

4.

Emprendimiento de producción y comercialización del Pantalón para mujeres que manejan o son acompañantes de motos



Liz Sofía Báez Cevallos 1, Katherine Michelle Caiza Chuchuca 2, Grace Alexandra Santacruz Chicaiza 3, Luis Héctor Vilcasama Shigui 4

1 Universidad Central del Ecuador, lsbaez@uce.edu.ec

2 Universidad Central del Ecuador, kmcaiza@uce.edu.ec

3 Universidad Central del Ecuador, gasantacruz@uce.edu.ec

4 Universidad Central del Ecuador, lhvilcasama@uce.edu.ec

Fecha de presentación: 05 de abril de 2017

Fecha de aceptación: 27 de abril de 2017

RESUMEN

El emprendimiento surge durante el proceso de enseñanza – aprendizaje universitario, en donde son impartidas las pautas para crear proyectos sostenibles, para lo cual, se toma la iniciativa de crear una prenda de vestir (pantalón) cómoda y fácil de usar por parte del género femenino, la que facilitará la movilización en motocicleta sin dejar de utilizar ropa femeninas (faldas, vestidos, etc.), por lo tanto, se nombra al producto como “MOTOPANT’S”, debido a la combinación de MOTO por las motocicletas y PANT’S de pantalón en el idioma inglés.

Palabras claves: Aprendizaje universitario, prenda de vestir, movilización, MOTOPANT’S.

ABSTRACT

The emprendimiento arises during the process of education – learning university student, where the rules are given to create sustainable projects, for which, there takes the initiative to create a garment (pants) comfortable and easy to use on the part of the feminine genre, which will facilitate the mobilization in motorcycle without stopping using clothes feminine (skirts, garments, etc.), therefore, is named to the product as “MOTOPANT’S”, due to the MOTORBIKE combination for the motorcycles and PANT’S of pants in the English language.

Keywords: University learning, garment, mobilization, MOTOPANT’S.

1 INTRODUCCIÓN

El buen vestir ha ido evolucionando a pasos agigantados durante los últimos años, al igual que este cambio, también se ha producido cambios sociales en la mujer, quien ha ido incursando en nuevos niveles de relaciones personales, colectivas y profesionales. De esta manera, la moda en el vestir forma parte importante en nuestra existencia, asociándola como símbolo de status.

Hoy en día la mujer ha ganado espacio en la sociedad y realiza casi las mismas actividades que los hombres, por lo que, la propuesta de llevar un producto para poder usarlo al momento de transportarse en una moto, es algo novedoso para las mujeres que manejan motos o a su vez son acompañantes de motociclistas, ya que, la prenda proporciona comodidad, facilidad de uso y se adapta cubriendo las prendas que se llevan puestas.

Los MotoPant's elaborados harán que las mujeres que conducen y a su vez las que van de pasajeras, no renuncien a sus atributos femeninos, por el contrario, puedan utilizar y vestir prendas que antes dificultaban al subirse a una motocicleta.

Es muy importante señalar que es un gran aporte para el sector manufacturero del país apoyando la matriz productiva, debido a que existe una escases de empresas que se dediquen a la fabricación de prendas para mujeres que se transportan y utilizan la motocicleta.

Los Motopant's lo adquirirán las mujeres entre los 15 a 44 años de edad; de nivel socioeconómico alto y medio alto que posean o utilicen

una motocicleta. Serán prendas cómodas para mujeres del cantón Quito, para que no repriman y protejan su vestimenta y usen atuendos elegantes.

La empresa "Motopant's" iniciará sus procesos contando con la tecnología necesaria y adecuada, para el proceso de corte se utilizará una maquinaria industrial con cuchillas adecuadas que permitan cortar con precisión la tela, con los patrones definidos, para el proceso de unión de las piezas se utilizará al igual una máquina especializada, así también para el etiquetado se usará una máquina compuesta de un cabezal etiquetador con un sistema que despega la etiqueta del papel soporte y la transfiere sobre el producto, y para el empackado se utilizará maquinaria especializada.

Nuestro proyecto tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de un sinnúmero de clientes que utilizan moto (sea conductor o sea copiloto), y que al mismo tiempo nuestro producto pueda ser factible, cómodo, elegante, al momento de subir a su transporte y no tener que enfrentarse día a día con problemas comunes, ensuciarse sus prendas con el smock, o las mujeres no poder lucir un vestido o una falda.

El propósito de este proyecto es aumentar el desarrollo económico en el sector industrial del centro norte de la ciudad de Quito abriendo nuevas fuentes de empleo en la fabricación de pantalones para motos; así como también aumentar el crecimiento en la empresa en el nivel local como a nivel nacional e internacional.

El proyecto establece perfiles de personal que rinda en el puesto en que se va a operar, se capacitara al personal incentivándolos en crea-

tividad e innovación, con programas computarizados en diseño, estilo y complementos del pantalón para motos, actualización en tendencias de la moda y la tecnología ya que estamos en un mundo de constante cambio.

La empresa tiene que determinar buenas costumbres a todos los miembros de la organización del reciclaje y almacenaje ya que al momento del proceso existe variedad de residuos que ya no son utilizados para no dañar el medio ambiente.

2

MÉTODOS

La investigación realizada incluye el método experimental, el cual, nos permitió diseñar y elaborar un producto sencillo, útil y elegante para la mujer con una cultura motociclista.

En la investigación del emprendimiento se utiliza la técnica de investigación descriptiva, debido a que esta detalla las distintas observaciones y denota las diversas reacciones, comportamientos y cambios que se van presentando por parte de los futuros consumidores. Con la herramienta de la encuesta realizada a las mujeres entre los 15 a 44 años de edad; de nivel socioeconómico medio alto y medio que posean o utilicen una motocicleta en el cantón Quito, aportando así información valiosa de esta investigación.

Para realizar la medición cuantitativa de la encuesta y obtener el resultado del nivel de aceptación de los MotoPant's; lo determinaremos mediante la siguiente ecuación:

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

Simbología:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población (Universo) = 83.328 mujeres entre 15 a 44 años del catón Quito

p = Probabilidad de Éxito (85% = 0,85)

q = Probabilidad de Fracaso (15% = 0,15)

Z = Nivel de Confianza 95% equivalente al 1,96

e = Error Bajo un Nivel de Confianza (5% = 0,05)

Investigación de mercados

El estudio de mercado analiza el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, a través del análisis de la oferta y la demanda. Con el estudio de mercado podremos definir claramente las funciones viables o factibles para obtener un buen resultado del proyecto.

El estudio de mercado es tan importante para las MOTOPANT'S puesto que facilitara la información del sector, tamaño de mercado, competidores, evaluando si existe oportunidad de hacer negocio ofreciendo nuestro producto en el lugar adecuado.

En este capítulo presentaremos los comportamientos de las variables de la demanda y oferta, en donde compararemos y evaluaremos las fortalezas y debilidades de la MOTOPANT'S, se plantearan estrategias de penetración en el mercado. (Cesar, 2007)

El producto objeto del presente estudio es

Motopant's para mujeres que se transportan en motocicletas y que a la hora de vestir se cohíben de ciertas prendas de vestir por la dificultad e incomodidad al conducir su medio de transporte.

Los Motopant's elaborados harán que las mujeres que conducen y a su vez las que van de pasajeras, no renuncien a sus atributos femeninos, por el contrario, puedan utilizar y vestir prendas que antes dificultaban al subirse a una motocicleta.

Es muy importante señalar que es un gran aporte para el sector manufacturero del país apoyando la matriz productiva, debido a que existe una escases de empresas que se dediquen a la fabricación de pendas para mujeres que se transportan y utilizan la motocicleta.

3

RESULTADOS

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica de un consumidor o por el conjunto de consumidores a un precio determinado.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores económicos, etc. (Canelos Salazar, 2010)

La calidad existente en nuestro MotoPant's tendrá un precio bajo que los pantalones para

motos. Nuestros Motopant's se distinguen por ser un producto de excelente calidad y comodidad, pues utilizamos materiales de primera, una mano de obra con excelente terminación y maquinaria moderna.

Con lo referente a las características que debe poseer el MotoPant's podemos citar los siguientes:

- Colores: Usaremos únicamente el color negro, debido a que es una prenda complementaria de una vestimenta y es un color neutro que combinara con la vestimenta de la mujer.
- Modelo: el modelo que hemos creado es nuevo en el mercado de una forma cómoda y segura para proteger a la mujer motociclista y por debajo de la prenda pueda usar vestido o falda.
- Tendencia: las exigencias del mundo actual han crecido con los años por lo tanto y la igualdad de género es notoria en todos los ámbitos, la mujer podrá hacer dos cosas al mismo tiempo con el MotoPant's.
- Detalles: se usara un detalle de bordado con nuestra marca en un costado de la prenda para que nuestros clientes se sientan identificados.
- Tela: Se utilizara la tela acrílica se arruga difícilmente, baja absorción de agua, secado con facilidad.

MERCADO

Siendo un parámetro importante la segmentación de mercado, ya que, nos permite usar los parámetros geográficos para segmentar a los clientes de forma que puedan ser regiones, ciudades, pueblos, países. Es importante conocer

el número de personas que habitan para tener datos exactos y confiables.

Tabla 1: Provincia de Pichincha

PROVINCIAS	TOTALES
Quito	1.967.248
Cayambe	74.549
Mejía	68.408
Pedro Moncayo	27.753
Rumiñahui	71.702
San Miguel de los Bancos	15.198
Pedro Vicente Maldonado	10.084
Puerto Quito	16.514
TOTALES	2.251.456

Fuente: (Inec, 2015)

Ejecutando la tabla geográfica podremos examinar si el proyecto será factible solo para el cantón Quito o ponernos expandir y abrir mercado.

A su vez, consideramos todas las características de la misma que sean relevantes para crear nuestro perfil de consumidores, algunas variables demográficas pueden ser por edad, género, nivel de ingreso, estado civil.

(VER TABLA SIGUIENTE COLUMNA)

El proyecto se dirige a mujeres de clase A y B, es decir, a los niveles socioeconómicos Altos y Medio altos; por la razón de poder adquisitivo que tienen dichos niveles y la población de este cantón se encuentra en una clase social media.

La procedencia étnica de una persona tiene incidencia importante en sus hábitos de compra, sobre todo cuando nos enfrentamos a un mercado con nacionalidades distintas.

Tabla 2: Población de mujeres de 15 a 44 años

AÑOS	TOTAL (Zona Urbana)
De 15 a 19 años	145.212
De 20 a 24 años	156.575
De 25 a 29 años	153.789
De 30 a 34 años	132.683
De 35 a 39 años	113.543
De 40 a 44 años	97.509
Total	799.302

Fuente: (Inec, 2015)

Según (Vivanco, 2005) la población objetivo "Corresponde a una parte de la población. La población objetivo excluye de la población elementos que son de difícil acceso o muy onerosos de encuestar". Pero para (Ortegón, Pacheco, & Roura, 2005) la población objetivo "Es aquella parte de la población afectada a la que el proyecto, una vez examinados los criterios y restricciones, está en condiciones reales de atender".

La población objetivo para el emprendimiento de elaboración y comercialización de Moto-Pant's en la ciudad urbana del cantón Quito, se enfoca para mujeres de niveles socioeconómicos alto y medio alto, puesto que los recursos económicos son suficientes para adquirir nuestro producto.

Tabla 3: Datos para determinar la población objetivo.

Año	Población Urbana Femenina de Quito	Edades entre 15 a 44 años Mujeres
2016	1'337.445	636.089

Fuente: <http://www.inec.gob.ec>

Tabla 4: Porcentajes del nivel socioeconómico de la población.

Nivel Socioeconómico	% Población	N. Socioeconómico Proyecto
Alto	1,9 %	13,1 %
Medio Alto	11,2 %	
Medio	22,8 %	No lo consideramos
Medio Bajo	49,3 %	
Bajo	14,9 %	

Fuente: <http://www.inec.gob.ec>

P.O=Pobl. Act.Urb. ×% Niv.Socioeconómico

×% T. Mujeres entre 15 a 44 años

$$P.O = 1'337.445 \times 13,1\% \times 47,56\%$$

$$P.O = 83.328 \text{ mujeres}$$

Por lo tanto la población objetivo será de 83.328 mujeres de la ciudad urbana del cantón Quito.

La probabilidad de éxito que existe es del 85%, mientras que la probabilidad de fracaso es del 15%.

Entonces:

Nivel de Confianza = Z = 95% de confiabilidad; equivalente al 1.96.

$$\text{Nivel de Error} = e = 5\% = 0.05$$

$$p = 85\% = 0,85$$

$$q = 15\% = 0,15$$

$$N = 83.328$$

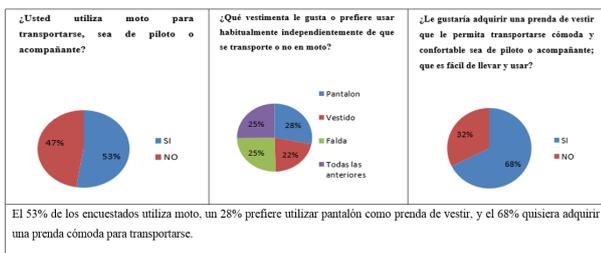
$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times N + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 83.328 \times 0,85 \times 0,15}{0,05^2 \times 83.328 + 1,96^2 \times 0,85 \times 0,15}$$

$$n = 195,46 \cong 196 \text{ encuestas}$$

Es así que, para poder medir el nivel de aceptación de la elaboración y comercialización de nuestros Motopant's se aplicaron 196 encuestas obteniendo los siguientes resultados.

GRAFICO N° 1



En base a las encuestas realizadas 49% está dispuesto a adquirir el producto motopants, la frecuencia de compra que mayor proporción denota es de más de 1 año, del total de los encuestados un 42% prefiere comprar por comodidad.



La selección previa a la ubicación más ventajosa para el emprendimiento, realizamos un análisis favorable para reducir posibles problemas y contribuir a minimizar los costos de inversión. (Franco, 2016)

El emprendimiento de producción y comercialización de Motopant's para mujeres está ubicado en el Ecuador

Región: Sierra ; Provincia: Pichincha; Parroquia: Quito.

GRAFICO 2: Micro localización del emprendimiento



Fuente: Google-maps

ESTRATEGIAS

Evaluaciones mensuales de los resultados obtenidos y realizar cambios en las fallas técnicas o de servicio que tengamos.

Crear un impacto de marca, y atacar al mercado con publicidad novedosa y hacer conocer nuestro producto.

Nuestros Motopant's tendrán un canal de distribución directo y corto, ya que es un producto que ingresara al mercado de una sola forma y por parte del fabricante que es nuestra empresa.

Nuestro sistema de distribución será exclusivo ya que se caracteriza porque en él un solo distribuidor tiene el derecho exclusivo de vender el producto. En este caso será el mismo fabricante o productor el cual tiene que ser encargado directamente a la fábrica. Por lo tanto nuestro canal de distribución directo, es decir, será de la fábrica al consumidor.

En cuanto a la estrategia de comunicación se basa en las características del producto y la calidad de éste comunicadas a través sobre todo de internet, y en revistas y anuncios de revistas de motociclistas.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución para el proyecto es un canal corto indirecto que consiste:



La plaza que ocuparía el proyecto estará enfocada a nivel local como Megamaxi, locales donde se puedan exhibir este tipo de producto (pantalones de mujer para viajar en motocicleta) y a su vez también sería por medio de

las redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter; que nos permitan llegar más rápido al cliente que desee nuestro producto; además nos permitirá interactuar de manera directa con el cliente, mejorando así las sugerencias y expectativas de los mismo en relación a diseño, gama de colores, servicio, entre otros.

MAQUINARIA

Se debe decidir cuál es la mejor y cual la más adecuada tecnología que necesito en mi negocio; es decir, no se trata de obtener la tecnología de punta del mercado sino tener un personal calificado para manejar esta tecnología. (Canelos, 2010, pág. 193)

Para la producción y comercialización de Motopant's es de importancia conocer la tecnología que mejor este de acorde a los procesos de mejora, con el fin de aumentar la capacidad de la empresa para llegar a cubrir a la demanda del sector.

GRAFICO 3

	MÁQUINA CORTADORA Cortadora circular 5 pulgadas modelo CZD voltaje 110v velocidad 3000 R min.
	MÁQUINA OVERLOCK SERIE MO- 6700D, con los mecanismos de: la barra de agujas y tira-hilo
	MÁQUINA DE COCER RECTA Modelo DDL900B, con sistema de transmisión directa con un mini motor.
	PLANCHA INDUSTRIAL Plancha a vapor industrial con superficie plana de 29x80 cm, voltaje 220 o 110 y temperaturas entre 50°-180°
	ETIQUETADORA Etiquetadora automática para aplicación de línea de media y alta velocidad.

PRESENTACIÓN

La presentación debe ser enfocada a llamar la atención, cómodo y sin olvidar el cuidado al ambiente, por lo que, nos enfocamos al empaque en fundas plástica pigmentada en Alta densidad, la cual llevará impresa:

- Logotipo de la empresa en letras destacadas.
- Razón social y dirección de la empresa.
- Contactos de la empresa como: números de teléfonos, celulares y dirección electrónica.

GRAFICO 4



Ilustración 2: Fundas plásticas

El propósito de nuestra presentación consiste en proteger la prenda para que no se ensucie y el cliente sepa identificarnos con nuestro logotipo.

Las etiquetas será de dos tipos: Etiquetas Estampadas y Etiquetas de Cartón, con diseño o logotipo de la empresa. Bordado computarizado.

Etiquetas Estampadas

Es una etiqueta de algodón en cinta y materias puramente ecológicas, estarán ubicadas en dos partes de la prenda y serán con fines diferentes.

1. Una será para colocar el logo y el nombre de la empresa.
2. La otra será una etiqueta informativa,

que nos indicará el modo de uso de lavado y el tratamiento a la prenda.

GRAFICO 5



Ilustración 3: Etiqueta estampada

PRODUCTO TERMINADO

La ingeniería para nuestro emprendimiento, nos ayudara a determinar cuál es la forma de producción más óptima que permitirá la utilización más eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de los MotoPant's para mujeres conductoras o acompañantes de motos. Para determinar cuál es la función de producción más recomendable se hará de analizar diferentes alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, es decir de la ingeniería del proyecto se derivarán las necesidades de equipos y maquinaria que serán útiles para la producción de la prenda.



CONCLUSIONES

Se ha llegado a la conclusión en la investigación previa, que es factible producir y comercializar nuestro producto como lo es la moto pants ya que es una Innovadora prenda para motociclistas.

Además de que tendrá una gran acogida por que hoy en día la mujer ha ganado espacio en la sociedad y realiza casi las mismas actividades que los hombres y la propuesta de llevar un producto para poder usarlo al momento de subirse a una moto, es algo novedoso y que será de gran consumo ya que las mujeres no solo podrán utilizarlo para ir de paseo, si no mucho más que eso como poder ir a la oficina a reuniones de negocios, etc.

Es muy importante ya que permite la generación de fuentes de trabajo de manera directa e indirecta, con un pago justo.

Se concluye que es viable realizar la producción y comercialización de moto pants, por los estudios realizados y los datos arrojados por las mismas, ya que la población si tiene aceptación hacia el producto.

Es viable la implementación de la microempresa en la comunidad por la cercanía a la materia prima, por la mano de obra calificada para la elaboración de la moto pants, la maquinaria tiene una capacidad de producción importante para la proyección de la empresa en la comercialización.

Nuestro proyecto busca implementar la innovación y diseño de nuestro nuevo producto en el Ecuador, ya que este tipo de fabricación de Motopant's va dirigido a mujeres que tienen licencia de conducir una moto o que a su vez sean acompañantes de conductores de motos;

para lo cual su edad está comprendida entre los 15 y 44 años, porque este tipo de producto es sencillo de fabricarlo y muy fácil de ponérselo y que se elaboraran con colores llamativos de tal manera que cumplan con todos los estándares de calidad para que el cliente quede impresionado del producto que estamos ofreciendo y a su vez también quede satisfecho.

El medio de comunicación es algo principal para distribuir nuestro producto ya que es por donde daremos a conocer el color, tallas y en si la prenda que será exhibida en los diferentes medios los cuales serán de gran ayuda para comercializar el producto.

4

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Canelos Salazar, R. (2010). estudio de mercado. En formulacion y evaluacion de plan de negocios (pág. 224). quito- ecuador: fenix comunicaciones.

Canelos, R. (2010). Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.

Cesar, S. A. (2007). repository.lasalle.edu.co. Obtenido de repository.lasalle.edu.co: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3195/11011393.pdf?sequence=1>

Franco, J. A. (16 de 08 de 2016). blogspot.com. Obtenido de blogspot.com: <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>

Ortegón, E., Pacheco, J., & Roura, H. (2005). Metodología General de Identificación, Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública. Santiago de Chile: CEPAL.

Vivanco, M. (2005). Muestreo Estadístico, Diseño y Aplicaciones. Santiago de Chile: Universitaria.

Anexo 1. Flujo de proceso

Diagrama de Flujo del Proceso

