro de la ciudad de San Miguel.
- ❖ Se determinó que la mayoría de los empleados del sector público y privado visitan cada seis meses una sastrería, estando dispuestos a pagar \$15 por la confección de un traje formal en un tiempo de entrega de tres semanas.
- ❖ Los resultados obtenidos demuestran que los empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel visitan una sastrería para la confección de trajes formales basados en el diseño y la calidad; además manifestaron que les gustaría que la sastrería proporcionara otros tipos de servicios.

- ❖ En base a los resultados se concluyó que a los empleados del sector público y privado les gustaría que el taller de corte y confección cuente con servicios adicionales por los que estarían dispuestos a pagar un precio más alto ya que no existe una sastrería que proporcione diversidad de servicios.
- ❖ Los empleados encuestados manifiestan que el servicio recibido actualmente por las sastrerías es bueno ya que los trajes les son confeccionados a la medida, pero que existen deficiencias en cuanto al tiempo de entrega debido a que no se dedican exclusivamente a la confección de trajes formales.
- ❖ La mayor parte de los sastres encuestados se dedica a la confección de trajes formales, así como de vestido de fiesta lo cual indica que no se dedican a la confección de un solo producto, de igual forma los factores que determinan la demanda que tienen las sastrerías son el diseño y la calidad.
- ❖ Según los sastres la confección de un traje formal se encuentra entre \$15 y \$20 dólares y que el factor que más determina el precio es la calidad.

- ❖ Se determinó que la frecuencia con la que los sastres elaboran trajes formales es mensual y que la distribución de los mismos es de manera directa; considerando que los factores que determinan que un cliente deje de visitar una sastrería para la confección de sus trajes son el precio y la falta de un buen servicio.
  
- ❖ De acuerdo a los sastres encuestados estos confeccionan mensualmente entre diez y veinte trajes formales, mientras que el tiempo que tardan en entregar los trajes es de tres semanas y consideran como mayor limitante para mejorar su negocio la falta de recursos económicos.
  
- ❖ Según los sastres encuestados es necesaria la creación de un taller de corte y confección de trajes formales, debido a que no existe y que la mejor ubicación es el centro de la ciudad de San Miguel.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la creación de un taller de corte y confección de trajes formales que encuentre ubicado en el centro de la ciudad de San Miguel, para una mejor accesibilidad ya que cubriría la necesidad de los empleados del sector público y privado.
- El taller de corte y confección deberá mantener un precio estándar por la confección de un traje formal que oscile entre los \$15 y \$20 dólares con un tiempo promedio de entrega de una o dos semanas para poder posicionarse en el mercado.
- Se recomienda que el taller de corte y confección de trajes formales brinde calidad y mejores diseños en sus trajes ya que estos son factores determinantes para que los empleados acudan a una sastrería.
- Es necesario que el taller de corte y confección cuente con servicios adicionales a los que brinda una sastrería actualmente, tales como: servicio a domicilio, variedad de telas para la confección de trajes, así como pasarelas de modas.

- El taller de corte y confección deberá prestar un mejor servicio que el que brindan las sastrerías actualmente, mejorando el tiempo de entrega de los trajes formales.
- Se recomienda que el taller de corte y confección, elabore trajes formales así como también vestidos de fiesta y al elaborarlos tomar en cuenta los factores de diseño y calidad.
- Se recomienda que el precio para la confección de un traje formal este entre quince y veinte dólares, ya que según la opinión de los propietarios de sastrería son precios que están al alcance de la mayoría de los empleados.
- Que el taller de corte y confección distribuya de manera directa los trajes formales ofreciendo un precio accesible para posicionarse en el mercado y tener una mayor demanda.
- Se recomienda que para su creación el local a alquilar para la ubicación del taller de corte y confección se de una planta, y al posicionarse en el mercado expandir sus instalaciones a una segunda planta para la ubicación de un salón de usos múltiples donde se harían las pasarelas de modas.

## **CAPITULO VI**

### **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER DE CORTE Y CONFECCIÓN DE TRAJES FORMALES PARA EMPLEADOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO DE LA CIUDAD DE SAN MIGUEL”**

#### **INTRODUCCIÓN**

La evaluación del proyecto presenta la factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales; en el estudio de mercado se analiza la demanda, oferta, precio y la comercialización con sus respectivas proyecciones.

Al terminar esta primera parte se deberá tener una visión clara de las condiciones del mercado en el sector de la confesión, que permita decidir si es conveniente el desarrollo del proyecto.

Con la finalidad de obtener información convincente para las proyecciones, se realizó una visita de campo a los principales elementos claves en la información dentro de los cuales se destacan propietarios de sastrerías confeccionistas individuales y empleados del sector público y privado quienes proporcionaron parte de la información necesaria para la realización del proyecto.

En la propuesta de factibilidad de la creación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado de la ciudad de San Miguel, describiendo el proyecto realiza un análisis de la demanda así como el mercado potencial y se determina la necesidad insatisfecha de igual forma se analiza la oferta existente en el mercado y un análisis de los precios que estos ofrecen para así poder determinar nuestro precio de venta.

Se elaboró un estudio técnico donde se determinó la localización óptima de la empresa, la cual se hizo por medio del método de localización por puntos ponderados resultando la mejor ubicación el centro de la ciudad de San Miguel.

Se describe la ubicación del proyecto presentando el plano de ubicación y el de la distribución del local.

En la ingeniería del proyecto se describe el proceso de producción y se realiza la distribución en planta. Se lleva a cabo la organización y requerimiento humano a través del organigrama de la empresa y la descripción de puestos.

En la evaluación económica se realiza una estimación de la inversión en cuanto a los costos totales de producción y gastos de operación.

Por último se detallan todos los aspectos legales a cumplir para la creación del taller de corte y confección.

## **6.1 NOMBRE DEL PROYECTO**

Creación de un taller de corte y confección para empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel.

## **6.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto consiste en proponer la creación de un taller de corte y confección para trajes formales que comprenden el alquiler de un local de un nivel, el cual contará con seis salas, un almacén de materia prima, un área de producción, oficinas administrativas, sala de recepción, área de estacionamiento para clientes, y servicios sanitarios. Con la distribución propuesta en la obra física se espera brindar un buen servicio en la elaboración de trajes formales, así como asistencia técnica a los propietarios de las sastrerías.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

En base al análisis de la información obtenida con los propietarios de sastrerías y empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel se encuentra la necesidad de creación de un taller de corte y confección de trajes formales ya que en la ciudad de San Miguel existen muchas empresas con gran número de empleados y así fomentar el desarrollo e inversión de la ciudad para contribuir y asesorar técnicamente las sastrerías ya existentes, por lo tanto el estudio tendrá validez en que está orientado a contribuir al desarrollo de la ciudad.

De acuerdo a las consideraciones de los resultados obtenidos en la investigación de campo (nº 13 y nº 2) en la que un 90% de los encuestados consideran necesario la creación de un taller de corte y confección en la ciudad de San Miguel la cual se puede justificar técnica, social y económicamente factible destinada a recursos para el desarrollo del proyecto en dichas ciudad.

## **6.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

De la información recopilada a través de las encuestas realizadas en la ciudad de San Miguel, se determinó que actualmente el 92% de los empleados del sector público y privado utiliza trajes formales en su lugar de trabajo, además el 94% de los empleados están dispuestos a asistir a una sastrería para la confección de sus trajes formales, lo que significa que existe un mercado potencial para el taller de corte y confección de la ciudad de San Miguel.

### **6.4.1 MERCADO POTENCIAL.**

A través de los resultados obtenidos se determinó que existe un mercado potencial para el taller de corte y confección de la ciudad de San Miguel ya que muchos empleados manifestaron estar interesados en asistir a un taller de corte y confección, debido a que actualmente no existe un lugar en el que les confeccionen un traje formal con rapidez.

El mercado de consumo está integrado por todos aquellos empleados del sector público y privado que desean confeccionar sus trajes formales, que cuenten con la capacidad económica para pagar la confección del producto.

El mercado organizacional está integrado por todas aquellas empresas que estén interesados en adquirir un contrato con el taller para la confección de los trajes de

los empleados, así como también colegios, personas que deseen vestido de fiesta rosa, vestidos de noche, etc.

#### **6.4.2 DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD INSATISFECHA.**

Aunque parte de los empleados del sector público y privado de la ciudad de San Miguel, adquieren sus trajes en almacén por razones de facilidad de obtención, diseño, telas, etc. Existe también un porcentaje considerado de empleados que asisten a una sastrería u otros lugares para la confección de sus trajes ya sea por que son conocidos, se los recomiendan o por que se trata de un familiar.

Pueden existir diferentes sastrerías que se dedican a la confección de prendas de vestir pero pocas se dedican exclusivamente a la confección de trajes formales, lo cual se debe a que confeccionan otro tipo de productos, por lo que la entrega y calidad de los trajes no es la esperada por los empleados.

El interés de los empleados del sector público y privado en asistir a un taller de corte y confección demuestra que este mercado en la ciudad de San Miguel no se encuentra satisfecho en su totalidad.

Esta necesidad consiste en el deseo que poseen los empleados del sector público y privado de que sus trajes sean confeccionados con el mejor diseño, calidad y

rapidez en la entrega; lo cual se pretende satisfacer con creación de un taller de corte y confección de trajes formales.

Sin embargo, para incrementar esta necesidad y convertirlo en una demanda real es necesario motivar a los empleados a través de estrategia mercadológicas como: el diseño de un producto de calidad, así como establecer precios de acorde al nivel de ingreso de los empleados, servicios adicionales como lo son la disposición de una gran variedad de telas y pasarelas de modas de trajes ya confeccionados.

## **6.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

La oferta de la confección en la ciudad de San Miguel es de libre mercado ya que la participación en este, está determinado por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor y se caracteriza por que ninguna sastrería domina el mercado.

En la ciudad de San Miguel no existe un taller que se dedique exclusivamente a la confección de trajes formales pero si existen sastrerías que se dedican a la confección en general.

## **SASTRERÍAS DE LA CIUDAD DE SAN MIGUEL.**

Almacenes Sinai

Creaciones y variedades Paty

Bazar Casino

Confecciones Stefani

Bazar ensueño primaveral

A continuación se presentan los precios de la competencia:

<b>EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA CONFECCIÓN DE TRAJES FORMALES.</b>	<b>PRECIOS DE LOS TRAJES FORMALES</b>
Almacenes Sinai	\$15.00 y \$20.00
Creaciones variedades Paty	\$14.00
Bazar Casino	\$17.00
Confecciones Stefany	\$14.00
Bazar Ensueño Primavera	\$20

Los principales competidores aquí citados son aquellos que cuentan con presencia fuerte en el mercado de la ciudad de San Miguel. La mayoría de estas sastrerías confeccionan todo tipo de ropas como: vestidos de fiesta, vestidos de novia, uniformes, así como trajes formales, es decir no se dedican a un solo tipo de

confección. En base a los resultados de las encuestas se determinó que el precio de un traje se encuentra entre \$15.00 y \$20.00.

## **6.6 ANÁLISIS DE PRECIO.**

El precio actualmente por la confección de un traje formal se encuentra entre \$15.00 y \$20.00 y está determinado por la calidad y el diseño.

### **6.6.1 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

El precio del traje formal en la ciudad de San Miguel se determina de acuerdo a los precios establecidos por la competencia, así como también la información recabada en la investigación.

Actualmente los precios establecidos por la competencia se encuentran entre \$15.00 y \$20.00.

De acuerdo a los resultados obtenidos el precio que los empleados están dispuestos a pagar por la confección de un traje, oscila entre \$15.00 y \$20.00, no obstante estos manifestaron estar dispuestos a pagar mas si el producto cumple con expectativas de mejor calidad, buen diseño y servicios adicionales como: telas para la confección de los trajes, pasarelas y servicios a domicilios.

## **6.7 ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.**

Las sastrerías existentes actualmente en la ciudad de San Miguel entregan sus productos de forma directa ya que le evita menores gastos lo que indica que el canal a utilizar será: Minoristas-Consumidor final.

Este canal es el mas adecuado para comenzar el taller ya que en los inicios no se pueden invertir grandes cantidades de dinero; se podrá pensar en expandir el canal de distribución cuando el taller de corte y confección ya posicionado en el mercado.

## **6.8 ESTUDIO TÉCNICO**

### **6.8.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA**

Para definir la mejor ubicación del Taller de Corte y Confección se hace necesario tomar en cuenta las limitantes en cuanto a localización como lo son la disponibilidad de la materia prima; en el estudio de mercado el 61.8% consideró que la mejor ubicación para el taller seria el centro de la ciudad de San Miguel. Pero se hace necesario evaluar esto con las demás opciones que son: Metrocentro, Plaza Chaparrastique y Plaza Goldtree; considerando los factores que son determinantes para la localización del taller. Para lo cual se hace necesario la utilización de:

### 6.8.1.1 MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS.

Para realizar este método se requiere mencionar determinados factores, que benefician o perjudican la ubicación de el taller, a estos se les asigna un peso.

Los factores y los pesos asignados se muestran en la siguiente tabla:

Nº	FACTOR	PESO
1	Disponibilidad de materia prima	0.30
2	Cercanía para los consumidores	0.30
3	Accesibilidad ( Energía eléctrica, agua potable)	0.10
4	Transporte	0.20
5	Prestigio de la zona	0.10

El peso de los factores es considerado de acuerdo a la importancia de cada uno de ellos para la mejor ubicación del taller.

FACTOR	PESO	CALIFICACION			CALIFICACION PONDERADA		
		CENTRO	METROCENTRO	PLAZA CHAPARRASTIQUE	CENTRO	METROCENTRO	PLAZA CHAPARRASTIQUE
1	0.30	10	8	7	3.00	2.40	2.10
2	0.30	9	9	8	2.70	2.70	2.40
3	0.10	9	9	9	0.90	0.90	0.90
4	0.20	8	9	9	1.60	1.80	1.80
5	0.10	8	9	9	0.80	0.90	0.90
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>				<b>9.00</b>	<b>8.70</b>	<b>8.10</b>

**Nota:** La calificación de 10 se asigna si la satisfacción de un factor es total y disminuye proporcionalmente con base a este criterio.

De la tabla anterior resulta que el lugar más adecuado para la ubicación del taller de corte y confección es el centro de la ciudad de San Miguel ya que fue la que obtuvo la mayor calificación ponderada, como sugerencia se elabora la localización así como la distribución óptima de la planta.

## **6.9 LOCALIZACIÓN**

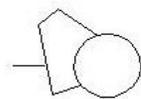
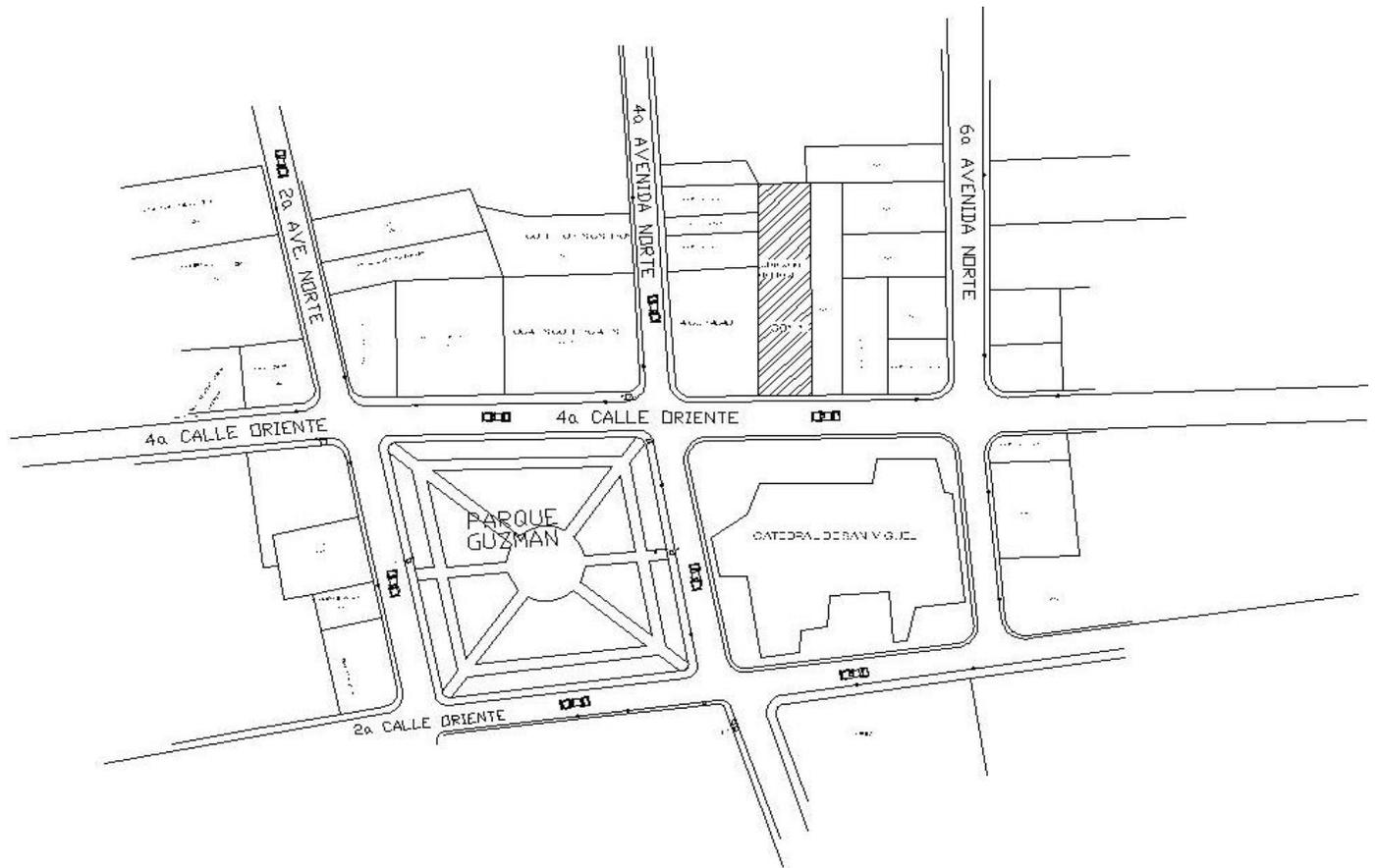
Para establecer una distribución eficiente del taller que esté acorde con las necesidades de proceso de producción de trajes formales es importante que se evalúen diferentes aspectos cuantitativos y cualitativos que sugieran un mayor grado de incertidumbre, las condiciones adecuadas en las que pueda operar el proyecto y que genere la funcionalidad óptima de producción.

## **6.10 DESCRIPCIÓN DE LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO.**

Se sugiere que el taller de corte y confección de trajes formales se encuentre ubicado en el departamento y Ciudad de San Miguel, sobre la cuarta calle oriente nº 303 contiguo a La Curacao centro.

## **6.11 ZONA DE LOCALIZACIÓN.**

# **PLANO DE UBICACIÓN:**



Plano de Ubicación de la Empresa

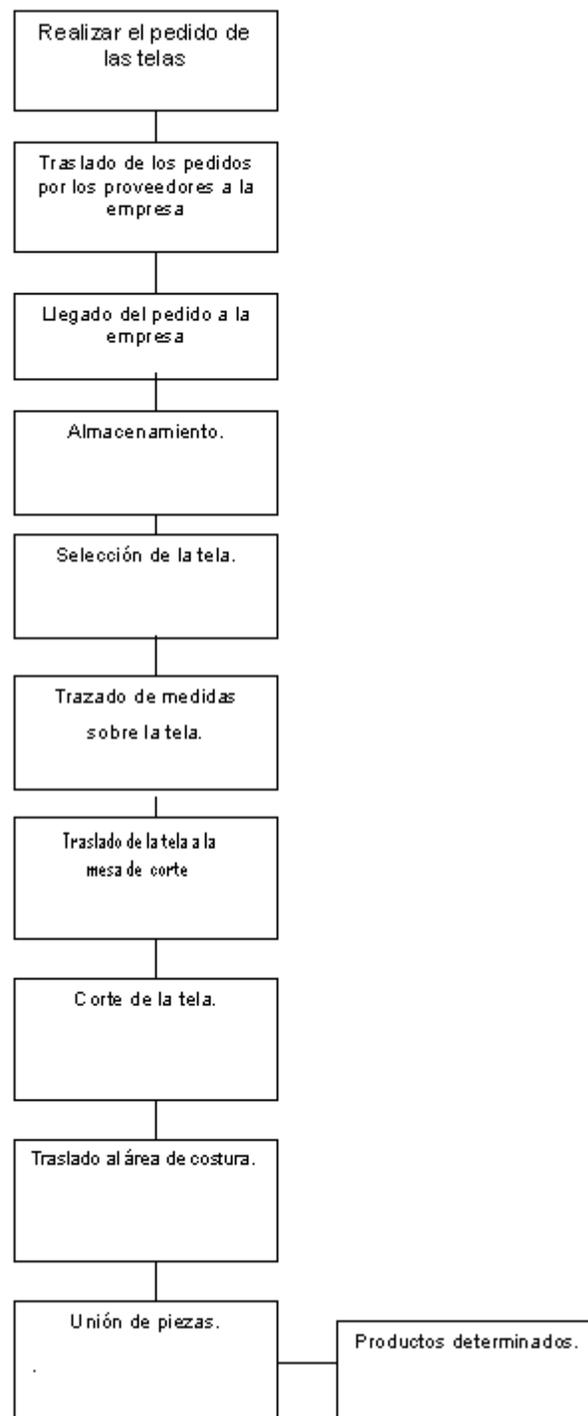
Sin Escala

## 6.12 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Proceso de producción de trajes formales:

- ✓ Realizar el pedido de las telas.
- ✓ Traslado de los pedidos por los proveedores a la empresa.
- ✓ Llegado del pedido a la empresa.
- ✓ Demora
- ✓ Revisión de las telas.
- ✓ Traslado del pedido a la bodega.
- ✓ Almacenamiento.
- ✓ Selección de la tela.
- ✓ Traslado de la tela a la mesa de cortado.
- ✓ Trazado de medidas sobre la tela.
- ✓ Corte de la tela.
- ✓ Traslado al área de costura.
- ✓ Unión de piezas.
- ✓ Productos determinados.

## DIAGRAMA DE BLOQUES DE PROCESO



### 6.13 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

El proyecto se refiere al establecimiento de un taller de corte y confección. La distribución se hará a través del método de distribución sistemática de las instalaciones del taller (SLP) el cual consiste en obtener un diagrama de relación de actividades, el cual esta constituido por dos códigos:

1. Código de cercanía representado por letras y por líneas. Representa la necesidad de cercanía de dos áreas.
2. Código de razón, representado por números, cada número representa el porqué se decide que una área este cerca o lejos de otra.

#### Código de Cercanía

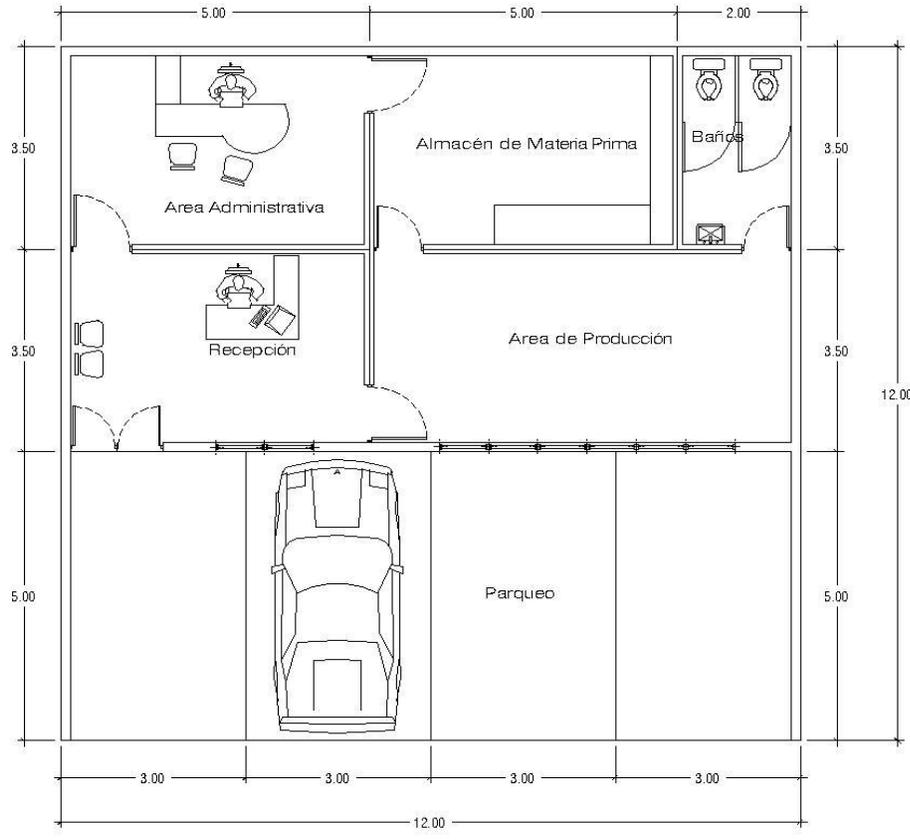
Letra	Cercanía	Nº de líneas
A	Absolutamente necesario	_____
E	Muy importante	_____
I	Importante	_____
O	Común	_____
U	Sin importancia	_____
X	Indeseable	<i>MMMMMMMMMMMMMMMM</i>

## CODIGO DE RAZONES

<b>Nº</b>	<b>RAZON</b>
1	Por control
2	Por proceso
3	Por higiene
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

### 6.14 DIAGRAMA GENERAL DE RELACION DE ACTIVIDADES

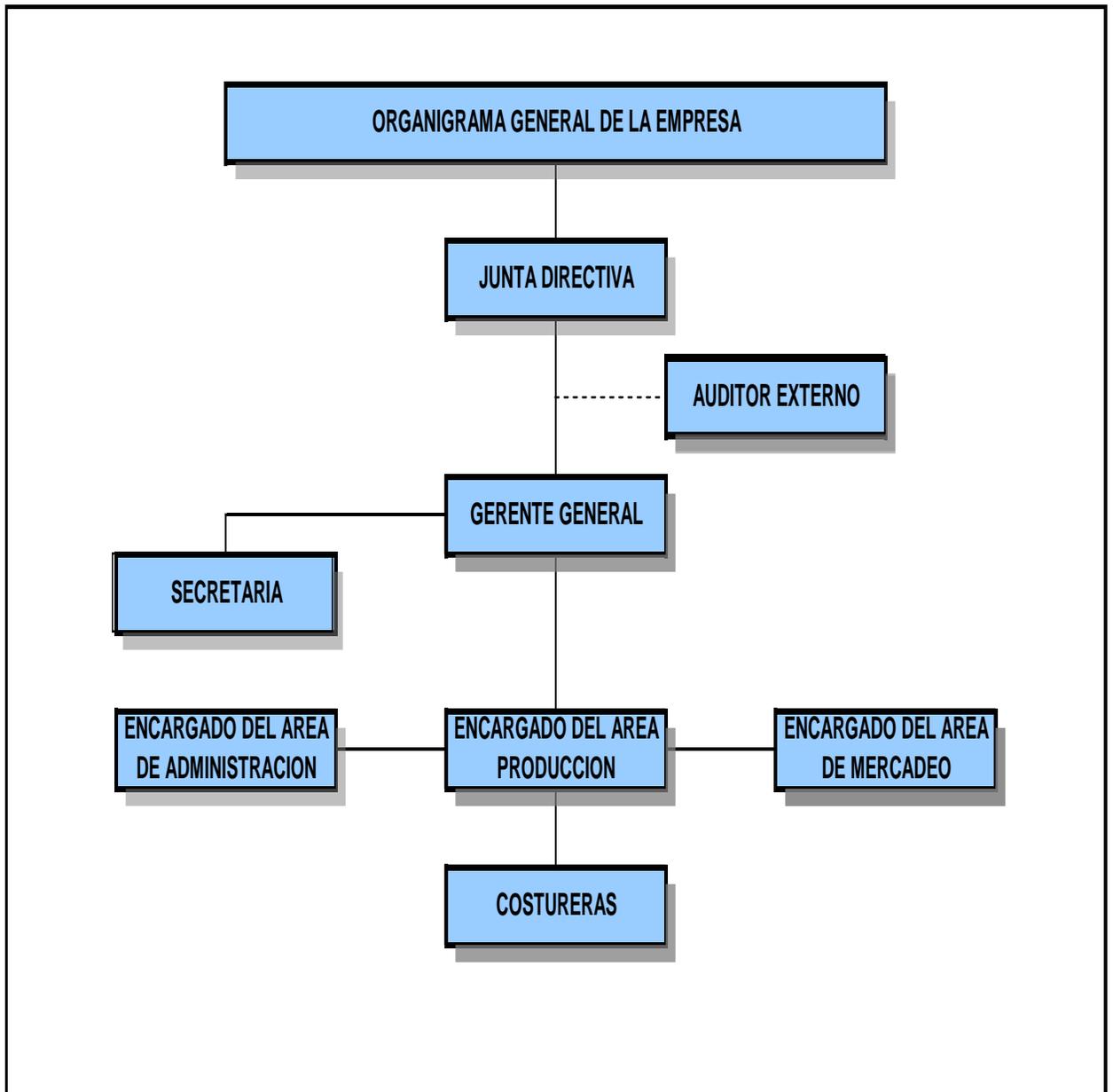
<b>1.Oficinas Administrativas</b>
<b>2. Producción</b>
<b>3.Almacén de materia prima</b>
<b>4. Recepción</b>
<b>5.Servicios sanitarios</b>
<b>6.Estacionamiento</b>



Planta Arquitectónica de La Empresa

Esc; 1:100

## 6.15 ORGANIZACIÓN Y REQUERIMIENTOS HUMANOS



## 6.15.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTO SEGÚN ORGANIGRAMA

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN:** Gerencia General.

### **FUNCIÓN GENERAL:**

Planear cómo organizar y coordinar el proceso administrativo de las diferentes áreas de la empresa para la respectiva toma de decisiones.

### **FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Llevar a cabo control del proceso administrativo.
- ❖ Elaborar la plantación de las actividades que realiza en cada periodo.
- ❖ Autorización de compra de proveedores.
- ❖ Preparar programa de capacitación a empleados.
- ❖ Mantener contacto periódico con ventas acerca de las actividades que realizan.
- ❖ Implementar y llevar a cabo proceso de selección y contratación de personal.
- ❖ Otras actividades relacionadas con el puesto.

### **REQUISITOS INTELECTUALES**

- ❖ Lic. En Administración de empresas.
- ❖ Conocimientos sobre sistemas informáticos.
- ❖ Experiencia dos años mínimos.
- ❖ Visionario, emprendedor, Dotes de liderazgo, proactivo y responsable.

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN: Secretaria**

**FUNCIÓN GENERAL:**

Asistir y mantener un control ordenado entre las oficinas de la empresa, referente a documentos importantes papeleo y coordinación de la información trascendente con la gerencia y otras áreas de la empresa.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Controlar la entrada y salida de los empleados.
- ❖ Llevar control de salida, archivar documentos de compras y ventas.
- ❖ Llevar control de inventario mediante tarjetas de control, recibir información y transmitir a la gerencia otras actividades relacionadas al puesto.

**REQUISITOS INTELECTUALES**

- ❖ Bachiller en comercio opción secretariado.
- ❖ Experiencia no indispensable.
- ❖ Manejo de sistemas informáticos.
- ❖ Proactivo, entusiasta, amable y responsable.

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN:** Encargado del Área Administrativa.

**FUNCIÓN GENERAL:**

Supervisión de actividades administrativas y financieras en la empresa, encargada del manejo de efectivo, coordinación de información administrativa y financiera con otras unidades y revisión de la misma.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Coordinación de la información administrativa de la empresa.
- ❖ Manejo de efectivo de la empresa.
- ❖ Coordinar información financiera de la gerencia.
- ❖ Preparar estados financieros.
- ❖ Otras actividades relacionadas con el cargo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- ❖ Lic. En Administración de Empresas o Contaduría Pública, egresado, estudiante de tercer año como mínimo.
- ❖ Manejo adecuado del área de contabilidad.
- ❖ Conocimiento de leyes y reglamentos de la actividad comercial e industrial del país.
- ❖ Experiencia dos años mínimos.
- ❖ Responsable, honesto, real, proactivo, visionario, y capacidad de análisis.
- ❖ Manejo de sistemas informáticos.

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN:** Encargado del Área de Producción.

**FUNCIÓN GENERAL:**

Supervisión de actividades productivas en la empresa, encargada del manejo de inventarios, órdenes de producción, coordinación de información productiva con otras unidades y revisión de la misma.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Coordinación de la información productiva de la empresa.
- ❖ Manejo de inventarios de la empresa.
- ❖ Coordinar información productiva a la gerencia.
- ❖ Preparar inventarios.
- ❖ Otras actividades relacionadas con el cargo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- ❖ Lic. En Administración de Empresas, egresado, estudiante de tercer año como mínimo.
- ❖ Manejo adecuado del área de productiva.
- ❖ Experiencia dos años mínimos.
- ❖ Responsable, honesto, real, proactivo, visionario, y capacidad de análisis.
- ❖ Manejo de sistemas informáticos.

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN:** Encargado del Área de Mercadotecnia.

**FUNCIÓN GENERAL:**

Supervisión de actividades de marketing en la empresa, encargada del manejo de publicidad, promoción, compras, ventas y relaciones públicas, coordinación de información de mercadotecnia con otras unidades y revisión de la misma.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Coordinación de la información de mercadotecnia de la empresa.
- ❖ Manejo de las relaciones públicas, ventas y compras de la empresa.
- ❖ Coordinar información de mercadotecnia con la gerencia.
- ❖ Preparar las actividades de promoción.
- ❖ Otras actividades relacionadas con el cargo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- ❖ Lic. En Mercadotecnia, estudiante de tercer año como mínimo.
- ❖ Manejo adecuado del área de mercadotecnia.
- ❖ Experiencia dos años mínimos.
- ❖ Responsable, honesto, real, proactivo, visionario, y capacidad de análisis.
- ❖ Manejo de sistemas informáticos.

**NOMBRE DEL ELEMENTO DE LA ORGANIZACIÓN: Costurera**

**FUNCIÓN GENERAL:**

Llevar a cabo el medido, trazado, corte y confección de los trajes.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS:**

- ❖ Tomar las medidas, trazar las medidas sobre la tela para el corte, realizar el corte de cada una de las piezas, unir todas las piezas para la confección del traje, revisar el traje ya terminado.
- ❖ Otras actividades relacionadas con el cargo.

**REQUISITOS INTELECTUALES:**

- ❖ Estudios a nivel de Bachillerato.
- ❖ Conocimientos en corte y confección.
- ❖ Manejo de máquina rana y plana.
- ❖ 3 años de experiencia en puestos similares.
- ❖ Disponibilidad de horarios

## 6.16 EVALUACIÓN ECONÓMICA

### 6.16.1 GASTOS DE MANO DE OBRA

Es necesario manejar una cuantificación correcta de costos tanto para la inversión inicial como de los costos de mano de obra necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Los gastos de mano de obra necesarios para iniciar operaciones.

### CUADRO RESUMEN DE SALARIO

NOMBRE/ PUESTO	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	TOTAL MENSUAL	SALARIO ANUAL
GERENCIA	1	\$571.43	\$571.43	\$6857.16
SECRETARIA	1	\$200	\$200	\$2400
ENCARGADO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	1	\$285.71	\$285.71	\$3428.52
ENCARGADO DEL ÁREA PRODUCTIVA	1	\$285.71	\$285.71	\$3428.52
ENCARGADO DEL ÁREA DE MERCADOTECNIA	1	\$285.71	\$285.71	\$3428.52
COSTURERA	3	\$180	\$540	\$6480
TOTAL	6	\$1808.56	\$2158.56	\$26022.72

## 6.17 ESTIMACIÓN DE INVERSIONES

### 6.17.1 COSTO DE EQUIPO:

Activos fijos requeridos en el proceso son la maquinaria y equipo, los cuales facilitan las actividades productiva de los operarios, reduciendo su esfuerzo físico y el tiempo empleado para llevar a cabo las funciones de su cargo. Los requerimientos de equipo quedan establecidos así:

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>		
5 Escritorio	\$250.00	\$1250.00
5 Silla para oficina	\$25.00	\$125.00
1 Un archivero	\$100.00	\$100.00
1 Computadora	\$ 700.00	\$700.00
1 Oasis	\$375.00	375.00
2 Ventiladores	\$12.00	\$24.00
5 Sillas Plásticas	\$4.00	\$20.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$1,466.00</b>	<b>\$2,594.00</b>
<b>EQUIPO DEL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>		
2 Mesas de madera	\$25.00	\$50.00
3 Maquinas planas	\$275.00	\$825.00
1 Maquina rana	\$300.00	\$300.00
3 Sillas	\$6.00	\$18.00
3 Tijeras	\$25.00	\$75.00
Accesorios ( hilos, botones, agujas, zipper)	\$20.00	\$80.00
3 Cintas métricas	\$3.00	\$9.00
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$654</b>	<b>\$1,357.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,110</b>	<b>\$3,951.00</b>

### 6.17.2 COSTO DE PRODUCCIÓN

<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>MESES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>	<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>
<b>MANO DE OBRA</b>					
TRES OPERARIOS	SALARIO	12	\$180.00	\$540.00	\$6,480.00
<b>CIF</b>					
ENERGIA ELECTRICA	MENSUAL	12	\$35.00	\$35.00	\$420.00
AGUA	MENSUAL	12	\$25.00	\$25.00	\$300
TELEFONO	MENSUAL	12	\$20.00	\$20.00	\$240
ALQUILER	MENSUAL	12	\$700.00	\$700.00	\$8,400
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>\$1,060</b>	<b>\$1,420.00</b>	<b>\$15,840</b>

En el costo de producción se incluye el costo de mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF) que incluyen el alquiler del local.

### 6.17.3 GASTOS DE OPERACIÓN

En los gastos de operación se consideran los sueldos y salarios de los empleados del área de ventas, de administración, así como las respectivas retenciones legales (AFP e ISSS) y las prestaciones a las cuales tienen derecho los empleados de la empresa.

### 6.17.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CARGO	Nº DE EMPLEADOS	SALARIO ANUAL	RETENCIONES			SUELDO LIQUIDO
			AFP 6.25%	ISSS 6.75%	TOTAL	
GERENTE GENERAL	1	\$6,857.14	\$428.57	\$462.86	\$891.43	\$5,965.71
SECRETARIA	1	\$2,220	\$138.75	\$149.35	\$288.6	\$1,931.4
ENCARGADO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	1	\$3,428.57	\$214.29	\$231.43	\$445.72	\$2,982.85
ENCARGADO DEL ÁREA PRODUCTIVA	1	\$3,428.57	\$214.29	\$231.43	\$445.72	\$2,982.85
ENCARGADO DEL ÁREA DE MERCADOTECNIA	1	\$3,428.57	\$214.29	\$231.43	\$445.72	\$2,982.85
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$12,505.71</b>	<b>\$781.61</b>	<b>\$844.14</b>	<b>\$1,625.75</b>	<b>\$10,879.86</b>

### GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

### (VACACIONES Y AGUINALDO)

CARGO	Nº DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	65%(VACACIÓN)	AGUINALDO	TOTAL
GERENTE GENERAL	1	\$571.43	\$371.43	\$200	\$571.43
SECRETARIA	1	\$200	\$130	\$70	\$200
ENCARGADO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	1	\$285.71	\$185.71	\$99.99	\$285.71
ENCARGADO DEL ÁREA PRODUCTIVA	1	\$285.71	\$185.71	\$99.99	\$285.71
ENCARGADO DEL ÁREA MERCADOTECNIA	1	\$285.71	\$185.71	\$99.99	\$285.71
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>				<b>\$1,628.56</b>

Para el cálculo de la vacación se tomará el 65% del salario mensual y para el aguinaldo el 35%.

#### **6.18 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$19.791.00
COSTO DE OPERACIÓN	\$12,508.42
TOTAL	\$32,299.42

## **6.19 ASPECTOS LEGALES.**

### **6.19.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.**

La empresa puede ser constituida como una sociedad de personas según lo dispuesto en el Art. 18 del Código de Comercio, constituida como sociedad de responsabilidad limitada.

La Escritura Social Constitutiva deberá contener según lo dispuesto en el Art.22 del Código de Comercio:

I- Nombre, edad, ocupación. Nacionalidad y domicilio de las personas naturales; y nombre, naturaleza, nacionalidad y domicilio de las personas jurídicas, que integran la sociedad.

II- Domicilio de la sociedad que se constituye.

III- Naturaleza.

IV- Finalidad.

V- Razón social o denominación, según el caso.

VI- Duración o declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado.

VII- Importe del capital social; cuando el capital sea variable se indicará el Mínimo.

VIII- Expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes, y el valor atribuido a éstos.

IX- Régimen de administración de la sociedad, con expresión de los nombres, facultades y obligaciones de los organismos respectivos.

X- Manera de hacer distribución de utilidades y, en su caso, la aplicación de pérdidas, entre los socios.

XI- Modo de constituir reservas.

XII- Bases para practicar la liquidación de la sociedad: manera de elegir liquidadores cuando no fueren nombrados en el instrumento y atribuciones ~ obligaciones de éstos.

Además de los requisitos aquí señalados, la escritura deberá contener los especiales que para cada clase de sociedad establezca este Código.

El Art. 101 Del Código de Comercio estipula que la sociedad de responsabilidad limitada puede constituirse bajo razón social o bajo denominación social. La razón social se forma con el nombre de uno o más socios y la denominación se forma libremente, pero debe ser distinta a la de cualquier sociedad existente, para el caso de la empresa estará bajo esa denominación.

## **6.19.2 LOCALIZACIÓN**

### **6.19.2.1 REGISTRO DE MARCAS DE EL SALVADOR.**

La propiedad intelectual es un activo cada vez más valioso para sus dueños, el desarrollo de una marca, su lanzamiento en el mercado, las innovaciones, inventos o derechos de propiedad sobre una creación humana realizada con esfuerzo, merece y debe ser protegida y asegurada de usos deshonestos para terceros que no han invertido nada y únicamente desean lucrarse del trabajo ajeno.

La marca es todo signo, palabra o combinación de palabras o cualquier otro medio gráfico o material, que por sus caracteres especiales es susceptible de distinguir claramente los productos, mercancías o servicios de la misma especie o clase, pero de diferente titular.

En El Salvador, una marca tiene un plazo de duración de 10 años, que podrán ser renovados para otros términos iguales indefinidamente llenándose los requisitos legales correspondientes.

#### **6.19.2.2 PROCESO PARA REGISTRAR UNA MARCA.**

1. Hacer una búsqueda de anterioridades del nombre que desea registrar para Identificar si existen marcas inscritas o presentadas idénticas o similares utilizándolas para productos, empresas o servicios.
2. Que la marca u otro signo no debe ir en contra de la moral y las buenas costumbres.

#### **6.19.2.3 TARIFAS E INFORMACIÓN PARA LA APLICACIÓN DEL REGISTRO DE UNA MARCA.**

Para facilitar la aplicación de registro de marcas y protegerse de la piratería y otras formas de competencia desleal, se debe incurrir en ciertos costos, tales como

#### **6.19.2.4 TARIFA DE GASTOS Y HONORARIOS POR APLICACIÓN DE REGISTRO DE MARCA**

1-	Impuestos por derechos de registro	USD \$	100.00
2-	Publicación en el Diario Oficial	USD \$	35.00
3-	Búsqueda de Novedad	USD \$	42.00
4-	Publicación en Periódico de circulación Nacional	USD \$	38.00
5-	Legalización e inscripción de poder	USD \$	45.00
6-	Gastos de comunicación y correspondencia	USD \$	250.00
	TOTAL de Gastos	USD \$	300.00
	Total de Gastos y Honorarios	USD \$	550.00

#### **6.19.3 LEYES QUE REGULAN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL.**

##### **La Constitución de la República**

Establece que el trabajo es una función social que el Estado empleará todos los recursos que estén de su alcance para proporcionar ocupación al trabajador. Art. 37 de la Constitución de la Republica.

## **Código de Trabajo**

El Contrato Individual de Trabajo: Establece que es aquél que establece que una o varias personas se obligan a ejecutar una obra, o a prestar un servicio, a uno o varios patronos. Institución, entidad o comunidad de cualquier clase, bajo la dependencia de éstos y mediante un salario. Según el art. 17 del C.T.

El contenido de dicho contrato, el cual es:

Nombre, apellido, sexo, edad, estado civil, profesión u oficio, domicilio, residencia y nacionalidad de cada contratante; Número, lugar y fecha de expedición del Documento Único de Identidad personal de los contratantes.

### **6.19.3.1 PRESTACIONES SOCIALES A LOS TRABAJADORES.**

#### **6.19.3.2 VACACIONES.**

Se establece que después de un año de trabajo continuo en la misma empresa o establecimiento o bajo la dependencia de un mismo patrono, los trabajadores tendrán derecho a un período de vacaciones cuya duración será de quince días, los cuales serán remunerados con una prestación equivalente al salario ordinario correspondiente a dicha lapso más un 10% del mismo. Según el art. 177 del C.T.

La remuneración en concepto de vacaciones debe pagarse inmediatamente antes de que el trabajador empiece a gozarlas y cubrirá todos los días que quedaren comprendidos entre la fecha en que se va de vacaciones y aquéllas en que deba volver al trabajo. Según el art. 185 del C.T.

### **6.19.3.3 AGUINALDO.**

Todo patrono está obligado a dar a sus trabajadores. en concepto de aguinaldo, una prima por cada año de trabajo. Según el art. 196 del C.T.

Los patronos estarán obligados al pago completo de la prima en concepto de aguinaldo, cuando el trabajador tuviere un año o más de estar a su servicio. Los trabajadores que al día doce de diciembre no tuvieran un año de servir a un mismo patrono, tendrán derecho a que se les pague la parte proporcional al tiempo laborado de la cantidad que les habría correspondido si hubieren completado un año de servicios a la fecha indicada. Según el art. 197 del C.T.

La prima que en concepto de aguinaldo debe entregarse a los trabajadores que tienen derecho a ella, deberá pagarse en el lapso comprendido entre el doce y el veinte de diciembre de cada año. Según el art. 200 del C.T.

#### **6.19.4 PREVISIÓN Y SEGURIDAD SOCIAL.**

La prestación y seguridad social son prestaciones que toda empresa proporciona a sus empleados las cuales son:

##### **6.19.4.1 PRESTACIONES POR ENFERMEDAD**

Se refiere a aquellos casos en que se suspende el contrato individual por enfermedad o accidente común del trabajador, y el patrono esta obligado a pagarle, mientras dure la enfermedad y hasta el restablecimiento de aquél, una cantidad equivalente al setenta y cinco por ciento de su salario básico. Según el art. 308 del C.T

##### **6.19.4.2 PRESTACIONES POR MATERNIDAD.**

El patrono está obligado a dar a la trabajadora embarazada, en concepto de descanso por maternidad, doce semanas de licencia, seis de las cuales se tomarán obligatoriamente después del parto; y además, a pagarle anticipadamente una prestación equivalente al setenta y cinco por ciento del salario básico durante

dicha licencia. Para gozar de dicha licencia solamente deberá presentar una constancia médica. Según los art. 309,310 y 311 del C.T

#### **6.19.4.3 AYUDA EN CASO DE MUERTE DEL TRABAJADOR.**

En caso de muerte del trabajador. el patrono queda obligado a entregar inmediatamente a las personas que dependían económicamente de aquél, prefiriéndolas por el orden en que las hubiere enumerado en su contrato la cual será una cantidad equivalente a sesenta días de salario básico; Según el art. 313 del C.T

#### **6.19.5.1 SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.**

Todo patrono debe adoptar y poner en práctica medidas adecuadas de seguridad e higiene en los lugares de trabajo, para proteger la vida, la salud y la integridad corporal de sus trabajadores, especialmente en lo relativo a: Las operaciones y procesos de trabajo, El suministro, uso y mantenimiento de los equipos de protección personal: Las edificaciones, instalaciones y condiciones ambientales. Según el art. 314 de C.T.

#### **6.19.5.2 RIESGOS PROFESIONALES.**

Se entienden por riesgos profesionales, los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales a que están expuestos los trabajadores a causa, con ocasión, o por motivo del trabajo. Según el art. 317 del C.T.

Se consideran accidentes de trabajo los que sobrevengan al trabajador:

En la prestación de un servicio por orden del patrono o sus representantes, fuera del lugar y horas de trabajo, En el curso de una interrupción justificada o descanso del trabajo. así como antes y después del mismo, siempre y cuando la víctima se hallare en el lugar de trabajo o en los locales de la empresa o establecimiento, Al trasladarse de su residencia al lugar en que desempeñe su trabajo, o viceversa, en el trayecto, durante el tiempo y por el medio de transporte, razonables. Según el art. 317 del C.T.

Así como se entenderá comprendido en la definición de accidente de trabajo, todo daño que el trabajador sufra en las mismas circunstancias, en sus miembros artificiales y que les disminuya su capacidad de trabajo. Según el art. 318 del C.T.

## **6.20 LA LEGALIZACION DE UNA PERSONA JURIDICA EN EL SISTEMA LEGAL MERCANTIL DE EL SALVADOR.**

Una persona jurídica es una figura legal que permite la creación de una empresa por medio de una escritura pública elaborada por un notario, la cual debe estar inscrita en el registro de comercio.

Las personas jurídicas pueden ser: sociedades de capital de Personas, asociaciones, cooperativas y de servicio, fundaciones y cualquier otra figura jurídica que sea creada con escritura pública. La persona jurídica mas comúnmente empleada como figura mercantil es la de las sociedades de capital variable que se abrevian con las letras S.A. de C.V.

Para la creación de una sociedad solamente es necesario exhibir el 25% del capital que como mínimo de \$11,428.57 a continuación se describe en forma breve los pasos que una persona jurídica que se dedique al comercio, industria o servicio para firmar parte del sistema formal mercantil de El Salvador.

Pasos a seguir:

## PASO 1

### NACIMIENTO DE LA SOCIEDAD.

Se procede a la constitución de la escritura publica ante los abogado quien deberá entregarla debidamente inscrita en comercio.

#### *ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:*

- Presentar al registro de comercio tres nombres posibles de la sociedad.
- Estar constituida mínima por dos personas
- Presentación de fotocopias de DUI Y NIT de cada uno de las socios.
- Presentación de un cheque certificado con valor del 25% del capital social como mínimo.
- Definir la gira o la actividad principal a la que se dedicara la sociedad. ( no es limitante para realizar otras actividades licitas)

- Elaboración de la escritura por un abogado.
- Inscripción de la escritura en el centro nacional de registros de la sección comercio (Esta inscripción la hace el abogado)

## **PASO 2**

### **OBTENCIÓN DEL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT)**

Se procede a obtener el número de identificación tributaria en el ministerio de Hacienda, donde deberá presentar:

*ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:*

- Original y fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad
- Si el representante legal efectúa los trámites presentará:
- El documento único de identificación (DUI)
- Si esta gestión la realizara por medio de un representante o apoderada.

Tienen que llenar formularia proporcionada por esta misma dependencia y debe ser firmado por el notario que autentica la firma del documento.

### **PASO 3**

#### **OBTENCIÓN DEL NUMERO DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES.**

Se procede a obtener el número de registro único de contribuyentes (NRC), llenado el formulario F-210 proporcionado por el Ministerio de Hacienda. Si lo hace el representante legal personalmente deberá presentar: *ANEXANDO*

#### ***LOS.SIGUIENTES DOCUMENTOS:***

- La escritura de constitución o su DUI.
- Presentar un escrito firmado por el representante legal de la (F-210) empresa y autenticado por un abogado.
- FORMULARIO DE REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES)

### **PASO 4**

#### **REGISTRO EN LA ALCALDIA DEL DOMICILIO DE LA SOCIEDAD.**

Abrir cuenta en la alcaldía de la población donde corresponda la empresa.

Se procede a llenar la declaración jurada cuyo formato esta en cada alcaldía, el cual es gratis.

ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS O DUI

- Balance inicial de la empresa, debidamente firmado por el representante legal, contador y auditor autorizados.
- Declaración jurada.
- Pago de Vialidad de Socios y Empleados de la empresa ( si existen )

OBTENCIÓN DE SOLVENCIA MUNICIPAL.

ANEXANDO *LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS.*

- Las vialidades pagadas de los propietarios y los trabajadores ( si existen) o declaración jurada
- Recibo de tasación de impuesto municipal.

**PASO 5**

OBTENCIÓN DE LA MATRICULA DE COMERCIO Y ESTABLECIMIENTO.

SEGUN EL ARTÍCULO 63 DE LA LEY DEL REGISTRO DE COMERCIO.

Empresa deben cancelar su matricula de acuerdo al total de los activos así:

Activos arancelarias

De \$11,428.57 Hasta \$57,142.86	\$91.43
De \$57,142.86 hasta \$114,285.72	\$137.14
De \$114.285.72 hasta \$228,571.4	\$228.57

Si el activo fuere superior a dos millones de colones, se pagara además cien colones por cada millón, pero en ningún caso puede los derechos de registro excederán de cien mil colones.

Después de registrada la empresa se debe hacer una solicitud de renovación de matrícula cada año, se pagara anualmente en concepto de derechos de registro por renovación la misma cantidad que determina la tabla anterior. Por cada establecimiento, sucursal o agencia se pagara por el registro de matricula de cada uno de ellos.....\$ 4.29.00

Por la renovación de cada uno de ellos..... \$ 300.00

Por el registro de traspaso de matricula de empresa..... \$ 434.29

Si solo se traspasa el establecimiento por cada uno..... \$ 434.29

## **PASO 6**

Se procede a solicitar matricula de comercio por primera vez mediante un escrito dirigido al señor registrador de comercio sección de matriculas de comercio, anexando la siguiente documentación.

### *ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS*

- Original y copia de la escritura de constitución para ser confrontada
- copia de DUI del representante legal de la empresa o copia de NIT

- Copia de solvencia de la DIGESTYC (Dirección General de Estadísticas y Censos.

El recibo de derechos de matriculas puede ser proporcionado en el Centro Nacional de Registro o en los bancos.

Los derechos de renovación de matricula se cancelan durante los primeros tres meses del año.

El tramite de la matricula se efectúa en el mes de constitución de la sociedad obteniéndose la constancia de recepción de documentos para posteriormente recibir el número de matricula.

Luego se publica tres veces en el diario oficial y tres veces en un diario de mayor circulación en el país.

## **PASO 7**

### **LEGALIZACIÓN DEL SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.**

Por un Auditor. Autorizado por el consejo de vigilancia de la contaduría pública y auditoria.

### **ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS**

- copia de la escritura de constitución junto con el original, para ser confrontada.
- Descripción del sistema contable.
- Sistema contable apegado a normas internacionales de contabilidad
- Catálogo de cuentas y manual de aplicación de cuentas
- Balance oficial debidamente firmado por el representante legal, contador autorizado v auditor.
- DUI del representante legal.
- NIT de la sociedad.
- Recibo de pago de los derechos de matricula correspondientes.
- Constancia de recepción de matriculas extendida por el centro nacional de registros.

## **PASO 8**

### LEGALIZACIÓN DE LIBROS CONTABLES

Se procede a presentar solicitud debidamente autenticada ante notario, al licenciado en contaduría pública anexando la siguiente documentación.

Se procede a presentar solicitud debidamente autenticada ante notario, al licenciado en contaduría pública anexando la siguiente documentación:

- Copia de la descripción del sistema contable o copia del recibo de pago de los derechos de matricula de comercio o copia de NIT
- Copia de Documento Único de Identidad
- Copia de constancia de recepción de matriculas.
- Libros u hojas a legalizar.

Los honorarios por la legalización de los libros, se pactaran con el licenciado en contaduría pública.

## **PASO 9**

### **INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EN EL MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL.**

Se procede a presentar formulario lleno que es proporcionado gratuitamente, en esa oficina, anexando los siguientes documentos:

#### ***ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS***

- copia de escritura de constitución y su original para ser confrontada
- fotocopia del DUI del representante legal.

### **LA PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL DE LA RESOLUCION DEL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS DE MATRICULAS DE COMERCIO.**

Se paga el costo de 3 publicaciones en la imprenta nacional, el valor depende del tamaño de la publicación y en un diario de mayor circulación en el país.

## **PASO 10**

### **INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO O EMPRESA EN EL I.S.S.S.**

En las oficinas administrativas se retira el formulario de inscripción de patrono 0 empresa y se presenta:

#### *ANEXANDO LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS*

- Copia de la escritura de constitución y su original para ser confrontadas

### **INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EN UNA ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES (AFP).**

Completar el formulario de inscripción de la empresa. Con la administradora del fondo de pensiones más conveniente para la empresa y que la mayoría de los empleados estén de acuerdo en inscribirse en ella.

## BIBLIOGRAFIA

- BACA Urbina, Evaluación de proyectos. 4ta. Edición.
- CÓDIGO de comercio de El Salvador
- CONSTITUCIÓN de la república de El Salvador
- <http://www.itp.edu.mx/publica/tutoriales/desproyectos/portada.htm>.
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/no12/factibilidad.htm>
- KOTLER Phillip, Armstrong Gary, Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición.
- LEY de Registros y Control de Contribuyentes al FISCO
- LEY general tributaria municipal
- LEY Reguladora del Ejercicio de Comercio e Industria
- MARKETING y Dirección Comercial, Libro N° 6
- SAPAG Chain Reinaldo, Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa, 4ta. Edición Pág. 7
- SEPARATA Protocolo de la Investigación
- SORIANO Rojas, Raúl, Guía Para Realizar Investigaciones Sociales, Plaza y Valdés Editores, México, 1991, Págs. 137, 163, 164, 165, 166, 188 y 194.

# ANEXOS

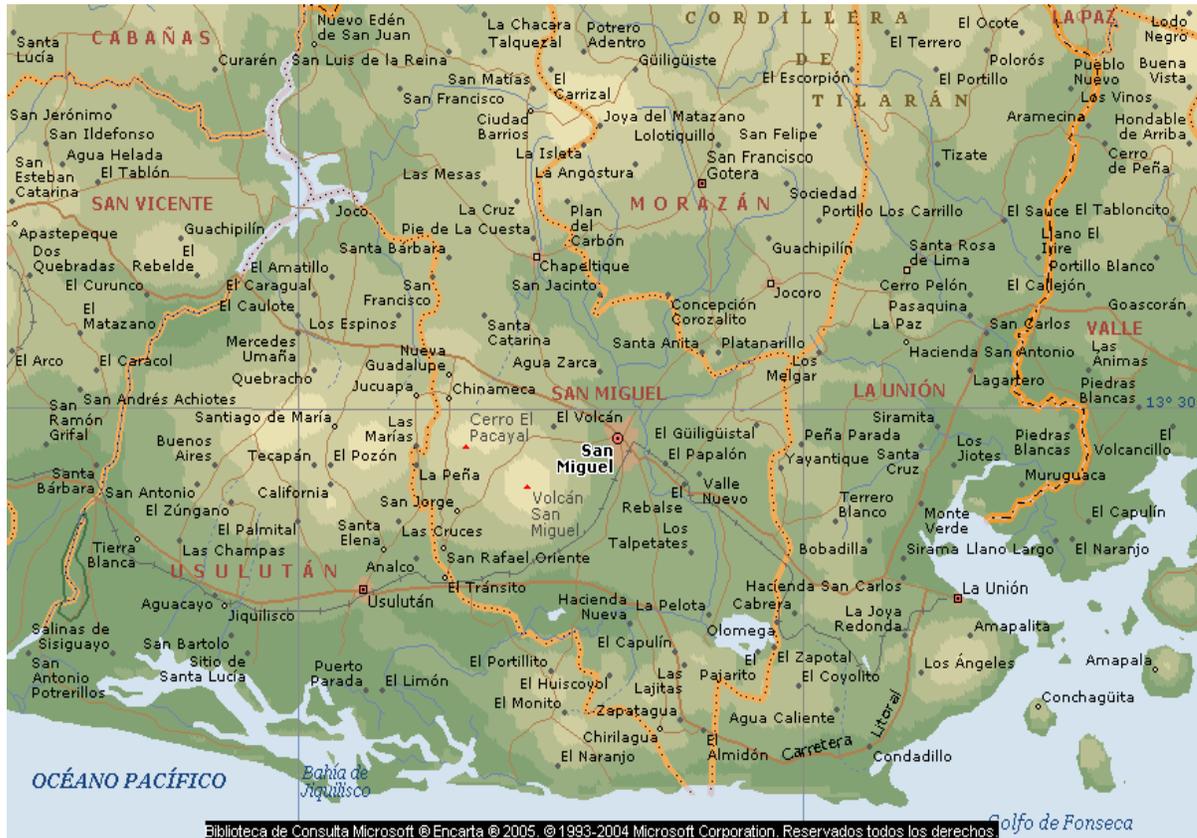


## Análisis relacional de variables

**TEMA:** “Estudio de factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel”

<b>Vx: Estudio de factibilidad</b>	<b>Vy: Creación de un taller de corte y confección</b>
<b>X<sub>1</sub>: Estudio de mercado</b>	<b>Y<sub>1</sub>: Factibilidad de mercado</b>
1. Demanda	1. Demanda insatisfecha
2. Oferta	2. Precios actuales y futuros
3. Precio	3. Formas de distribución
<b>X<sub>2</sub>: Estudio técnico</b>	<b>Y<sub>2</sub>: Factibilidad técnica</b>
1. Localización	1. Tecnología
2. Tamaño	2. Capacidad instalada
3. Ingeniería	3. Desarrollo de proceso y recorrido
4. Análisis administrativo	4. Tipo de organización
<b>X<sub>3</sub>: Estudio Económico</b>	<b>Y<sub>3</sub>: Factibilidad económica</b>
1. Costos	1. Rentabilidad
2. Inversión	2. Tasa de Interés
3. Capital de trabajo	3. Utilidad
<b>X<sub>4</sub>: Evaluación del proyecto</b>	<b>Y<sub>4</sub>: Toma de decisiones</b>
1. Valor presente neto	1. Desarrollar el proyecto
2. Tasa interna de retorno	2. Aplazar el proyecto
3. TMAR	3. Implantar el proyecto
	4. Suspender el proyecto

## Mapa de escenario





**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Dirigido a: Empleados del sector público y privado del municipio de San Miguel.

Objetivo: Obtener información que permita determinar la factibilidad de la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados del sector público y privado del municipio de San Miguel.

La veracidad de las respuestas que nos proporcione permitirá alcanzar el grado de éxito necesario para la realización de nuestro trabajo de graduación.

**Indicaciones:** A continuación se presentan una serie de preguntas, marque con una X la respuesta que usted considere adecuada.

1. ¿Considera necesario el uso de trajes formales en su lugar de trabajo?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2. ¿Considera necesaria la existencia de un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3. ¿Acude usted con frecuencia a una sastrería para la confección de sus trajes formales?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



4. ¿Cada cuánto tiempo frecuenta una sastrería para la confección de sus trajes formales?

Un mes\_\_\_\_\_ tres meses\_\_\_\_\_ seis meses\_\_\_\_\_ un año\_\_\_\_\_

5. ¿Quién realiza la confección de sus trajes formales en su lugar de trabajo?

Confeccionados por una sastrería\_\_\_\_\_comprados en almacén \_\_\_\_\_

Hechos por usted mismo\_\_\_\_confeccionados por un familiar\_\_\_\_otros\_\_\_\_

6. ¿Dónde está ubicado el lugar donde le confeccionan sus trajes formales?

Barrio\_\_\_\_\_ Colonia \_\_\_\_\_ Centro \_\_\_\_\_ casa \_\_\_\_\_

7. ¿Qué lugar consideraría apropiado para la confección de trajes formales?

Centro de San Miguel\_\_\_\_Centros comerciales\_\_\_\_ Plazas\_\_\_\_\_

8. ¿En base a la pregunta anterior ¿Qué centro comercial sería la mejor opción para la ubicación de un taller de corte y confección de trajes formales? ( Si respondió en el centro de san Miguel omita esta pregunta)

Plaza Roosevelt \_\_\_\_\_ plaza de oriente \_\_\_\_\_ Plaza goldtree \_\_\_\_\_

Plaza chaparrastique\_\_\_\_\_ Metro centro\_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el precio que ha pagado por la confección de un traje formal?

\$12\_\_\_\_\_ \$15\_\_\_\_\_ \$20\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la confección de un traje formal?

\$12\_\_\_\_\_ \$15\_\_\_\_\_ \$20\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

11. ¿Cuánto tiempo tardan en entregarle un traje formal en una sastrería?

Una semana\_\_\_\_ Dos semanas\_\_\_\_\_ Tres semanas\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_



12. ¿Qué factor determina que usted mande a confeccionar un traje formal a una sastrería?

Precio \_\_\_\_\_ Diseño \_\_\_\_\_ Calidad \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

13. ¿Le gustaría que el taller de corte y confección de trajes formales contara con servicio a domicilio?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

14. ¿Sería de su agrado que el taller de corte y confección tuviera a su disposición telas para la confección de trajes formales?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

15. A parte de ver revistas ¿le gustaría que el taller de corte y confección le mostrara trajes ya confeccionados a través de una pasarela de modas?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

16. Tomando en cuenta los productos mencionados en las tres preguntas anteriores ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

17. ¿Cómo considera el servicio prestado por la sastrería que frecuenta actualmente?

Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

18. ¿Los trajes que le confeccionan actualmente son hechos a su medida?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

19. ¿Cuándo no son hechos a su medida cuánto tiempo tardan en entregárselo al hacerle los debidos arreglos?



Inmediatamente\_\_\_\_\_ Tres días\_\_\_\_\_ Una semana\_\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

20. ¿Qué tipo de servicio adicional a los trajes formales le gustaría que se le confeccionara?

Ropa casual\_\_\_\_Ropa de niño\_\_\_\_\_ Uniformes colegiales\_\_\_\_\_Otros\_\_\_\_\_

21. En el lugar que usted labora, el traje que usa:

La empresa se lo proporciona\_\_\_\_\_ Se lo descuentan de su salario\_\_\_\_\_

Usted lo manda a hacer\_\_\_\_\_

22. ¿Cuánto trajes le promociona la empresa?

1\_\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

23. ¿Cuántos trajes manda a hacer usted cuando la empresa no se los proporciona?

1\_\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Dirigido a: Los propietarios de empresas dedicadas a la sastrería y costura de la Ciudad de San Miguel.

Objetivo: Obtener información que permita determinar la factibilidad de la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados del sector público y privado del municipio de San Miguel.

La veracidad de las respuestas que nos proporcione permitirá alcanzar el grado de éxito necesario para la realización de nuestro trabajo de graduación.

**Indicaciones:** A continuación se presentan una serie de preguntas, marque con una X la respuesta que usted considere adecuada.

1- ¿Que clase de productos son los que usted ofrece?

Trajes formales\_\_\_\_\_ Vestidos de fiesta\_\_\_\_\_

Ropa casual\_\_\_\_\_ o de vestir\_\_\_\_\_

2- ¿Que factores determinan la demanda de confección de trajes formales?

Precio\_\_\_\_\_ Diseño\_\_\_\_\_ Calidad\_\_\_\_\_ Tamaño\_\_\_\_\_

3- ¿Entre que precios oscila la confección de un traje formal?

12-15\_\_\_\_\_ 15-20\_\_\_\_\_ 20-25\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

4- ¿Que factores determinan el precio de un traje formal?

Precio\_\_\_\_\_ Diseño\_\_\_\_\_ Calidad\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

5- ¿Con que frecuencia usted confecciona trajes formales?

Diaria\_\_\_\_\_ Semanal\_\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_

6- ¿Que canales de distribución utiliza usted para entregar el producto?

Venta directa\_\_\_\_\_ Distribuidores\_\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

7- ¿Qué motivos cree que pueden existir para que sus clientes dejen de mandar a confeccionar sus trajes formales en su negocio?

Mal servicio\_\_\_\_\_ Falta de parqueo\_\_\_\_\_ Precios altos\_\_\_\_\_ Inseguridad\_\_\_\_\_

8- ¿Cuántos trajes formales confecciona usted mensualmente?

5-10\_\_\_\_\_ 10-20\_\_\_\_\_ Otro\_\_\_\_\_



9- ¿Cuál es el tiempo promedio que usted tarda en entregar sus trajes ya confeccionados?

1 semana\_\_\_\_\_ 2 semanas\_\_\_\_\_ 3 semanas\_\_\_\_\_ o Mas\_\_\_\_\_

10- ¿Menciona alguna limitante que le impidan mejorar su negocio?

Falta de recursos económicos\_\_\_\_\_

Competencia\_\_\_\_\_ Delincuencia\_\_\_\_\_ Ubicación geográfica\_\_\_\_\_

11- ¿Como evalúa la demanda de sus productos (trajes formales) en su ubicación actual?

Excelente\_\_\_ Buena\_\_\_ Regular\_\_\_ Mala\_\_\_

12. ¿Considera necesaria la existencia de un taller de corte y confección de trajes formales en la ciudad de San Miguel?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

13. ¿Qué lugares considera usted apropiado para la ubicación de un taller de corte y confección de trajes formales?

Centro de la ciudad\_\_\_\_\_

Centros comerciales\_\_\_\_\_

## Matriz de congruencia

### Anexo 5 Matriz de congruencia

#### Cuadro 4

Título de la investigación: Estudio de factibilidad para la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel						
Enunciado del problema: ¿Qué grado de Factibilidad tendría la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel?						
Objetivos	Hipótesis	unidades de análisis	Variables	Conceptualización	Indicadores	Nº de ítems
Objetivo general	Hipótesis general					
Determinar a través de un estudio de factibilidad la aceptación que tendría la creación de un taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.	H <sub>1</sub> : El estudio de factibilidad determinará la aceptación del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.	Empleados del sector publico y privado del municipio de San Miguel	Estudio de factibilidad.  Creación de un taller de corte y confección	Estudio de factibilidad: Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede el estudio, desarrollo o implementación"		
Objetivos específicos.	Hipótesis específicas					
Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.	H <sub>1</sub> : La realización de un estudio de mercado permitirá determinar la demanda que tendría la confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.	Empleados del sector publico y privado del municipio de San Miguel	Estudio de mercado  Factibilidad de mercado	Estudio de mercado: Es la obtención, interpretación y comunicación que permite orientar a las decisiones, abarca toda la actividad que facilita a una organización obtener información que requiere para tomar decisiones, su mezcla de marketing y sus clientes potenciales.	Demanda  Oferta  Precios	3

<p>Formular un estudio técnico que permita determinar el tamaño óptimo, localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.</p>	<p>La formulación de un estudio técnico permitirá determinar el tamaño óptimo, la localización, ingeniería y análisis administrativo del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.</p>	<p>Empleados del sector público y privado del municipio de San Miguel</p>	<p>Estudio técnico</p> <p>Factibilidad técnica</p>	<p>Estudio técnico: Tiene como objetivo determinar la función de producción óptima para producir un bien o servicio deseado</p>	<p>Localización</p> <p>Tamaño</p> <p>Ingeniería.</p> <p>Análisis administrativo</p>	<p>3</p>
<p>Elaborar un estudio económico que permita determinar la inversión para llevar a cabo el proyecto.</p>	<p>La elaboración de un estudio económico permitirá determinar la inversión para llevar a cabo el proyecto del taller de corte y confección de trajes formales para empleados de Instituciones del sector público y privado del municipio de San Miguel.</p>	<p>Empleados del sector público y privado del municipio de San Miguel</p>	<p>Estudio económico</p> <p>Factibilidad económica</p>	<p>Estudio económico: Es un análisis en el que se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para realizar el proyecto, el costo de la operación de la planta (producción, administración y ventas).</p>	<p>Costos</p> <p>Inversión</p> <p>Capital de trabajo</p>	<p>3</p>

## VISTA DEL LOCAL A ALQUILAR



## MUESTRA DE LAS VITRINAS A COLOCAR





