



TECNOLOGICO SUPERIOR  
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN MARKETING INTERNO Y EXTERNO

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCIÓN, MEDIANTE EL DISEÑO DE  
UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA”  
DEDICADO A LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN  
GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Proyecto de Investigación, Desarrollo e Innovación previo a la obtención del título de  
Tecnólogo en Marketing Interno y Externo

Autor:

Carmen Germania Catota Alomoto

Tutor:

Ing. Esperanza Rueda

Quito, Marzo 2015



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

-----  
Carmen Germania Catota Alomoto

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante CARMEN GERMANIA CATOTA ALOMOTO por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de MARKETING INTERNO Y EXTERNO que imparte el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, y con el objeto de obtener el título de TECNOLOGO EN MARKETING INTERNO Y EXTERNO, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETIN PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO el cual incluye la creación de un plan de marketing, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación un plan de marketing, motivo por el cual se

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.**- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del plan de marketing descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (diagramas, matrices, logos, estrategias, etc.). El Cesionario podrá explotar el plan de marketing por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del plan de marketing por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del plan; c) La distribución pública de ejemplares o copias, d) Cualquier transformación o modificación del plan de marketing; e) La protección y registro en el IEPI del plan de marketing del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del plan de marketing; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.**- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del plan de marketing que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



**CUARTA: CUANTIA.**- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.**- La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.**- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.**- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 27 días del mes de Marzo del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 0503010696

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que ha trazado para mí. Al personal docente del INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA, ya que gracias a sus conocimientos, que compartieron conmigo me ayudaron a convertirme en una profesionalista, por su tiempo, dedicación y por su pasión por la actividad docente.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo, y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.



## DEDICATORIA

Con mucho cariño les dedico esta tesis a mis padres porque han estado conmigo durante todo este proceso en buenos y malos momentos de mi vida la cual ha estado llena de diversas barreras para llegar hasta aquí.

También les dedico a mis hermanas en especial a Mayra por ser el ejemplo de una hermana mayor que ha estado a mi lado en estos 3 años de estudio porque eres la base para llegar hasta aquí me brindaste tu apoyo sincero y desinteresado.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
1.01 ANTECEDENTES .....	1
1.02 Justificación .....	4
1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T) .....	6
1.04 Contextualización de la matriz T.....	7
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>9</b>
2.01 Análisis de involucrados.....	10
2.02 Matriz de análisis de involucrados .....	11
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>12</b>
3.01 Árbol de problemas .....	13
3.02 Contextualización del árbol de problemas.....	14
3.03 Árbol de objetivos .....	15
3.04 Contextualización del árbol de objetivos.....	16
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>17</b>
4.01 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS .....	17
4.02 Matriz de análisis de alternativas.....	18
4.03 ANÁLISIS: .....	20

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



4.04	Matriz de análisis de impacto de los objetivos .....	21
4.05	ANÁLISIS: .....	24
4.06	Diagrama de estrategias .....	25
4.07	ANÁLISIS: .....	27
4.08	Matriz de marco lógico .....	27
4.09	ANÁLISIS: .....	31
<b>CAPÍTULO V .....</b>		<b>32</b>
<b>PROPUESTA .....</b>		<b>32</b>
5.01	Antecedentes .....	32
5.02	Descripción .....	35
5.03	Formulación del proceso de aplicación de la propuesta .....	36
5.03.1	Análisis del entorno .....	36
5.03.2	Muestreo y aplicación de encuestas .....	43
5.03.3	Análisis de los resultados .....	45
5.03.4	Estrategias del plan de comunicación o el Marketing mix .....	50
<b>CAPÍTULO VI .....</b>		<b>62</b>
<b>ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....</b>		<b>62</b>
6.01	Recursos .....	62
6.01.1	Recursos materiales .....	62
6.01.2	Recursos tecnológicos .....	62

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



6.01.3 Recursos humanos .....	63
6.02 Presupuesto .....	64
6.03 Cronograma .....	66
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>67</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>
7.01 Conclusiones.....	67
7.02 Recomendaciones .....	70
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>72</b>
Anexo 1 .....	72
Anexo 2 .....	73
Anexo 3 .....	74
Anexo 4 .....	74
Anexo 5 .....	75
Anexo 6 .....	76
Anexo 7 .....	76
Anexo 8 .....	77
Anexo 9 .....	78



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de fuerzas T.....	6
Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados.....	11
Tabla 3: Matriz de análisis de alternativas.....	18
Tabla 4: Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos.....	22
Tabla 5: Matriz de marco lógico.....	28
Tabla 6: Cartera de productos Creaciones Mayra.....	38
Tabla 7: Matriz DAFO Creaciones Mayra.....	41
Tabla 8: Presupuesto recursos administrativos.....	64
Tabla 9: Presupuesto del plan de marketing.....	65
Tabla 10: Cronograma.....	66

## Índice de figuras

Ilustración 1: Mapeo De Involucrados .....	10
Ilustración 2: Árbol De Problemas.....	13
Ilustración 3: Árbol De Objetivos .....	15
Ilustración 4: Diagrama De Estrategias.....	26
Ilustración 5: Ubicación geográfica Creaciones Mayra .....	36
Ilustración 6: Logotipo Cortyvis .....	42
Ilustración 7: Logotipo Almacenes José Puebla .....	42
Ilustración 8: Medios por los que se conoce la existencia de Creaciones Mayra .....	45
Ilustración 9: Opinión sobre los servicios de Creaciones Mayra.....	46
Ilustración 10: Deseos de cambio de los clientes.....	47
Ilustración 11: Satisfacción con respecto al precio de los servicios .....	48
Ilustración 12: Aspectos importantes para elegir un centro de confecciones .....	49
Ilustración 13: Valores corporativos .....	51
Ilustración 14: Organigrama Creaciones Mayra .....	52
Ilustración 15: Logotipo.....	53
Ilustración 16: Modelo de funda con Logotipo.....	54



## Resumen Ejecutivo

Hoy en día el mundo de las confecciones textiles en el territorio ecuatoriano se ve afectado por la falta de diseños creativos, marcas propias y la implementación de tecnología novedosa, que ha obstruido los productos de elaboración nacional, y ha permitido la apertura e introducción de productos internacionales.

Si a lo antes mencionado, se le suma la ausencia de una visión y planeación estratégica, tanto de marketing como empresarial, y elementos diferenciadores entre las empresas y microempresas textiles, trae consigo un débil o no constante posicionamiento en el mercado.

La microempresa Creaciones Mayra enfrenta grandes problemas tanto de índice financiero como organizacional, ya que no cuentan con una planeación ni una estructura organizativa de las actividades que desempeñan sus empleados, así como ningún proceso de capacitación hacia el trabajo a realizar, lo que dificulta el mismo proceso de trabajo, y por ende pérdidas económicas. También un factor determinante es la calidad de sus productos, los cuales a pesar de que son del agrado de los clientes actuales, no presentan la calidad necesaria para llegar a otros mercados. La misma tampoco tiene elaborada su misión, visión y objetivos empresariales. Además no se encuentra posicionada en el mercado, ni es reconocida por este, debido a la no implementación de acciones de índole publicitarias y de identidad corporativa. El presente proyecto está enfocado en la creación de un plan de marketing que plasme acciones que sean de guía a la microempresa para adquirir capital financiero, materia prima de buena calidad, y estrategias publicitarias, en base a lograr un posicionamiento en el mercado textil del Distrito Metropolitano de Quito.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## Abstract

Today the world of textile manufacturing is affected by a lack of design innovations, own brands and technology, which has led to a stagnation of domestic processing products, and an opening and introduction of international products.

If the above is compounded by the absence of a strategic vision and planning, in marketing and business, and differentiators between big companies and micro companies textiles, this brings so a weak or non-constant market positioning.

Microenterprise Mayra Creations is facing major problems, such as financial and organizational index, because it does not have a planning and organizational structure of the activities their employees performs, as well as any training process to the work to be performed, which hinders the same work process, and therefore economic losses. Also a vital factor is the quality of its products, which although they are liked by existing customers, do not have the quality to reach other markets. It also has not developed its mission, vision and business objectives. Also it is not positioned in the market, nor is it recognized by this, due to the failure to implement such actions advertising and corporate identity.

This project is focused on creating a strategic marketing plan that reflects actions that are also a guide to the micro company to acquire financial capital, raw material quality, and strategies of advertising, based on achieving a position in the textile market of the Metropolitan District of Quito.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CAPÍTULO I

### 1.01 ANTECEDENTES

Una de las actividades artesanales más antiguas en el Ecuador es la elaboración, confección y producción de textiles y tejidos, ya que este arte tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía como medio de expresión de la situación socioeconómica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba.

Según el informe de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, en el 2012, actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos que provienen de diferentes tipos de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que el país es mundialmente conocido como exportador de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.

En el Ecuador, el sector textil, realiza hoy día esfuerzos con el objetivo de mejorar los índices de producción actuales, así como la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda tanto del mercado nacional como del exterior; debido a la falta de diseños creativos, marcas propias y la implementación de tecnología novedosa, que ha obstruido los productos de elaboración nacional, y ha permitido la apertura e introducción de productos internacionales.

La microempresa "CREACIONES MAYRA" ya existente en el mercado comenzó sus actividades en el año 2010 con un sueño de muchos años atrás; cuando Mayra Lucia Catota Alomoto, estudiaba corte y confección en el Centro Artesanal Evangelina Herrera de Reinoso ubicado en la ciudad de Latacunga.

Al culminar sus estudios decidió ejercer su carrera y se trasladó a la ciudad de Quito en busca de trabajo, en el año 200, ella trabajaba como obrera y después que paso muchos años ahorro dinero y decidió empezar el negocio de la confección de prendas de vestir y su comercialización, en el lugar en donde se residían, un pequeño y humilde barrio del sector sur de la ciudad de Quito.

Sin embargo no contaba con suficiente dinero, para adquirir la maquinaria y el material para la confección de prendas de vestir así solo adquirió la maquinaria y empezó su actividad prestando servicio de confección a empresas maquilando sus prendas.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Al pasar unos meses obtuvo buenos ingresos, y fue necesario contratar a dos personas, como ayudantes, debido al incremento de la producción, sin embargo fue necesario trabajar 12 horas diarias, cinco días a la semana para poder asumir gastos del negocio y sobre todo con el tiempo adquirir su propia marca y confeccionar sus modelos diseñados a la moda actual.

Sin embargo al llegar adquirir materia prima para fabricar sus propias prendas de vestir no conocía la competencia en el mercado por lo que fue escasa su acogida del cliente ya que no satisface sus necesidades.

En el Ecuador la industria textil y de las confecciones se encuentra integrada por proveedores de materia prima e insumos, fabricación de hilos y tejidos, proveedores y comercializadores de algodón, comercializadores de fibras sintéticas, distribuidores y representantes de maquinaria, accesorios y soporte para la producción, industria química y textil, proveedores de tejidos, accesorios para la confección y comercializadores.

En la actualidad, el sector de Confeccionistas y Comercializadores de prendas de vestir presenta problemas de abastecimiento y calidad de insumos, que no han podido ser superados por la industria nacional, lo que lleva al confeccionista a demandar producto importado, sobre todo provenientes de Colombia y otros países, así mismo la calidad de la mano de obra es deficiente y costosa aspectos que hace que la producción nacional se

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



encarezca dando como resultado que se le reste oportunidades al sector para competir en el mercado internacional.

## 1.02 Justificación

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro y los cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

En el presente proyecto de tesis el cual propone el diseño y la implementación de un plan de marketing para la microempresa “CREACIONES MAYRA” dedicada a la confección de ropa para un período de cinco años, para lo cual, primero se ha realizado un análisis de la situación inicial de la microempresa analizando su estructura organizacional relacionada tanto al ambiente interno como externo estudiando detalladamente aspectos relevantes relacionados con consumidores proveedores productos con sus características (precio, calidad), competidores aspectos que influyen en el desarrollo de estrategias (políticas gubernamentales).

El problema que se identifica en la microempresa es la falta de personal capacitado, estudios de mercado y conocer más acerca de los productos que tienen mayor demanda, reconociendo todos aquellos factores posibles de comprometerla, este es el motivo por el cual se va a desarrollar este plan de marketing.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Identificar la estructura organizacional y las actividades de la microempresa de confección de ropa con la finalidad de conocer la estructura actual tanto de organización como de operación de la misma para así poder determinar las actividades o tareas necesarias que se desarrollara mediante la elaboración del plan de marketing.

Además se ha considerado el análisis de los aspectos tanto directos como indirectos de la microempresa tales como el estudio de variables económicas, sociales, culturales con la

Identificar estrategias que permitan a la microempresa mantener altos niveles de satisfacción en los clientes.

Elaborar un presupuesto que permita evaluar financieramente la implementación del Plan de Marketing para la microempresa "CREACIONES MAYRA"

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### 1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1. Análisis de fuerzas T

ANÁLISIS DE FUERZAS T						
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada	
Poca participación en el mercado	Falta de posicionamiento en el mercado				Nuevas oportunidades poniendo en práctica el estudio del plan de marketing	
FUERZAS IMPULSADORAS		I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Establecer un nuevo modelo administrativo y productivo para mejorar la eficiencia y eficacia de la microempresa.	2	3	4	2	Mala organización del personal	
Capacitar al personal del área de producción de la microempresa en las nuevas tecnologías y maquinarias a ser adquiridas.	2	4	4	2	Desinterés, mala voluntad, y falta de compromiso con la microempresa.	
Implementar las áreas de producción con funciones claramente establecidas.	2	5	4	2	Desinterés de los empleados, aumentos de tiempos muertos en los procesos.	
Planificación bien estructurada de un presupuesto para el área de producción.	2	4	4	2	Incapacidad de la administración para elaborar un plan estructurado de presupuesto.	
Buscar nuevos proveedores de materias primas con los cuales se establezcan lazos comerciales que beneficien directamente a la microempresa.	1	4	5	4	Relaciones interpersonales inadecuadas con los proveedores.	

Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### 1.04 Contextualización de la matriz T

La falta de posicionamiento en el mercado en una situación empeorada nos da como resultado poca participación en el mercado. En la situación mejorada utilizaremos nuevas oportunidades poniendo en práctica el estudio del plan de marketing.

Llegar a una situación mejorada estableciendo un nuevo modelo administrativo y productivo para mejorar la eficiencia y eficacia de la microempresa. Con una intensidad de 2 se pretende llegar a un potencial de cambio de 3. Tomando en cuenta que existe como fuerza bloqueadora mala organización del personal. El cual se pretende reducir la falta de interés de 4 logrando conseguir un potencial de cambio 2 (medio bajo).

Capacitar al personal del área de producción de la microempresa en las nuevas tecnologías y maquinarias a ser adquiridas. Como fuerza impulsadora tiene un interés 2 (medio bajo), llegar a un potencial de cambio medio alto 4 sería muy bueno, pero el desinterés y mala voluntad falta de compromiso con la microempresa actúa como fuerza bloqueadora que tiene un interés de 4(medio alto) y ganar un potencial de cambio a 2 (medio bajo) se lograra que el personal tenga conocimiento en nuevas máquinas utilizadas.

Implementar las áreas de producción con funciones claramente establecidas reducir de un interés de 2 (medio bajo) a un potencial de cambio de 5 (alto). Pero el desinterés de los empleados aumenta los tiempos muertos actúa como fuerza bloqueadora con un interés de 4(medio alto) alcanzar a un potencial de cambio de 2 (medio bajo).

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Planificación bien estructurada de un presupuesto para el área de producción con un interés de 2 (medio bajo) logrando llegar a un potencial de cambio de 4 (medio alto). Pero existe la incapacidad de la organización para la toma de decisiones que actúa como fuerza bloqueadora que su interés es de 4(medio alto) tratando de alcanzar a un potencial de cambio de 2 (medio bajo).

Establecer nuevos proveedores de materias primas con los cuales se establezcan lazos comerciales que beneficien directamente a la microempresa se pretende llegar a un potencial de cambio de 4(medio alto) a 5(alto).Teniendo como fuerza bloqueadora relaciones interpersonales inadecuadas con los proveedores con un interés de 4(medio alto), con el cual se pretende llegar a un potencial de cambio de 1(bajo), y así obtener más proveedores de materia prima de calidad.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA"DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CAPÍTULO II

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## 2.01 Análisis de involucrados



Ilustración 1: Mapeo De Involucrados

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## 2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
<b>EMPRESA</b>	Desarrollar el plan de marketing en busca de mejoramiento a futuro para la microempresa	Mal funcionamiento en general	Estudio de mercado	Conocer a los competidores que le rodean a la microempresa	Bajo conocimiento
<b>CLIENTES</b>	Mejoramiento de calidad del producto	Mala confección de las prendas	Recibir asesoramiento en el momento de la compra por parte del vendedor de la microempresa.	Que sea acogido en el mercado por su seguridad	Buscar en otra parte productos de calidad
<b>PROVEEDORES</b>	Tener más beneficio en ventas de materia	Incumplimiento en la entrega de materiales	Calificación de proveedores	Mejorar la atención hacia el cliente para mantenerlo siempre	Material en mal estado
<b>EMPLEADOS</b>	Generar más utilidades y obtener más beneficios	Poca producción a medida que la microempresa avanza	Capacitación	Que la empresa progrese a futuro	Poco interés en cumplimiento de metas
<b>GOBIERNO</b>	Cumplimiento de permisos para el funcionamiento de Creaciones Mayra	Conocer reglas y políticas del SRI	Pago de impuestos al SRI	Generar menos trámite para el funcionamiento de negocios	Incremento de valores en materiales de acuerdo a nuevas actualizaciones
<b>PROYECTISTA</b>	Buscar información en diferentes fuentes	Conocer la situación actual	Obtener conocimiento sobre el tema	Posicionamiento en el mercado	Conocimientos menos aportados

Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CAPÍTULO III

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### 3.01 Árbol de problemas

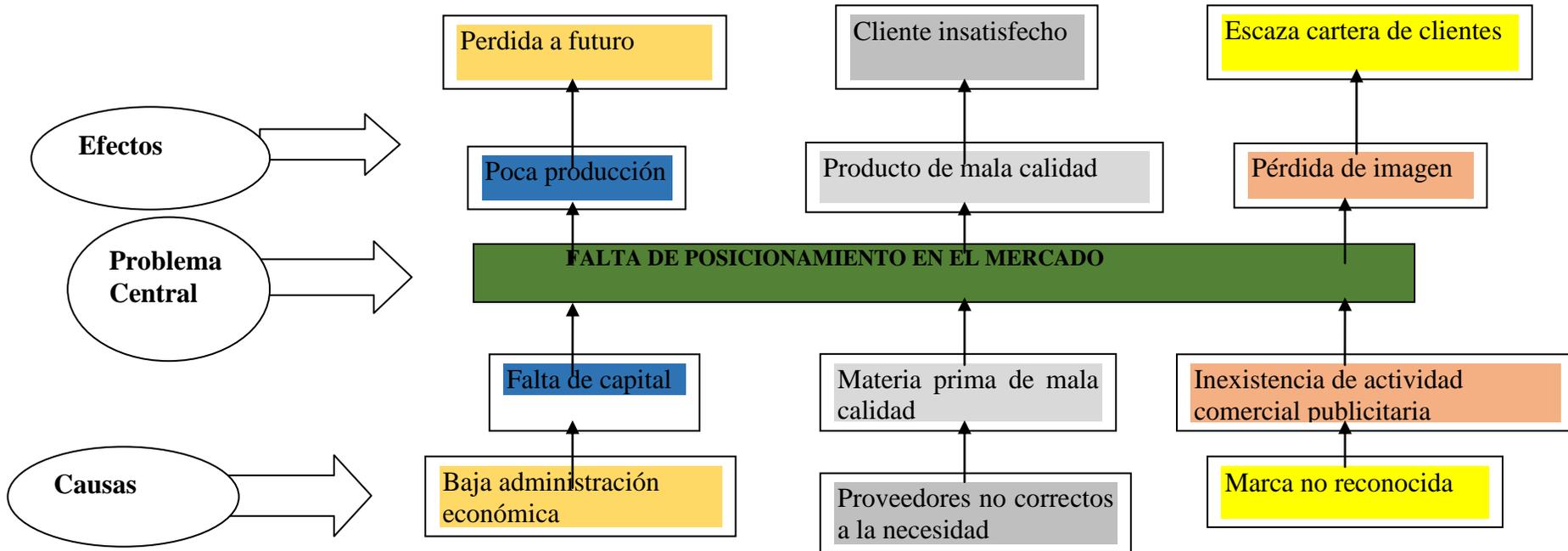


Ilustración 2: Árbol De Problemas  
Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 3.02 Contextualización del árbol de problemas

Después de un avanzado análisis de problemas identificados en la microempresa “CREACIONES MAYRA” la falta de posicionamiento en el mercado se debe a diversos factores como son:

La falta de capital que carece de una baja administración económica por lo que existe personal no calificado y especializado para dicho puesto efectuando una baja producción en productos que están por entregar en un tiempo determinado a los clientes que por la irresponsabilidad de los trabajadores existen tiempos perdidos que no se fabriquen a tiempo dando en efecto perdida a futuro.

Otra de las causas identificadas es materia prima de mala calidad ya que carece de experiencia en materiales de confección de modelos actualizados por lo que hay proveedores no correctos a la necesidad dando por efecto producto de mala calidad que el cliente busca.

Así mismo se ha evidenciado en la microempresa la inexistencia de la planificación comercial publicitaria ya que no se dispone interés de hacer publicidad también ha contribuido al desconocimiento de la marca en el mercado provocando como efecto la pérdida de imagen del producto por último se da la escaza cartera de clientes

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 3.03 Árbol de objetivos

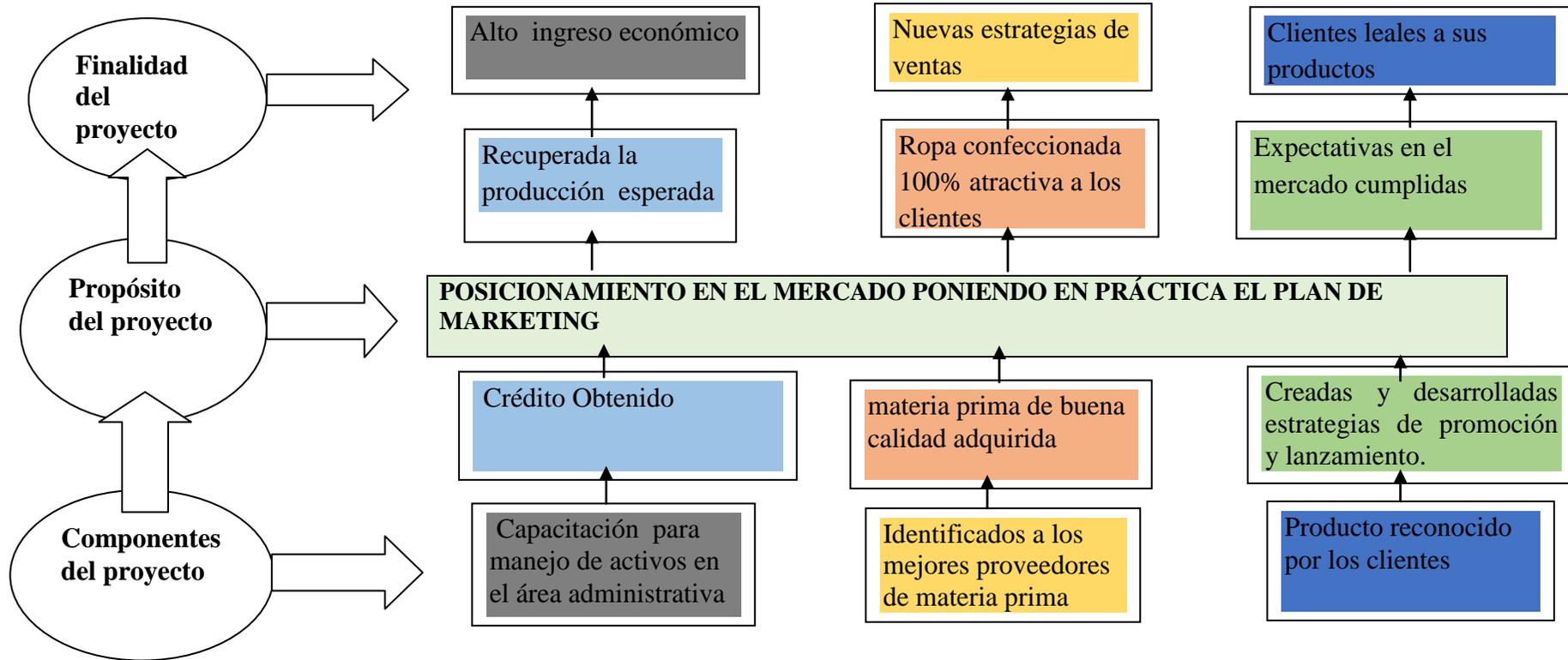


Ilustración 3: Árbol De Objetivos  
Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 3.04 Contextualización del árbol de objetivos

Para obtener un resultado satisfecho en este proyecto es necesario construir el árbol de objetivos y nuestro propósito principal es lograr el posicionamiento en el mercado poniendo en práctica el plan de marketing ya que sus componentes ayudaran a cumplir el objetivo propuesto:

Como primer componente están los créditos obtenidos, que nos ayuden al presupuesto previsto el cual deberá ser tomado a cargo a una persona responsable y capacitado en manejo de activos para el área de administración que pueda distribuir de la mejor manera posible que se pueda recuperar la producción esperada por el cliente en el tiempo esperado dando como resultado un alto ingreso económico.

Se identifica otro componente positivo como es la materia prima adquirida de buena calidad, obteniendo conocimiento sobre los mejores proveedores de materia prima que cumplan requerimientos exigidos por la microempresa para llegar al éxito de confeccionar ropa 100% atractiva a los clientes y mejorar nuestras ventas con nuevas estrategias.

Otro más es la creación y desarrollo de estrategias de promoción, a través de un plan de marketing, para lograr que el producto sea reconocido por los clientes que nos obligaría a cumplir con las expectativas en el mercado obteniendo clientes leales al producto.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CAPÍTULO IV

### 4.01 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

Se define alternativas como las diferentes vías, opciones o medios destinados a lograr un objetivo, y en la mayoría de las ocasiones la solución de un problema social.

El análisis de alternativas conlleva a la identificación de las posibles soluciones del problema social abordado por el proyecto. Permite establecer objetivos y metas centrales del estudio, así como los medios a través de los cuales se puede dar solución al problema y seleccionar aquellos que puedan lograr el objetivo principal.

Este análisis se realiza basado en el árbol de objetivos, sobre los resultados obtenidos en el análisis de problemas. Por lo que, mientras el análisis de problemas se aplica a través del árbol de problemas, el análisis de alternativas se realiza con el árbol de objetivos.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

#### 4.02 Matriz de análisis de alternativas

Tabla 3: Matriz de análisis de alternativas

MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS							
Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	TOTAL	Categorías
Posicionamiento en el mercado poniendo en práctica el plan de marketing.	5	4	3	5	3	20	Media alta
Créditos obtenidos	4	5	5	4	3	21	Alta
Materia prima de buena calidad adquirida.	5	4	4	5	2	20	Media alta
Estrategias de promoción y creación desarrolladas.	4	4	4	5	3	20	Media Alta
Capacitación para manejo de activos en el área administrativa.	4	5	5	2	2	18	Media alta

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Identificado a los mejores proveedores de materia prima.	4	4	3	4	2	<b>16</b>	<b>Media alta</b>
Alto ingreso económico.	4	3	3	4	4	<b>18</b>	<b>Media Alta</b>
Producto reconocido por los clientes.	5	4	3	5	2	<b>19</b>	<b>Media alta</b>
Nuevas estrategias de venta.	4	4	3	4	4	<b>19</b>	<b>Media Alta</b>
Total	40	37	33	38	25	171	

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 4.03 ANÁLISIS:

El presente análisis nos permite ver cuáles son las alternativas que tenemos para poder solucionar el problema central que se tiene ubicado y qué medidas se deben tomar si el problema llega a hacer daño a la microempresa, por eso es importante este análisis para tener en cuenta como se encuentra actualmente la microempresa y que movimientos se pueden realizar para encontrar una solución al problema. Lograr un posicionamiento en el mercado poniendo en práctica el plan de marketing, adquirir créditos y materia prima de buena calidad son indicadores que impactan directamente sobre el propósito del proyecto.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### **4.04 Matriz de análisis de impacto de los objetivos**

Este análisis permite demostrar gráficamente el impacto que cada uno de los objetivos puede tener en relación con el proyecto, ser positivos para la empresa se evidencia cuáles se pueden implementar inmediatamente para beneficio de la misma, así como tener una idea de los resultados a obtener; ya que se analizarán previamente antes de implementarse.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Tabla 4: Matriz De Análisis De Impacto De Los Objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto en género	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total
Posicionamiento en el mercado poniendo en práctica el plan de marketing.	Los beneficios son mayores que los costos	Incremento de los ingresos y de la participación de hombres y mujeres	Mejora el entorno social y cultural de la microempresa.	Responde a las expectativas buscadas	Maximiza la tasa de ocupación del mercado	
Crédito Obtenido	Es conveniente para los beneficios de la microempresa	Personal mejor capacitado para el manejo de activos	Aumenta el cuidado de la ambiente laboral de la microempresa	Es una prioridad de la administración para alcanzar las metas propuestas	Son una fuente de financiamiento a corto y largo plazo.	
Materia prima de buena calidad adquirida.	Existen proveedores con materiales de buena calidad	Incremento del conocimiento y dominio del trabajo a realizar	Contribuye a la protección del uso de recursos.	Beneficia la imagen externa de los clientes hacia los productos de la microempresa.	Incremento en la satisfacción de calidad buscada por los clientes.	
Estrategias de promoción y creación desarrolladas.	Existen los medios adecuados para su realización	Mayor participación del personal en las acciones programadas	Mejorar el ambiente entre microempresa y clientes.	Es un beneficio para el incremento de las ventas de la microempresa.	Es una nueva vía de incentivo para las ventas	

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Capacitación para manejo de activos en el área administrativa.	Los beneficios son altos, convenientes y cubren la necesidad de la microempresa.	Incremento y perfeccionamiento de los conocimientos administrativos, tanto de hombres y mujeres.	Provoca cambios en el ambiente cultural y social de la microempresa.	Es una prioridad de la administración para mejorar el funcionamiento de la organización.	Fortalece la organización con un personal mejor preparado.	
Identificar a los mejores proveedores de materia prima.	Los beneficios aportan mayor calidad al servicio que ofrece la microempresa.	Incremento de la calidad del trabajo del personal.	Mejora el entorno social de la microempresa.	Conocer las ofertas de productos de mayor calidad.	Se puede contar con sus ofertas para incrementar la calidad de los productos de la microempresa.	
Producto reconocido por los clientes.	Es conveniente para los beneficiarios.	Incremento de los ingresos del personal	Contribuye a una mejora del entorno y rendimiento laboral.	Responde a las expectativas del plan de marketing.	Fortalece a la microempresa.	
<b>PO</b>	36	28	30	36	36	<b>166</b>

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### **4.05 ANÁLISIS:**

El impacto que cada uno de los objetivos puede tener en relación con el proyecto es factible a logarse ya que la mayoría es beneficioso para Creaciones Mayra, ya que aportan mayor calidad, estética, motivación, reconocimiento en el mercado e ingresos monetarios, tanto para el personal como para la misma entidad. Además de que siempre va a responder a las expectativas buscadas.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### 4.06 Diagrama de estrategias

El diagrama de estrategias tiene como fin estructurar y definir el alcance de las estrategias antes expuestas, también vincular estas con los objetivos que pueden ser trabajados articuladamente para el logro de un objetivo más importante. Además este diagrama permite delimitar a donde se quiere llegar con el proyecto y los objetivos específicos que definen los indicadores en el marco lógico.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

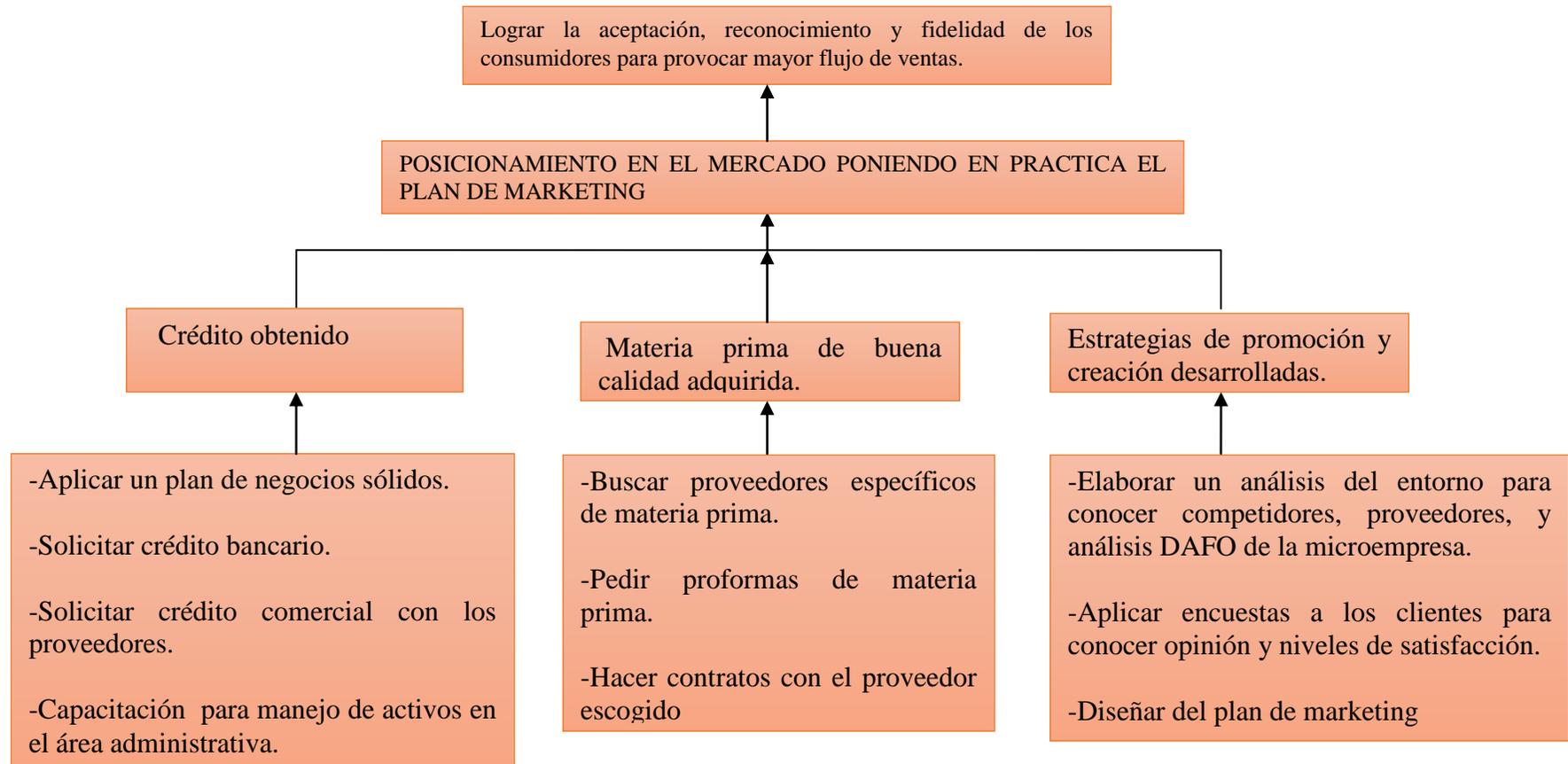


Ilustración 4: Diagrama De Estrategias  
Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### **4.07 ANÁLISIS:**

Como se demuestra en el diagrama, las estrategias son aplicables y alcanzables, además conforman una relación estrecha con los objetivos antes planteados, para lograr alcanzar el propósito determinado del proyecto, y delimitar hasta qué punto se quiere llegar.

#### **4.08 Matriz de marco lógico**

La matriz de marco lógico nos permite dar respuesta a las siguientes interrogativas:

- ¿Qué se desea lograr en el proyecto?
- ¿Cómo se alcanzaran el propósito y componentes?
- ¿Qué factores externos son indispensables para el éxito del proyecto?
- ¿Cómo se puede obtener información necesaria para verificar el cumplimiento del proyecto?
- ¿Cuál es el presupuesto necesario para la ejecución del proyecto?

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Tabla 5: Matriz de marco lógico

	Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad	Lograr la aceptación, reconocimiento y fidelidad de los consumidores para provocar mayor flujo de ventas.	Incremento de las ventas de la microempresa “Creaciones Mayra” en un 20% en 1 año.	Registro de ventas anuales.	No aplicación de las acciones estratégicas del plan de marketing debido a la falta de presupuesto, o la no mejora de la calidad de la materia prima.
Propósito	Posicionar la microempresa “Creaciones Mayra” en el mercado, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.	Los clientes la identifican como 10% mejor que la competencia, por la calidad en los productos que vende.	Encuesta aplicada a los clientes para conocer niveles de satisfacción y sugerencias.	Los clientes ya son fieles a una tienda de ropa y no desean cambiar a una nueva.
Componentes	1-Crédito Obtenido	-Proveedores con 5% de	- Inspección visual de los	- Los proveedores no están

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



	<p>2-Identificado proveedores y adquiririda materia prima de buena calidad.</p> <p>3-Desarrollada y creada estrategias de promoción plasmadas en el Plan de marketing</p>	<p>más tiempo en el mercado que los actuales y con una calidad superior en los productos.</p> <p>-Acciones de marketing aplicables, y que no excedan en un 5% presupuesto destinado de la microempresa.</p>	<p>productos que ofrecen los proveedores.</p> <p>-Informe control sobre la aplicación de las estrategias plasmadas en plan de marketing.</p>	<p>interesados en nuestro mercado.</p> <p>-Resistencia y rechazo al nuevo giro empresarial de la empresa por parte del personal.</p>
Actividades	<p><b>1</b>-Aplicar un plan de negocios sólidos.</p> <p>-Solicitar crédito bancario.</p> <p>-Solicitar crédito comercial con los proveedores.</p> <p>- Capacitación para manejo de activos en el área administrativa.</p> <p><b>2</b>-Buscar proveedores específicos de materia prima.</p>	<p>Se necesita para la aplicación de este plan de marketing un presupuesto de 2000usd.</p>	<p>Recibos de los costos de las acciones propuestas en el plan de marketing.</p>	<p>La microempresa se quede sin capital financiero para seguir aplicando las acciones del plan de marketing.</p>

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



	<p>-Pedir proformas de materia prima.</p> <p>-Hacer contratos con el proveedor escogido</p> <p><b>3</b>-Elaborar un análisis del entorno para conocer competidores, proveedores, y análisis DAFO de la microempresa.</p> <p>-Aplicar encuestas a los clientes para conocer opinión y niveles de satisfacción.</p> <p>-Diseñar del plan de marketing.</p>			
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### 4.09 ANÁLISIS:

La matriz del marco lógico plasmó las estrategias, objetivos y a donde se quiere llegar con todo lo implementado, así como una representación de los resultados a corto, mediano o largo plazo y qué medidas se deben tomar al pasar el tiempo para que todo salga como esta en el análisis y no sea perjudicante para la microempresa, sino un beneficio para la misma, e influya en su crecimiento empresarial en cuanto a estructura, y también en el rendimiento laboral.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.01 Antecedentes**

La microempresa “Creaciones Mayra” se encuentra hoy día enfrentando grandes problemas tanto de índice financiero como organizacional, ya que no cuentan con una planeación ni una estructura organizativa de las actividades que desempeñan sus empleados, así como ningún proceso de capacitación hacia el trabajo a realizar, lo que dificulta el mismo proceso de trabajo, y por ende pérdidas económicas. También un factor determinante es la calidad de sus productos, los cuales a pesar de que son del agrado de los clientes actuales, no presentan la calidad necesaria para llegar a otros mercados. La misma tampoco tiene elaborada su misión, visión y objetivos empresariales. Además no se encuentra posicionada en el mercado, ni es reconocida por este, debido a la no implementación de acciones de índole publicitarias y de identidad corporativa.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Los servicios que brinda son acordes al área de la confección textil, específicamente son:

- Confección de camisas.
- Confección de blusas y camisetas (dama y caballero).
- Buzo de dama y caballero.
- Camiseta de niño y niña.
- Diseño y preparación de muestras para la fabricación de prendas de vestir
- Moldes de camiseta y buzos.
- Venta de prendas de vestir para damas caballeros y niños.

\*Para la confección se cuenta con una variedad de tallas que van desde la 26 hasta la 44, en dependencia del artículo deseado.

No es menos cierto que la microempresa necesita de su personal para crecer y ser una más competitiva, ya que es mediante las experiencias y conocimientos de estos que se podrán lograr los objetivos, metas y mejorar el funcionamiento de la misma. Pero otros factores muy importantes son el contar con proveedores que suplan la necesidad de materiales de mejor calidad y la creación de planes de marketing.

El plan de marketing tiene la misión y responsabilidad de, no sólo satisfacer las demandas del mercado, sino también de buscarlos y promoverlos hacia el producto y/o servicio que interese, con el fin de lograr el intercambio. Desde este punto de vista, las actividades de Marketing no son más que medios para lograr los fines de la empresa, jamás constituyen fines en sí mismos aunque naturalmente, y como actividades individuales tendrán objetivos

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



propios, pero en el contexto la función de Marketing forma parte de un conjunto, un sistema, que no tiene sentido más que cuando así sea considerado y no en términos de individualidades. O sea no es más que una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Por lo que este forma parte de la planificación estratégica de una compañía

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## 5.02 Descripción

El Plan de Marketing exige la realización de una metodología a seguir con cierta precisión para no caer en el desorden y cumplir lo establecido. Es importante seguir todas y cada una de las etapas siguientes en el orden descrito para la presente investigación:

### 1. Análisis del entorno

- Ubicación de la microempresa
- Tiempo en el mercado
- Cartera de productos
- Competidores existentes
- Matriz DAFO
- Proveedores

### 2. Muestreo y Aplicación de encuestas.

### 3. Análisis de resultados.

### 4. Estrategias del plan de comunicación o marketing mix

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## 5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

### 5.03.1 Análisis del entorno

- **Ubicación de la microempresa**

Creaciones Mayra se encuentra ubicada al sur de la ciudad Quito, en el sector Guamaní, Calle E31 Lote -443 Calle S57G, Cooperativa La Venecia 1:

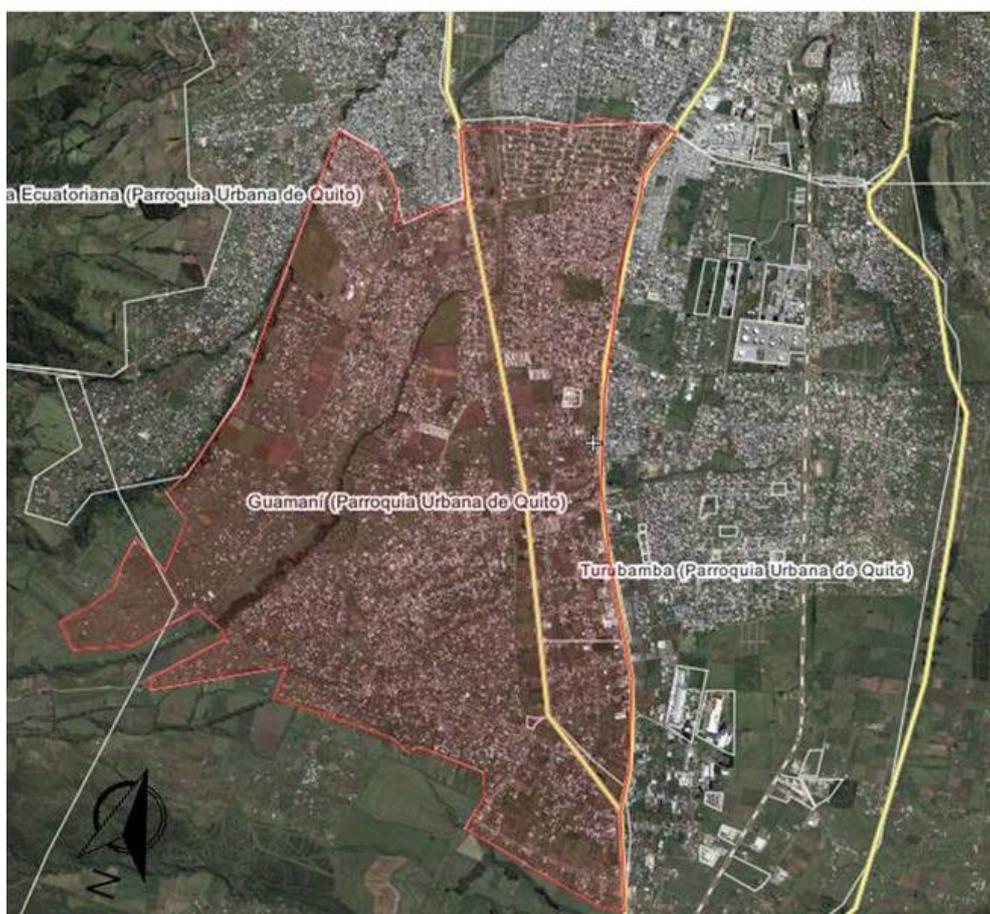


Ilustración 5: Ubicación geográfica Creaciones Mayra  
Fuente: Google

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### ▪ **Tiempo en el mercado**

La microempresa fue creada por Mayra Lucia Catota Alomoto, actual administradora, el 13 de septiembre del 2010, aunque solo lleva en el mercado 3 años. Cuenta con el siguiente personal:

-Mayra Catota: Administradora/ diseñadora de modas

-Betty Catota: Finanzas y administración

-Ana Catota: Ventas

-Doris Sillo: Costurera

A pesar de estar delegados a estas funciones, los miembros del personal apoyan también, siempre que es necesario, en otras áreas como la de confección, diseño y elaboración de los artículos encargados.

### ▪ **Cartera de productos**

La cartera de productos actual es muy variada y con precios económicos, además de que cuenta con precios diferenciados por compras al por mayor (docena):

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Tabla 6: Cartera de productos Creaciones Mayra

Servicios		Precios unitarios (usd)
Confección de camisas	<b>Tallas</b>	
	26	0.60
	28	0.80
	30	1,00
	32	1,20
	34	1,40
	36	1,60
	38	1,80
	40	2,00
Confesión de blusas y camisetas (dama y caballero).	36	0,50
	38	0,70
	40	0,90
	42	1,10
Buzo de dama y caballero.	36	0,60
	38	0,70
	40	0,80
	42	0,90
Camiseta de niño y niña.	26	0,30
	28	0,40
	30	0,50
	32	0,60
	34	0,70
Diseño y preparación de muestras para la fabricación de prendas de vestir. <ul style="list-style-type: none"> <li>Moldes de camiseta y buzos.</li> </ul>	26	5
	28	6
	30	7
	32	8
	34	9
	36	10
	38	11
	40	12
	42	13
44	14	

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



		Precio/u	Precio/docena
Venta de prendas de vestir para damas, caballeros y niños.	-Camisetas de hombre	6,00	4,50
	-Buzos	10,00	7,00
	-Blusa de mujer	8,00	5,00
	-Buzos de mujer	10,00	7,00
	-Camisetas de niño y de niña	5,00	3,50

Elaborado por: Carmen Catota

#### ▪ Competidores existentes

La competencia de la microempresa Creaciones Mayra está compuesta por otras pequeñas microempresas ubicadas en el mismo sector Guamaní, que comparten el mismo mercado y algunas brindan el mismo servicio:

-Confecciones Emilia

-Confecciones Danielita

-Carmita Sport

-Textiles Hilgar

-Confecciones Karol

-Confecciones Urano

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Estos arreglan toda clase de prendas de vestir, confeccionan peluches y cambio de cierres, y cuentan con una gran variedad de mercaderías, en parte adquiridas por otras empresas y también confeccionado por ellos a muy bajo costo.

- **Matriz DAFO**

La Matriz DAFO, o el análisis FODA, es una metodología de estudio para conocer la situación de una empresa o un proyecto, de ahí la necesidad de aplicarlo en Creaciones Mayra para conocer sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades), en base a la propuesta planeación estratégica que solucione y utilice los resultados reflejados en esta.

Tabla 7: Matriz DAFO Creaciones Mayra

Fortalezas	Debilidades
<p>-Cuenta con una variedad de tallas acorde a la necesidad del cliente.</p> <p>-Disponibilidad al cambio.</p> <p>-Presenta una estrategia de descuentos por la compra de una docena de artículos.</p>	<p>-Falta de capital.</p> <p>-Falta de personal capacitado para sus funciones.</p> <p>-Producto no reconocido por los clientes.</p> <p>-El desinterés de los trabajadores al momento de la confección de prendas.</p> <p>-Aumento de tiempos muertos.</p>
Amenazas	Oportunidades
<p>-Restricciones de importaciones podría ocasionar que falte mercadería o que suban demasiado los precios.</p> <p>-La economía no se encuentre estable y haya una disminución en el consumo en los hogares.</p> <p>-La creación de empresas de confecciones con grandes atributos y fortalezas.</p>	<p>-No hay tiendas o microempresas bien capacitadas en las ventas en el sector.</p> <p>-No existen tampoco fuertes competidores microempresarios.</p> <p>-La competencia no cuenta con buena estética en sus locales.</p>

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### ▪ Proveedores

Creaciones Mayra en la actualidad no es un importador, el motivo es que no existe un capital para considerar importaciones, fletes, seguros y bodegajes, sobre todo tener capital muerto sin producir; sin embargo los proveedores actuales son:

#### **-Cortyvis Cia. Ltda**



Ilustración 6: Logotipo Cortyvis  
Fuente: Google

Esta provee a la microempresa de:

-Licras estampadas

-Licras llanas

Utilizadas para la elaboración de blusas, camisetas; y para pantalón licra de mujer y de niña.

#### **-Almacenes José Puebla, Insumos Textiles en Ecuador**



Ilustración 7: Logotipo Almacenes José Puebla  
Fuente: Google

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Estas proveen a la microempresa de:

- Tela Jersey algodón
- Tela de camiseta y buzos
- Camiseta de niño

Así como materiales necesarios para la confección, como:

- Agujas,
- Hilos,
- Elástico
- Diseños de estampado
- Funda de botones
- Cuellos
- Reata
- Funda de broches
- Funda de cierres
- Tijeras

### 5.03.2 Muestreo y aplicación de encuestas

Para poder elaborar planes con acciones que permitan a la microempresa mantener altos niveles de satisfacción en los clientes, y además retroalimentar el diagnóstico situacional, se aplicaron encuestas a una muestra aleatoria compuesta por **10 clientes** del mes de febrero, que hicieron uso de los servicios de confección y diseño del establecimiento.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## MODELO DE ENCUESTA

### 1. ¿Por qué medio conoció de la existencia de Creaciones Mayra?

- Televisión ( ) - Revistas ( ) - Volantes ( ) - Prensa local ( )
- Internet ( ) - Radio ( ) - Por Referencia ( )

### 2. ¿Cuál es su opinión del servicio de confección de la microempresa?

- Excelente ( ) - Muy bueno ( ) - Bueno ( ) - Malo ( )

### 3. ¿Qué le gustaría cambiar del establecimiento?

- La ubicación ( ) - La estética del local ( )
- Precio de los servicios ( ) - El personal ( ) - El tiempo de entrega del producto ( )

### 4. ¿Considera adecuado el precio de los servicios que ofrecen Creaciones Mayra?

- Si ( ) - No ( )

### 5. ¿Qué aspectos considera importantes en el momento de elegir un establecimiento para confeccionar su ropa?

- Precio ( ) - Rapidez en el servicio ( ) - Atención al cliente ( )
- Calidad de los materiales de confección ( ) - Modelos acordes a su necesidad ( )

### 5.03.3 Análisis de los resultados

#### 1. ¿Por qué medio conoció de la existencia de Creaciones Mayra?

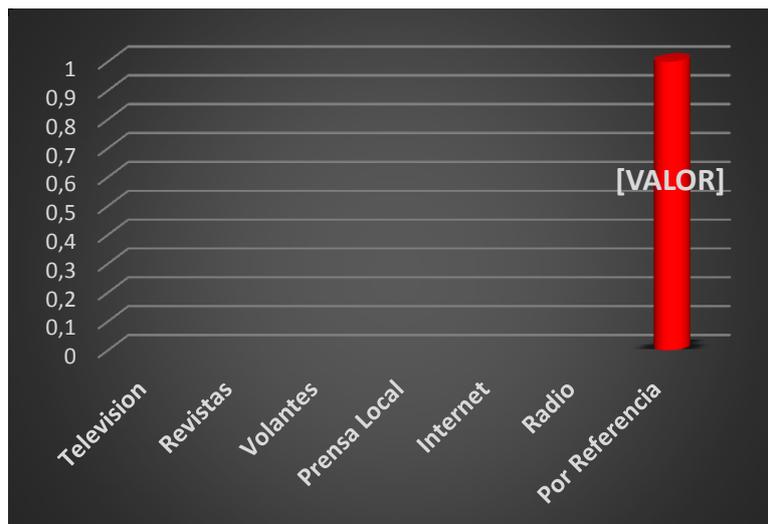


Ilustración 8: Medios por los que se conoce la existencia de Creaciones Mayra  
Elaborado por: Carmen Catota

#### Análisis

El 100% de los encuestados contestó que la manera por la cual conocieron del establecimiento fue por referencias, y nunca han visto ningún tipo de publicidad sobre el local.

## 2. ¿Cuál es su opinión del servicio de confección de la microempresa?

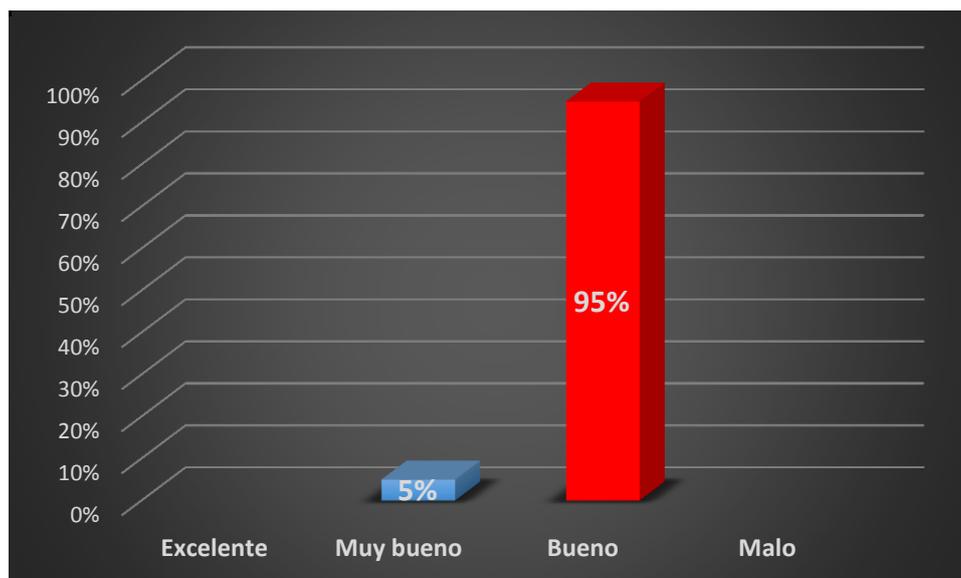


Ilustración 9: Opinión sobre los servicios de Creaciones Mayra  
Elaborado por: Carmen Catota

### Análisis

La opinión sobre el servicio de confección de ropa que tienen los clientes, en su mayoría es bueno de manera general, así como su nivel de satisfacción sobre la microempresa aunque no significa esto que no quisieran otros cambios.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### 3. ¿Qué le gustaría cambiar del establecimiento?



Ilustración 10: Deseos de cambio de los clientes  
Elaborado por: Carmen Catota

#### Análisis

El tiempo de entrega del producto es un elemento muy importante que el 60% de los entrevistados marcó como necesario al cambio, y se ha de destacar con un 30% la estética del local.

#### 4. ¿Considera adecuado el precio de los servicios que ofrecen Creaciones Mayra?

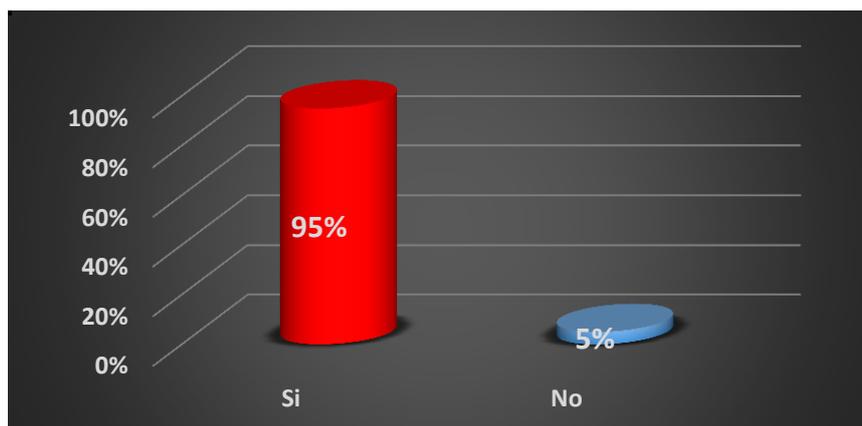


Ilustración 11: Satisfacción con respecto al precio de los servicios  
Elaborado por: Carmen Catota

#### **Análisis**

Un 95% de los clientes considera acorde a sus expectativas, y adecuado el precio de los servicios de la microempresa, lo que influye también en el nivel de satisfacción de los mismos.

**5. ¿Qué aspectos considera importantes en el momento de elegir un establecimiento para confeccionar su ropa?**

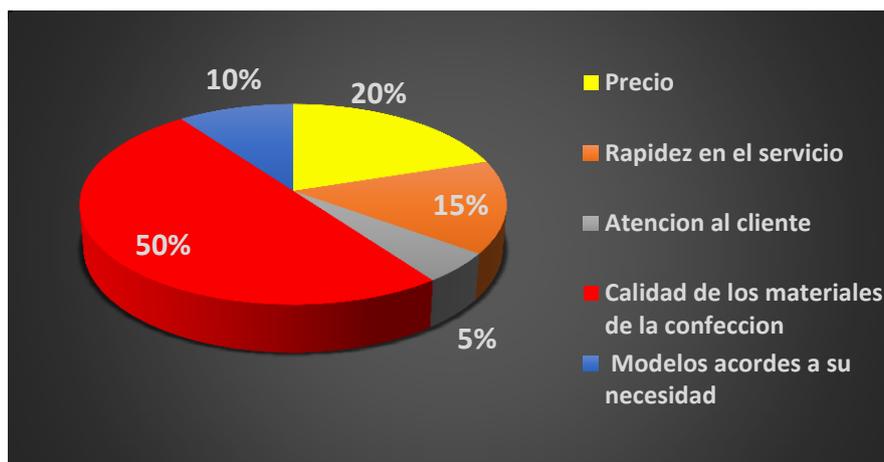


Ilustración 12: Aspectos importantes para elegir un centro de confecciones  
Elaborado por: Carmen Catota

**Análisis**

Con 50% de votos, la calidad de los materiales de confección es un factor que influye en el momento de elegir un establecimiento para confeccionar y diseñar ropas, el precio, ocupando un 20%, también es un elemento decisivo para los clientes, así como la rapidez en el servicio.



#### 5.03.4 Estrategias del plan de comunicación o el Marketing mix

##### a. Estrategias del producto

###### 1. Definición de Misión, Visión y Valores de la Microempresa.

Se propone la elaboración de la misión, visión y valores corporativos en función de disponer de una declaración explícita y compartida, para el interés de los clientes y del personal, orientada a mejorar las acciones de marketing y afrontar cualquier imprevisto, definiendo quienes son, quienes quieren ser en un futuro y los valores que tienen para poder conseguirlo.

###### - **Misión:**

*“Somos una microempresa ecuatoriana especializada en la confección y diseño de artículos textiles para caballeros, damas y niños, con un personal capacitado y precios competitivos en el mercado”.*

###### - **Visión:**

*“Ser la microempresa líder en el mercado de la ciudad de Quito, en la confección y diseño de artículos textiles para todo género y edad, reconocida por su servicio de excelencia, calidad en los productos y responsabilidad empresarial”.*

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA “CREACIONES MAYRA” DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### - Valores corporativos

Se definen los valores en base a la orientación del negocio, cómo se va a competir y posicionarse tanto en la mente de los clientes como de los competidores. Por lo que se proponen los siguientes valores:



Ilustración 13: Valores corporativos  
Elaborado por: Carmen Catota

## 2. Diseño de organigrama

Uno de los elementos clave de la organización de una empresa es su estructura, por tanto es importante diseñar el organigrama para definir, jerárquicamente y organizacionalmente, los cargos que componen la estructura organizacional de la microempresa.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

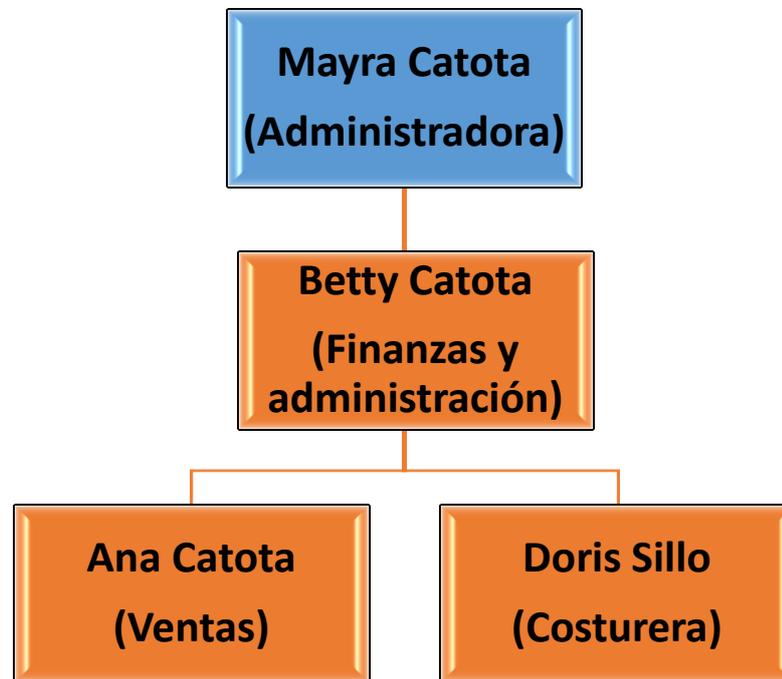


Ilustración 14: Organigramma Creaciones Mayra  
Elaborado por: Carmen Catota

### 3. Diseño de un logotipo y slogan

Se propone el diseño de un logotipo que sea parte de la identidad corporativa de la microempresa, para de esta forma ir creando posicionamiento en la mente de los clientes. Además la elaboración de slogan que también capaz de definir Creaciones Mayra y llame la atención de futuros consumidores y de la competencia.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Se propone un tipo de logo para tomar como referencia:

**Logotipo:**



Ilustración 15: Logotipo  
Elaborado por: Carmen Catota

**Slogan:**

## ¡Confecciones a tu gusto!

4. Establecer una nueva estética y decoración de la tienda, basada en los colores identificativos del logotipo, con el fin de crear un presentación visual ante los clientes.

5. Creación de empaques y fundas

La función de un empaque es de contener y producto un producto, pero también tiene una función publicitaria. Se propone colocar en la funda en que se entreguen las prendas el logotipo y slogan de Creaciones Mayra. Ya que esta permitirá diferenciarla de la competencia, e identificar la marca. También contará con los datos del local, dirección fija, e-mail y números telefónicos.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Ilustración 16: Modelo de funda con Logotipo  
Elaborado por autor: Carmen Catota

## 6. Capacitar al personal

Para lograr elementos diferenciadores con la competencia, tanto la atención al cliente como el mismo servicio de confección y diseño de ropa, deben tener la calidad necesaria, ya que son los empleados los encargados de vender y hacer conocer al cliente la imagen que se quiere proyectar. Por lo que se propone:

- Distribuir material bibliográfico con un temario relacionado con la atención al cliente y verificación de lectura a través de un cuestionario.
- Creación de espacios o reuniones donde se impartan charlas, por parte de la administración, con el objetivo de motivarlos y refrescar los procesos internos, así como que ellos expresen sus ideas y lograr una retroalimentación.
- Enviar al personal a que participen en cursos de Asociación de Artesanos Textiles en Quito, para que se capaciten en temas relacionados a su trabajo.
- La administración se puede valer de información en internet para ofrecer capacitaciones al personal.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 7. Contratación de más personal

Se propone la contratación de más personal que apoye el área de confección y tejido de ropa, con el fin de agilizar el trabajo y conseguir una mayor rapidez en la entrega del producto al cliente, para justificar uno de los valores de la microempresa e identificación en el mercado. Además de lograr incrementar la producción de prendas.

### 8. Buscar proveedores específicos de materia prima

En vista a la necesidad de contar con materia prima de mejor calidad se propone realizar una selección de proveedores basada en las siguientes fases:

-Localizar proveedores: Utilizar diferentes fuentes de información para localizarlos (internet, páginas amarillas, prensa, radio y tv, ferias o exposiciones comerciales del sector, base de datos de organismos públicos)

-Solicitar información: Es la forma a través de la cual se va a conocer más sobre el proveedor y sus productos, ya sea visitando el local donde se encuentre o mediante correos.

-Evaluación y selección: Es un análisis del monto de proveedores estudiados, y la eliminación de estos según los criterios de selección que realice la microempresa (precio, calidad, condiciones de pago, servicio, prestigio, localización, instalaciones, fuerza técnica, capacidad financiera, nivel organizativo y administrativo. entre otros).

Se recomienda crear fichas técnicas de cada proveedor en las que se reflejarán las características de los artículos que cada uno puede suministrar y las condiciones comerciales que ofrece. Para luego seleccionar el o los agentes encargados de suministrar el producto en las condiciones más adecuadas a las necesidades de la microempresa.

-Hacer contrato con el proveedor escogido.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## **b. Estrategias de Precio**

### 1. Mantener los precios actuales

Se propone mantener los precios actuales, pues estos satisfacen el consumo y los gastos operativos de la microempresa. Además los clientes se encuentran de acuerdo con la cartera de precios actuales.

2. Mantener la política de descuento por la compra de docenas, para continuar motivando la venta, pues es efectiva y factible para la microempresa.

3. Mantener siempre un balance entre calidad y precio, a medida que se obtenga mejor calidad de los productos textiles (tela, hilo, maquinarias, entre otras).

4. Premiar la fidelidad de los clientes con descuentos especiales, a aquellos que constantemente o mensualmente realizan compras en el local.

5. De existir un aumento de precio debido a mayores costos de materia prima, se deben aplicar promociones como por la compra de 3 prendas recibirá una gratis, o si compra \$24,00usd en prendas del establecimiento recibe un producto adicional gratis.

6. Disminuir los costos variables en un 20%.



#### Ahorro de consumo de agua

- Concienciar al empleado sobre el uso razonable de agua.
- Revisar periódicamente las tuberías e instalaciones para evitar fugas o goteras de agua.

#### Ahorro de suministros de limpieza

- Dosificación apropiada de productos de limpieza.
- Realizar la compra de estos al por mayor, y adquirirlos a un costo asequible.

#### Ahorro de energía eléctrica

- Apagar las luces cuando no se necesiten
- Controlar el consumo de energía mensualmente
- Utilizar lámparas y focos ahorradores
- Concientizar al personal sobre el ahorro de energía eléctrica.

#### Ahorro de materiales de confección de prendas

- Adquirir los materiales al por mayor.
- No desechar los pedazos de tela restantes, en caso de ser reutilizables.
- Llevar en inventario del consumo de los materiales.

#### Control del uso de teléfono

- Controlar el uso de teléfono por parte del personal, haciendo cumplir las indicaciones por el manual de procesos.

7. Adquisición de capital financiero para poder lograr las metas y aplicar las acciones diseñadas en el plan de marketing.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



Inicialmente se propuso el objetivo conseguir inversionistas potenciales, pero esto conllevaría a ofrecer acciones de la microempresa a personas ajenas al entorno familiar, en el cual está sustentada Creaciones Mayra, por lo que se propone, para obtener el capital requerido para provocar un cambio, incentivar las ventas y posicionarse en el mercado, la aplicación de las siguientes estrategias:

- Solicitar un crédito bancario para financiar la inversión en la adquisición de los activos fijos tales como estantes, anaqueles, maquinarias y herramientas textiles, así como para el activo diferido correspondiente al presupuesto publicitario.
- Pactar crédito comercial con los proveedores para financiar el activo circulante, en lo referido a la adquisición de materias primas y mercancías para la venta.

### **c. Estrategias de plaza**

1. Mantener la ubicación de Creaciones Mayra como plaza y principal canal de distribución de los productos que allí se comercializan.
2. Mejorar la calidad de la atención al cliente del personal de ventas, a través de capacitaciones e incentivos por cada venta realizada, para que los atiendan de mejor manera, dándole sugerencias sobre la ropa así como las ventajas y diferencias de las prendas.



3. Colocar un letrero en las afueras del establecimiento para identificar el local. El rótulo debe llevar el logotipo y slogan propuestos en la estrategia de producto.
4. Disponibilidad de crear un stand o puntos de ventas en lugares donde se realicen ferias, eventos o zonas altamente comerciales.
5. Implementación de ventas y entregas a domicilio con previa coordinación, ya sea por la solicitud personal del cliente en el local como por vía telefónica.
6. Realizar alianzas estratégicas con distribuidores de la ciudad de Quito, como vía de fuerza de ventas, para que ubiquen las prendas elaboradas por la microempresa en un lugar preferencial y atractivo para su mercado meta.
7. Elaborar estrategias de *merchandising* en el puesto de venta, o sea el local de Creaciones Mayra, para llamar la atención, dirigir al cliente a que entre al establecimiento y hacia el producto, facilitando la compra.

Se propone:

- Colocar los productos más vendidos más distantes para que el cliente recorra mayor superficie de la tienda.
- Lograr una vinculación entre los productos y las secciones donde estén ubicados, para provocar la venta de más de un producto.
- Mantener limpio el local y con una fragancia que identifique a Creaciones Mayra.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



- Reproducir música actual para que los clientes se sientan a gusto e incentivar las ventas.

#### **d. Estrategias de promoción**

1. Diseño de trípticos y volantes con la información del establecimiento (productos, ubicación, precio, contactos y logo)
2. Repartición de los volantes en las zonas de gran afluencia, puestos de revistas, cines, centros comerciales, entre otros.
3. Campaña publicitaria en la radio a través de cuña radial:

Se implementará el uso de cuñas radiales en determinadas estaciones tales como:

- Radio la Otra
- Joya Stéreo
- Radio America
- Tropicálida
- Más candela

Se seleccionaron las anteriores emisoras de radio debido a los índices de ratings, son del alcance de los futuros clientes, y tienen un precio asequible, dadas las condiciones presupuestales de la microempresa.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



#### 4. Inserción en las redes sociales

La tendencia actual se basa en la comunicación a través de las herramientas electrónicas, y las redes sociales son las mayores representantes del tiempo que la gente invierte en línea. Las redes sociales conocen todo sobre nosotros; quienes somos, donde hemos estado, que nos gusta, quiénes son nuestros amigos, entre otros, lo cual consiste en una ventaja, ya que debido a ello los navegadores permiten navegar de manera más rápida y efectiva, mantener el contacto con personas que de otro modo no se volvería a ver en la vida, y en cuestión de publicidad, se obtiene la información que pueda interesar.

El objetivo es el de crear un vínculo con los futuros clientes, y para ello se pretende atacar visualmente usando las redes sociales:

- Creación de un perfil en Facebook y twitter.

Con publicaciones periódicas en la fan page que causen impacto visual, y avisos auspiciados en Facebook y Twitter que lograrán un mayor alcance, permitiendo llegar efectivamente futuros consumidores.

Creaciones Mayra no cuenta con una gestión de redes sociales por lo que se sugiere la creación de perfiles para publicitar los productos y servicios que ofrece dentro de las redes sociales, publicando imágenes de tanto los productos, el área de trabajo como del local.



## CAPÍTULO VI

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

#### 6.01 Recursos

##### 6.01.1 Recursos materiales

Los recursos materiales utilizados fueron:

- Matrícula
- Transporte
- Compra de Libros
- Hojas Papel Bond
- Copias
- Anillado
- Empastado

##### 6.01.2 Recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos utilizados fueron:

- Uso de internet
- Flash memory

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



### 6.01.3 Recursos humanos

Los recursos humanos utilizados fueron:

- Clientes
- Proveedores
- Administración Creaciones Mayra
- Instituto Tecnológico Cordillera

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## 6.02 Presupuesto

Tabla 8: Presupuesto recursos administrativos

ACTIVIDADES	TOTAL (usd)
<b>RECURSOS MATERIALES</b>	
Matrícula	\$ 750,00
Transporte	\$57,50
Compra de Libros	\$ 47,78
Hojas Papel Bond	\$ 20,00
Copias	\$ 10,00
Anillado	\$ 5,00
Empastado	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$920,28</b>
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>	
Uso de Internet	\$ 300,00
Flash Memory	\$ 20,00
Extras (5% del total)	\$ 141,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$461,25</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	
<b>Clientes</b>	10
<b>Proveedores</b>	2
<b>Administración Creaciones Mayra</b>	2
<b>Instituto Tecnológico Cordillera</b>	2
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>

Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

Tabla 9: Presupuesto del plan de marketing

Marketing mix	Estrategia	Presupuesto (usd)
Producto	✓ Establecer una nueva estética y decoración de la tienda, basada en los colores identificativos del logotipo, con el fin de crear un presentación visual ante los clientes	100,00
	✓ Creación de empaques y fundas	200,00
	✓ Capacitar al personal	200,00
Precio	✓ Premiar la fidelidad de los clientes con descuentos especiales, a aquellos que constantemente o mensualmente realizan compras en el local.	100,00
Plaza	✓ Colocar un letrero en las afueras del establecimiento para identificar el local.	300,00
	✓ Crear un stand o puntos de ventas en lugares donde se realicen ferias, eventos o zonas altamente comerciales	150,00
	✓ Implementación de entregas a domicilio.	100,00
	✓ Merchandising	200,00
Plan de comunicación	✓ Diseño y repartición de volantes	150,00
	✓ Campaña publicitaria en la radio a través de cuña radial.	1 000,00
<b>TOTAL</b>		<b>2 500,00</b>

Elaborado por: Carmen Catota

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### 6.03 Cronograma

Tabla 10: Cronograma

Nº	ACTIVIDADES	AÑO 2014												AÑO 2015											
		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	CAPITULO 1: ANTECEDENTES																								
2	CAPITULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS																								
3	CAPITULO 3: PROBLEMAS Y OBJETIVOS																								
4	CAPITULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS																								
5	CAPITULO 5: PROPUESTA																								
6	CAPITULO 6: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS																								
7	CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																								

Elaborado por: Carmen Catota

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

- El sector textil ecuatoriano aportó el 13% de la producción de la industria manufacturera al país, convirtiéndose en el segundo en importancia tras la industria de fabricación de alimentos y bebidas.
- La industria textil del Ecuador tiene un significativo aporte a la economía, no solo por su capacidad productiva, sino porque es una importante fuente de empleos directos e indirectos debido a que integra en torno a sí otras industrias dentro de su cadena productiva. En 2009, la contribución del sector al Producto Interno Bruto fue cercana al 2%.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.



- La microempresa “Creaciones Mayra” presenta los siguientes problemas que afectan su posicionamiento y por ende sus ingresos económicos no son mayor: falta de capital, ausencia de una sistema o estructura organizacional definida, ningún proceso de capacitación para los empleados sobre el trabajo a realizar, la calidad de sus productos, no tiene elaborada su misión, visión y objetivos empresariales, y no implementan acciones de índole publicitarias y de identidad corporativa.
- Las amenazas del entorno que puede presentar la microempresa en la aplicación de este proyecto son el surgimiento de nuevas restricciones de importaciones que podrían ocasionar que falte mercadería o que suban demasiado los precios, que la economía no se encuentre estable y haya una disminución en el consumo en los hogares, y que se creen empresas de empresas de confecciones en el sector de Guamaní con grandes atributos y fortalezas.
- Las oportunidades que pueden ser aprovechadas por los beneficiados para lograr un posicionamiento en el mercado son que no hay tiendas o microempresas bien capacitadas en las ventas en el sector, no existen tampoco fuertes competidores, y la competencia no cuenta con buena estética en sus locales.

- Según el resultado de las encuestas la manera por la cual los clientes conocieron del establecimiento fue por referencias, y nunca han visto ningún tipo de publicidad sobre el local; la opinión sobre los servicios de confección y diseño de ropa que tienen estos, en su mayoría, es bueno, así como su nivel de satisfacción sobre el establecimiento aunque no significa esto que no quisieran otros cambios como el tiempo de entrega del producto y se ha la estética del local; además consideran acorde a sus expectativas, y adecuado el precio de los servicios de la microempresa; y plantean como importante la calidad de los materiales de confección como un factor que influye en el momento de elegir un establecimiento para confeccionar y diseñar ropas, así como el precio.
- Se propone la aplicación de un plan de marketing encaminado a cumplir los objetivos mercadológicos y del proyecto, especialmente a lograr el posicionamiento de la microempresa Creaciones Mayra e incrementar las ventas, mediante la adquisición de créditos para contar con capital financiero; la búsqueda de proveedores para obtener materia prima de mejor calidad, y acciones tanto de identidad corporativa como publicitarias.
- El presupuesto destinado a las acciones propuestas en el plan de marketing es de 2,500.00usd, que abarcan las estrategias de producto, precio, plaza y las de comunicación.

---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## 7.02 Recomendaciones

- Aplicar de forma adecuada y oportuna cada una de las estrategias presentadas como resultado del análisis del entorno, de la matriz DAFO y de las encuestas aplicadas, ya que éstas permitirán aprovechar de mejor manera las oportunidades que el ambiente le presenta a la empresa y sus fortalezas, también minimizar el impacto de las amenazas externas y sus debilidades internas, por lo que se recomienda darlo a conocer a todo el personal, y dar un seguimiento constante al mismo.
- Concientizar y capacitar al personal sobre la importancia de aplicar el plan y la necesidad de cambios tanto estructurales, organizativos como de imagen, para poder lograr los objetivos propuestos del proyecto, logrando un compromiso de estos en base a la mejora de la microempresa.
- Realizar presupuestos de manera constante, planes y cronogramas de actividades por año para tener una mejor organización de la empresa, dar a conocer la misión, visión, valores, políticas y objetivos de la organización a todos los empleados e informar las decisiones y cambios a todo el personal para que se sientan tomados en cuenta y respondan mejor en sus trabajos.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Vicuña, J.M. (2013). *Plan de Marketing en la Práctica*. (18va. ed.). España (Madrid). Gráficas Dehon.
2. Sainz de Vicuña, J. M (2010). *Plan de Marketing en la PYME*. (2 da. ed.). España (Madrid). Gráficas Dehon.
3. Hoyos. R. (2013). *Plan de Marketing: diseño, implementación y control* (1 era. edi.). Bogotá (Colombia). Ecoe: ediciones.
4. Lafuente, J.M. (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios*. España (Madrid). Gráficas Dehon.
5. García, U.M. (2011). *Las claves de la publicidad*. (7 ma. Ed.) España (Madrid). Gráficas Dehon.
6. Munuega, A. J.L Rodríguez.E.A.I (2012). *Estrategias de Marketing*. (2 da. ed) España (Madrid). Gráficas Dehon.
7. Marín, Q. (2011). *Elaboración del plan de marketing*. España (Barcelona). Profit Editorial.
8. Baena, G. (2011) *Fundamentos de Marketing*. (1 era. ed) España (Barcelona). Realización Editorial Anglofort, S.A.
9. Ayestarán, C. R, Pérez. C. R y Morillas. A.S (2012). *Planificación Estratégica y Gestión de la Publicidad*. (1 era. ed ) España (Madrid). Gráficas Dehon.

## ANEXOS

### Anexo 1



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## Anexo 2



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

### Anexo 3



### Anexo 4



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## Anexo 5



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## Anexo 6



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## Anexo 7



## Anexo 8



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.

## Anexo 9



---

PROMOVER EL SECTOR DE LA CONFECCION, MEDIANTE EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA "CREACIONES MAYRA" DEDICADO A LA CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR, UBICADO EN GUAMANI, AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2015.