



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS ÉTNICAS CON DISEÑOS  
MODERNOS BORDADOS A MANO PARA LA PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA”**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

**Autor**

Sisa Toapanta María Dolores

**Tutor**

Ing. Molina Arcos Ibeth, Mg.

**AMBATO – ECUADOR**

**2021**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.**

Yo, María Dolores Sisa Toapanta, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS ÉTNICAS CON DISEÑOS MODERNOS BORDADOS A MANO PARA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al sistema de Bibliotecas de la Universidad tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 27 días del mes de enero 2021, firmo conforme:

Autor: Dolores Sisa



Firma:

Número de cédula: 180519191-1

Dirección: Tungurahua, Ambato, Pilahuin.

Correo Electrónico; marysisa1992@gmail.com

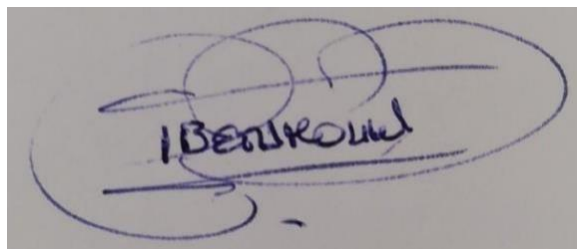
## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS ÉTNICAS CON DISEÑOS MODERNOS BORDADOS A MANO PARA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por María Dolores Sisa Toapanta para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

### CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 27 de enero de 2021

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a large, loopy oval. The signature appears to read "IBETH MOLINA" in capital letters.

.....  
Ing. Ibeth Molina Arcos, Mg.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 27 de enero de 2021



.....  
María Dolores Sisa Toapanta

180519191-1

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS ÉTNICAS CON DISEÑOS MODERNOS BORDADOS A MANO PARA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 27 de enero de 2021



.....  
Ing. Sandra Tejada Moyano Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....  
Ing. Juan Salazar Mera Mg

VOCAL



Ing. Catalina Silva Ordóñez Mg

VOCAL

### **DEDICATORIA**

Todo este trabajo y sacrificio se lo dedico a Dios por su infinita bondad, a mis padres, hermanos, hermanas y sobre todo a mi amado esposo quien me ha brindado su amor y apoyo incondicional.

**Dolores Sisa**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a Dios por ser mi creador, el motor de mi vida, por no haber dejado que me rinda en ningún momento e iluminarme para seguir adelante, todo lo que soy se lo debo a él. Agradezco a todos mis maestros de primero a décimo semestre por compartir sus conocimientos, en especial a ti mi compañero de vida Raúl Yugcha gracias por estar siempre en los buenos y malos momentos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
INDICE DE IMÁGENES .....	xv
INDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	2
ÁREA DE MARKETING.....	2
1.1 Definición del producto o servicio .....	2
1.1.1 Especificación del producto o servicio.....	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporcionan .....	3
1.2 Definición de Mercado.....	4
1.2.1 ¿Qué mercado se va a tomar en general? .....	4
1.2.2. Demanda Potencial.....	20
1.3 ANÁLISIS MACRO Y MICRO AMBIENTE .....	22
1.3.1 Análisis microambiente.....	22
1.3.2 Análisis macro ambiente.....	23
1.3.3 Proyección de la oferta.....	29
1.4 Demanda potencial insatisfecha .....	30
1.5 Promoción y publicidad que realizará (canales de comunicación).....	30
1.6 Sistema de distribución a utilizar (canales de distribución) .....	33



1.7 Seguimiento de clientes .....	34
1.8 Especificar mercados alternativos.....	35
CAPITULO II .....	36
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES) .....	36
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	36
2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio.....	36
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas .....	42
2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	44
2.2.1 Ritmo de producción .....	44
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	46
2.3.1 Capacidad de Producción Futura .....	46
2.4 RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN .....	47
2.4.1 Especificación de la materia prima y grado de sustitución.....	47
2.5 CALIDAD.....	47
2.5.1 Método de Control de Calidad .....	47
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN .....	50
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	50
CAPITULO III.....	51
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	51
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	51
3.1.1 Visión de la Empresa.....	51
3.1.2 Misión de la Empresa.....	51
3.1.3 Mapa Estratégico.....	51
3.2 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	53
3.2.1 Organización Interna.....	53
3.2.2 Descripción de puestos.....	55

3.3 CONTROL DE GESTIÓN .....	61
3.3.1 Indicadores de gestión.....	61
3.4 NECESIDAD DE PERSONAL .....	61
CAPÍTULO IV .....	62
ÁREA JURIDICO LEGAL.....	62
4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA .....	62
4.2 PATENTES Y MARCAS .....	63
4.3 LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES .....	64
CAPITULO V .....	66
ÁREA FINANCIERA.....	66
5.1 PLAN DE INVERSIONES .....	66
5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	67
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	68
5.4 CÁLCULO DE INGRESOS .....	76
5.5 FLUJO DE CAJA .....	77
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	79
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	80
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA .....	81
Bibliografía .....	85
Cotizaciones de Maquinaria y Equipos.....	92

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categorización de sujetos.....	5
Tabla 2: Dimensión conductual.....	5
Tabla 3: Dimensión Geográfica .....	6
Tabla 4: Dimensión Demográfica .....	6
Tabla 5: Encuesta piloto.....	7
Tabla 6: Objetivo específico 1 .....	9
Tabla 7: Objetivo específico 2 .....	9
Tabla 8: Tradición .....	12
Tabla 9: Blusas con diseños modernos.....	12
Tabla 10: Frecuencia de compra .....	13
Tabla 11: Cantidad de blusas.....	14
Tabla 12: Lugar de preferencia .....	15
Tabla 13: Valor de las blusas .....	16
Tabla 14: Encaje.....	17
Tabla 15: Características del cuello.....	18
Tabla 16: Medio de comunicación .....	19
Tabla 17: Datos históricos.....	20
Tabla 18: Mínimos cuadrados .....	20
Tabla 19: Proyección de la demanda.....	21
Tabla 20: Análisis del microambiente.....	24
Tabla 21: Factores Externos.....	25
Tabla 22: Matriz MPC.....	27
Tabla 23: Matriz FODA (Estrategias) .....	28

Tabla 24: Proyección de la Oferta.....	29
Tabla 25: Demanda Potencial Insatisfecha .....	30
Tabla 26 Canales de Comunicación.....	33
Tabla 27 Seguimiento de clientes .....	35
Tabla 28 Mercados alternativos .....	35
Tabla 29: Distribución de espacios .....	42
Tabla 30: Costos de maquinaria.....	43
Tabla 31: Horas hombre.....	43
Tabla 32: Ritmo de producción.....	45
Tabla 33: Producción mensual .....	45
Tabla 34: Puestos de trabajo .....	46
Tabla 35: Capacidad de producción.....	46
Tabla 36: Especificación materia prima.....	47
Tabla 37: Lista de verificación.....	48
Tabla 38: Funciones del Gerente.....	55
Tabla 39: Funciones del Contador .....	56
Tabla 40: Funciones del Diseñador.....	57
Tabla 41: Funciones del Vendedor.....	58
Tabla 42: Funciones del Obrero .....	59
Tabla 43: Funciones del Obrero - Bordador .....	60
Tabla 44: Indicadores de Gestión.....	61
Tabla 45: Necesidad de Personal .....	61
Tabla 46: Plan de Inversiones .....	67

Tabla 47: Plan de Financiamiento.....	68
Tabla 48: Costos.....	68
Tabla 49: Proyección de costos.....	70
Tabla 50: Proyección de costos.....	70
Tabla 51: Gastos.....	71
Tabla 52: Proyección de Gastos.....	72
Tabla 53: Proyección de Gastos.....	73
Tabla 54: Mano de Obra.....	74
Tabla 55: Depreciación.....	75
Tabla 56: Proyección de la Depreciación.....	76
Tabla 57: Ingresos.....	77
Tabla 58: proyección de Ingresos.....	77
Tabla 59: Proyección de Ingresos.....	77
Tabla 60: Flujo de Caja.....	78
Tabla 61: Punto de Equilibrio.....	79
Tabla 62: Estado de Resultados.....	81
Tabla 63: Tasa de rendimiento.....	82
Tabla 64: Tasa Interna de Retorno.....	83
Tabla 65: Beneficio Costo.....	84

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Encuesta piloto.....	7
Gráfico 2: Tradición.....	12
Gráfico 3: Blusas con diseños modernos.....	13
Gráfico 4: Frecuencia de compra .....	14
Gráfico 5: Cantidad de blusas .....	14
Gráfico 6: Lugar de preferencia .....	15
Gráfico 7: Valor de las blusas .....	16
Gráfico 8: Encaje.....	17
Gráfico 9: Características del cuello.....	18
Gráfico 10: Medio de comunicación .....	19
Gráfico 11: Proyección de la Demanda.....	22
Gráfico 12: Proyección de la Oferta.....	29
Gráfico 13: Demanda Potencial Insatisfecha .....	30
Gráfico 14 Canales de Distribución .....	34
Gráfico 15 Canales de Distribución al Consumidor.....	34
Gráfico 16: Mapa de Procesos .....	40
Gráfico 17: Diagrama de Flujo.....	41
Gráfico 18: Diagrama de Ishikawa.....	49
Gráfico 19: Mapa Estratégico.....	52
Gráfico 20 : Organigrama Estructural.....	53
Gráfico 21: Organigrama Funcional .....	54
Gráfico 22: Punto de Equilibrio .....	80

## INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Marca .....	31
Imagen 2: Empaque.....	32
Imagen 3: Etiquetas.....	32
Imagen 4: Distribución de espacios .....	42
Imagen 5: Tela.....	44

## INDICE DE ANEXOS

Anexos 1: Máquina Overlock Industrial .....	92
Anexos 2: Máquina Recta y ZigZag.....	93
Anexos 3: Máquina Cortadora .....	94
Anexos 4: Máquina Overlock .....	95
Anexos 5: Máquina Recta .....	95
Anexos 6: Escritorio.....	96
Anexos 7: Sillón Giratorio .....	97
Anexos 8: Simulador Préstamo .....	98



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS ÉTNICAS CON DISEÑOS MODERNOS BORDADOS A MANO PARA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

**AUTOR:** María Dolores Sisa Toapanta

**TUTOR:** Ing. Ibeth Molina Arcos

**RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo principal de este plan de negocios es la elaboración de blusas étnicas con diseños modernos bordados a mano. Para poder establecer la oferta y demanda de las blusas, se realizó encuestas a mujeres de 15 a 40 años del sector rural, en donde habitan varias comunidades indígenas, segmento de mercado al cual está dirigido este proyecto, la información obtenida permitirá conocer los gustos y preferencias que tienen los potenciales consumidores, permitiendo establecer estrategias adecuadas para la producción, comercialización y la publicidad en los diferentes medios de comunicación. En este proceso también se investigó el tipo de recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa, como son materiales, materia prima, equipamiento, la estructura organizativa y los permisos necesarios para iniciar su actividad económica. Finalmente, en la última etapa de investigación se realizó el estudio financiero determinando la viabilidad y factibilidad del proyecto.

**Palabras Clave:** bordados, blusas étnicas, diseños

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**THEME:** "BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF HAND EMBROIDERY ETHNIC BLOUSES WITH MODERN DESIGNS FOR THE TUNGURAHUA PROVINCE"

**AUTHOR:** María Dolores Sisa Toapanta

**TUTOR:** Ing. Ibeth Molina Arcos

**ABSTRACT**

The principal aim of this business plan is the elaboration of hand embroidery blouses with modern designs. Establishing the offer and demand was necessary to apply surveys to women from fifteen to forty years old; in the rural area where several indigenous communities live; this research is based on the remarkable market section. The results of the research help to know about the preferences the potential consumers have. The study allows us to set up appropriate strategies for the production and marketing; as well as for the creation of a proper advertisement in the media. Additionally, this research was focused on the type of necessary resources for the functioning of the company as raw material, equipment, organizational structure and the essential licenses to start the business. Finally, the last stage of the research was towards the financial study to determine the viability and feasibility of this study.

**KEYWORDS:** Designs, ethnic blouses, hand embroidery.

MORENO GENOVES MAYRA ALEJANDRA  


## INTRODUCCIÓN

En cada uno de los capítulos se describe los pasos para la elaboración y comercialización de blusas étnicas con diseños modernos elaborados a mano, así como los aspectos productivos, administrativos, financieros y legales, con la finalidad de que en este proyecto se retomen las tradiciones ancestrales de las culturas indígenas, que habitan en las diferentes comunidades rurales de la ciudad de Ambato.

Capítulo I área de marketing aquí se establecerá el segmento de mercado al cuál va dirigido este emprendimiento, se definirán las estrategias se enfatizará la promoción y distribución de las blusas, las respectivas especificaciones en cuanto a marca y las estrategias que se aplicarán en los diferentes medios de comunicación.

Capítulo II área de producción en este segmento se define el tipo de maquinaria que se va a utilizar, se establecen cada uno de los procesos para la elaboración y bordado de las blusas, además se aplica las normas establecidas por el INEC en cuanto a prendas de vestir.

Capítulo III área administrativa se definió el organigrama estructural y funcional del presente emprendimiento, estableciendo las funciones de cada uno de los puestos y el número de personal requerido.

Capítulo IV área legal de acuerdo con las normativas del Ecuador se establece el tipo de empresa que se va a formar con las respectivas normativas y leyes que debe cumplir.

Capítulo V área financiera se inicia con el plan de financiamiento, estableciendo cada uno de los requerimientos en cuanto a materia prima,

## **CAPITULO I**

### **ÁREA DE MARKETING**

#### **Objetivo General**

Contar con una buena participación en el mercado, comercializando blusas étnicas con diseños modernos bordados a mano, para las mujeres que habitan en las zonas rurales de la ciudad de Ambato.

#### **Objetivos Específicos**

Estudiar el segmento de mercado al que se quiere ingresar.

Investigar la oferta y demanda que tiene el producto.

Definir la marca con la que se desea ingresar en el mercado.

#### **1.1 Definición del producto o servicio**

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), manifiesta que “producto o servicio es todo lo que sea tangible que se ofrece a la venta y satisface una necesidad o deseo.” (p. 9)

Un producto se concibe como un bien o servicio que está orientado a satisfacer las necesidades del cliente. El producto se materializa mediante la combinación de elementos físicos incorporados en un proceso de valor, información, servicios y experiencias, entregados como un elemento medible y cuantificable por parte del cliente.

En este caso el producto son blusas con diseños modernos bordados a mano para la población femenina que habita en las zonas rurales de la ciudad de Ambato, debido a que las nuevas generaciones están dejando de ponerse los trajes que identifican a la mujer indígena por no tener una variedad de diseños modernos.

### ***1.1.1 Especificación del producto o servicio***

Manzano (2018), indica que “la ropa de uso étnico actualmente está perdiendo espacio entre los jóvenes de las diferentes comunidades por ello, confeccionarlas con diseños modernos permitirá que la venta de ese tipo de vestimenta se incremente.”

El producto que se va a elaborar en el presente proyecto son blusas con diseños modernos bordados a mano para la población femenina de las diferentes comunidades indígenas que habitan en la zona rural del cantón Ambato. Esta idea de negocio surge debido a que las nuevas generaciones están dejando sus tradiciones ancestrales de lado por la monotonía de la vestimenta.

Diario La Hora (2017), en su publicación del 15 de junio del 2017 menciona que “las mujeres indígenas de la comunidad de Chibuleo guardan una tradición de bordados que data de varios años atrás y que algunas familias en la actualidad la mantienen, los atuendos autóctonos y estilizados se plasman en telas de color blanco que están adornadas con encajes y pequeñas cintas, el bordado es elaborado con hilos en color verde, morado, negro y azul. Su diseño varía entre la flor de la papa, las espigas de cebada y otros de acuerdo con el gusto personal.”

### ***1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporcionan***

Boelsterly (2017), dice que “las vestimentas que portan los pueblos indígenas, con sus elaborados diseños, tienen una importancia invaluable porque sus dibujos permiten una rápida lectura visual de su cosmogonía; el lugar, la importancia y el rango que pueda tener el personaje que usa la indumentaria y la biodiversidad donde habita, los beneficios de las blusas modernas es no perder los rasgos culturales, la esencia del vestuario tradicional, este tipo de nuevos diseños es aceptado por jóvenes y adultos quienes desean conservar la vestimenta tradicional de sus pueblos.”

El Comercio (2019), en su publicación del 3 de mayo del 2019 manifiesta que “el diseñador Luis Arboleda mostró en las pasarelas del Salta Fashion & Tea en Argentina, una colección de 15 atuendos modernizados de la comunidad de Chibuleo, sin que estos hayan perdido la esencia andina, predominando el blanco y negro, con llamativos bordados en tonos verdes y azulados plasmando en sus diseños festividades indígenas, elementos de la naturaleza como flores, hojas, aves y otros diseños ancestrales.”

En la modernización de las blusas se va a utilizar tela de algodón y encaje, los modelos van a variar con manga corta y larga, los cuellos en V,

redondos, triangulares, cuadrados y hombros al descubierto. En cuanto al color de los hilos para el bordado a mano se va a respetar los colores debido a que son parte de la identidad cultural del pueblo de Chibuleo estos colores son verde, azul, morado y rojo, en los diseños se plasmará a colibríes, espigas de trigo, flores como las siempre vivas, margaritas. Estos nuevos diseños son para que las nuevas generaciones no pierdan la costumbre de utilizar los trajes ancestrales.

## **1.2 Definición de Mercado**

Rivera y De Garcillán (2012), dicen que “el mercado es el lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones. Desde el punto de vista de la demanda, se supone que los compradores necesitan un producto servicio determinado, desean o pueden desear comprar y tienen la capacidad económica y legal para comprarlo.”

### ***1.2.1 ¿Qué mercado se va a tomar en general?***

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), manifiesta que la segmentación de mercado “es un proceso donde se divide un mercado en grupos más pequeños con necesidades y características similares.” (p. 8)

De acuerdo con el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en la región Sierra existen algunos pueblos indígenas identificados en el Censo del año 2001, de los cuales en la Provincia de Tungurahua existen siete como son el pueblo Chibuleo, el pueblo Salasaca y los pueblos de Quisapincha, Pilahuín, Ambatillo, Tomabela y Pasa.

El segmento de mercado al cual está dirigido el presente proyecto es a las mujeres comprendidos entre edades de 15 a 40 años de la zona rural de la ciudad de Ambato. Debido a que son parte de la población económicamente activa y tienen poder de decisión para adquirir.

#### **1.2.1.1 Categorización de los sujetos**

Para la categorización de sujetos se ha considerado a la población que habita en la zona rural de la ciudad de Ambato como futuras consumidoras de las blusas, quienes consumirán, comprarán, y quien influirá en su decisión son vendedores, ya que son quienes aconsejan a sus clientes que producto está a la moda.

Tabla 1: Categorización de sujetos

<b>Categoría</b>	<b>Sujeto</b>
¿Quién compra?	Mujeres de 15 – 40 años
¿Quién usa?	Mujeres de 15 – 40 años
¿Quién decide?	Mujeres de 15 – 40 años
¿Qué influye?	Vendedores de boutique ropa étnica

Fuente: Investigación personal

### 12.1.2 Estudio de segmentación

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), manifiesta “que por medio de la segmentación se puede determinar las características que va a tener el consumidor y también se puede observar con claridad a quién se va a dirigir el producto o servicio.” (p. 8)

#### **Dimensión Conductual**

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), dice que “la segmentación conductual se divide por las reacciones ante el producto, beneficios que esperan, lealtad a la marca y otros.” (p. 8)

La dimensión conductual se refiere al tipo de necesidad, tipo de compra, relación con la marca y la actitud frente al producto, estos aspectos son importantes para determinar que buscan los futuros consumidores.

Tabla 2: Dimensión conductual

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>
Tipo de necesidad	Social
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Investigación personal

#### **Dimensión Geográfica**

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), indica que “en la segmentación geográfica la división es por países, provincias, estados, ciudades, cantones, parroquias, barrios.” (p. 8)

La dimensión geográfica analiza cada una de las regiones del país en base a la encuesta realizada en el año 2010 por el INEC y se proyecta para el 2019 con la tasa de crecimiento poblacional del 1,45% de la ciudad de Ambato.

Tabla 3: Dimensión Geográfica

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la Variable</b>	<b>2010</b>	<b>2019</b>
País	Ecuador	14.483.499	17.232.908
Región	Sierra	6.449.355	7.599.444
Provincia	Tungurahua	502.322	576.935
Tamaño de la ciudad	Ambato	329.856	376.152
Zona	Rural	164.598	167.018

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

### **Dimensión Demográfica**

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), dicen que en la dimensión demográfica los grupos se dividen por género, edad respondiendo a la pregunta ¿como son? (p. 8)

La dimensión demográfica analiza variables como edad, género, estado socio-económico de la población indígena que habita en la zona rural de acuerdo con los datos publicados por el INEC, para segmentar correctamente al mercado.

Tabla 4: Dimensión Demográfica

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la Variable</b>	<b>2010</b>	<b>2019</b>
Sexo	Mujeres	32.176	36.692
Edad 15-40	Mujeres	2.381	2.715
Situación socioeconómica	PEA	14.067	15.721

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

#### 12.13 Plan de muestreo

Vivanco (2016), manifiesta que un plan de muestreo “es el proceso de seleccionar un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población.” (p.44)

### **Prueba piloto**

Para determinar si las blusas con diseños modernos bordadas a mano tendrán aceptación entre la población indígena que habitan en el sector rural del cantón Ambato, se realizó una encuesta piloto a 30 mujeres. A continuación, el resultado obtenido.



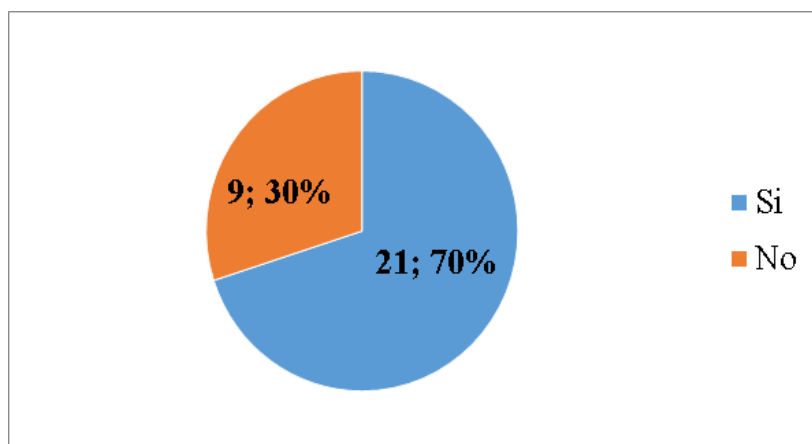
¿Compraría Usted blusas con diseños modernos bordados a mano?

Tabla 5: Encuesta piloto

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	21	70%
No	9	30%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 1: Encuesta piloto



Fuente: Encuesta

**Interpretación:** De acuerdo con el resultado obtenido se puede observar que gran parte de la población encuestada manifestó que si les gustaría adquirir blusas con diseños modernos. Para el presente proyecto de investigación los datos obtenidos son positivos.

**Análisis:** El 70% de la población encuestada indicó que, si comprarían las blusas, mientras que el 30% dijo que no les gustaría cambiar sus modelos tradicionales ya que representa su cultura ancestral.

### Muestreo Probabilístico

Cuesta y Herrero (2010), dicen que “los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad, es decir aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra.”

Una vez conocida la población de la dimensión demográfica que son las mujeres indígenas de 15 a 40 años a quienes va dirigido el producto se procede a obtener una muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 P * Q + N * e^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (95%) (1,96)

P= Probabilidad de Ocurrencia (0,5)

Q= Probabilidad de no Ocurrencia (0,5)

N= Población o Universo (2.715)

e= Error de la muestra 5% (0,05)

$$n = \frac{((1,96*1,96)*0,5*0,5*2.715)}{((1,96*1,96)*0,5*0,5)+(2.715)*((0,05*0,05))}$$

$$n = \frac{2.606,40}{7,75}$$

$$n = 336,30$$

$$n = 336$$

Una vez realizado el cálculo correspondiente, se aplicará 336 encuestas a mujeres indígenas que habitan en el sector rural en edades comprendidas entre 15 y 40 años.

#### 1.2.1.4 Instrumentos para recopilar información

Arias (2006), dice que las técnicas de recolección de datos “son las distintas formas o maneras de obtener información se caracterizan por ser amplias, flexibles, distanciadas de la rigidez, abiertas a las modificaciones.” (p. 53)

#### **Objetivo general**

Realizar un plan de negocios para la producción y comercialización de blusas con diseños modernos elaboradas a mano.

#### **Objetivo específico 1**

Identificar el segmento de mercado al cuál va dirigido las blusas.

Tabla 6: Objetivo específico 1

<b>No.</b>	<b>Tipo de Necesidad</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumento</b>
1	Investigar el lugar en donde adquieren las blusas.	Primaria	Mujeres	Encuesta
2	Identificar los gustos y preferencias de la población de mujeres.	Primaria	Mujeres	Encuesta
3	Investigar cuál es la frecuencia de compra de las blusas.	Primaria	Mujeres	Encuesta
4	Identificar canales de distribución.	Secundaria	Proveedores	Banco de Datos
5	Crear la marca del emprendimiento	Secundaria	Proveedores	Banco de Datos

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

### **Objetivo específico 2**

Proponer estrategias para la comercialización y distribución de las blusas, a través de los datos obtenidos de fuentes primarias y secundarias.

Tabla 7: Objetivo específico 2

<b>No.</b>	<b>Tipo de Necesidad</b>	<b>Tipo de Información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumento</b>
1	Establecer el medio de transporte para el producto.	Secundaria	Proveedores	Banco de Datos
2	Identificar los diferentes puntos de venta.	Secundaria	Proveedores	Banco de Datos
4	Investigar el valor que estarían dispuestas a pagar por una blusa.	Secundaria	Mujeres	Encuesta
5	Investigar a través de qué medios de comunicación se enteran de promociones y ventas.	Secundaria	Mujeres	Encuesta

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

## 12.15 Diseño y recolección de información

### **Desarrollo de Instrumentos**

#### **Información Secundaria**

##### **Necesidad 1:** Crear la marca del emprendimiento

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), indican que “la marca es el atributo más importante del producto, ya que es su principal elemento diferenciador.” (p. 11)

El que un producto tenga una marca le permite diferenciarse de todos los que existen en el mercado, de esta manera los futuros consumidores pueden identificarlo y comprarlo, con la creación de la imagen, se escogerá un nombre que llame la atención de la población femenina que habita en las diferentes comunidades indígenas.

##### **Necesidad 2:** Establecer el medio de transporte para el producto

Sarache Castro y Cardona Alzate (2007), indican que “es una de las actividades esenciales de la logística, el sistema de transporte comprende la gestión de los modos, los medios, la carga y la infraestructura.” (p. 33)

Para un emprendimiento es muy importante identificar como se va a llevar el producto terminado a su destino final, si el transporte lo va a realizar el emprendimiento se debe analizar el costo beneficio, también el encargado debe crear rutas de entrega del producto para ahorrar tiempo y dinero.

##### **Necesidad 3:** Conocer los puntos estratégicos de venta

Para determinar diferentes puntos de venta de las blusas, se analiza posibles lugares a donde acuden los consumidores y en su gran mayoría son:

- Boutiques
- Almacenes
- Centros Comerciales

## **Base de Datos**

### **Necesidad 4:** Conocer el mercado potencial

Sy Corvo (2018), manifiesta que mercado potencial “es una parte del mercado que se puede capturar en el futuro, incluyendo a las personas que no compran, pero potencialmente podrían convertirse en clientes.” (p. 1)

En el caso de este emprendimiento el mercado potencial son las jóvenes indígenas que están dejando de utilizar el traje típico debido a su monotonía, modernizando los diseños y colores se espera captar su atención y que en el futuro de conviertan futuros clientes.

### **Necesidad 5:** Establecer los medios de comunicación para realizar promociones

Sistema Nacional de Áreas de Conservación (2015), dice que “las promociones son todos los esfuerzos que se realiza en comunicar, promover e informar a los clientes acerca de los productos o servicios que ofrece la empresa.” (p. 9)

Las estrategias a utilizar para promocionar las blusas con diseños modernos podrían ser a través de:

- Publicidad (Redes sociales, prensa escrita o radio)
- Venta a través de un local propio
- Venta a través de canales de distribución.

## **Información primaria**

### 12.1.6 Análisis e interpretación

Una vez realizada la encuesta a la muestra de estudio de la población indígena femenina que habita en el sector rural del cantón Ambato, se obtuvo la información necesaria para iniciar las actividades económicas del presente emprendimiento, a continuación, el análisis e interpretación de las respuestas obtenidas en la encuesta, aplicando gráficos estadísticos.

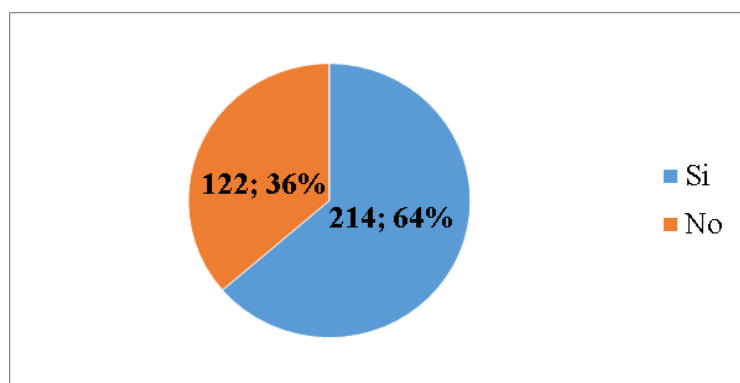
1. ¿Piensa Usted que la vestimenta indígena es una tradición que se está perdiendo en su comunidad?

Tabla 8: Tradición

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	214	64%
No	122	36%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 2: Tradición



Fuente: Encuesta

**Análisis:** Un gran porcentaje de la población encuestada manifestó que, si se está perdiendo la tradición de utilizar el traje típico de cada comunidad sobre todo entre las más jóvenes, al modernizar las blusas haciéndolas más atractivas, se espera que retomen nuevamente la costumbre de utilizar el traje que identifica a la comunidad de Chibuleo.

**Interpretación:** El 64% de las mujeres encuestadas manifestaron que a través de los años se ha ido perdiendo la tradición de utilizar los trajes ancestrales, mientras que el 36% dijo que no o desconocían el tema.

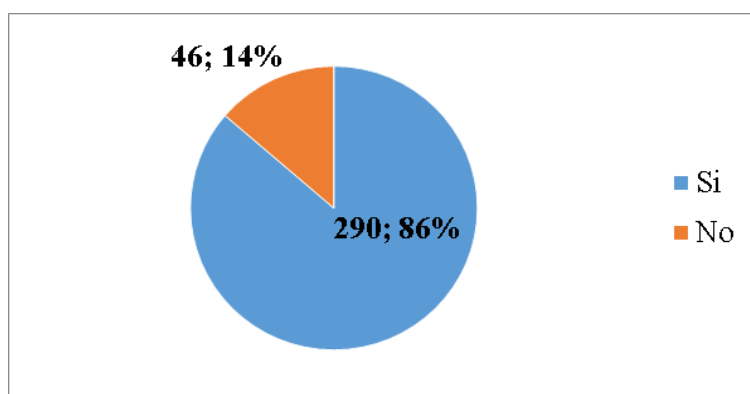
2. ¿Le gustaría utilizar blusas étnicas, que tienen encaje, diseños modernos y bordadas a mano?

Tabla 9: Blusas con diseños modernos

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	290	86%
No	46	14%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 3: Blusas con diseños modernos



Fuente: Encuesta

**Análisis:** De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, la mayor parte del universo indicó que si les gustaría utilizar blusas con diseños modernos, frente a un menor porcentaje que no desean. Este resultado permite al emprendimiento obtener una respuesta positiva para iniciar sus actividades productivas y comerciales, también se estaría promoviendo para que las nuevas generaciones sigan utilizando el traje ancestral y representativo del pueblo de Chibuleo.

**Interpretación:** Del total de las encuestas realizadas a mujeres indígenas de 15 a 40 años de edad que habitan en la zona rural del cantón Ambato, el 86% manifestó que está de acuerdo en utilizar blusas étnicas con diseños modernos, mientras que un 14% manifestó que prefieren seguir utilizando las blusas tradicionales y no las cambiarían.

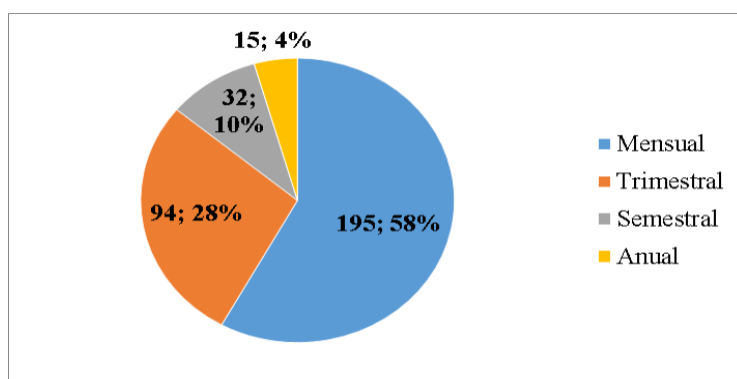
### 3. ¿Con que frecuencia Usted adquiere blusas?

Tabla 10: Frecuencia de compra

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Mensual	195	58%
Trimestral	94	28%
Semestral	32	10%
Anual	15	4%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 4: Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta

**Análisis:** La mayoría de la población encuestada manifestó que la frecuencia de compra de blusas es mensual en algunos casos debido a su actividad laboral, otro de los porcentajes alto de adquisición de la prenda es de forma trimestral, con estos datos se puede planificar la cantidad de producción.

**Interpretación:** El 58% de las encuestadas adquieren las blusas de forma mensual, el 28% trimestral, el 10% semestral y finalmente el 4% de la población compran las blusas anualmente.

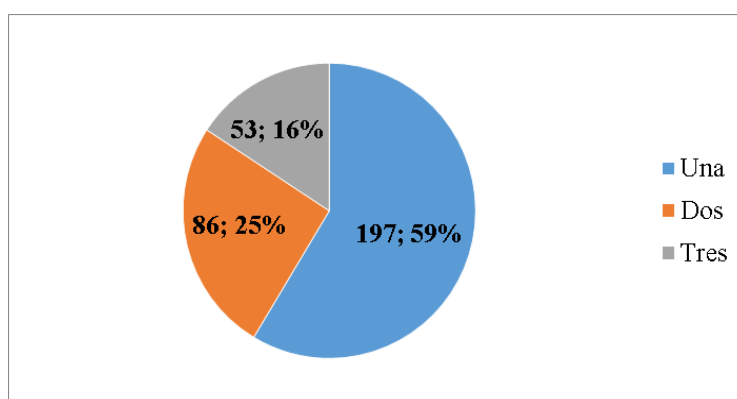
#### 4. ¿Cuántas blusas Usted compra al mes?

Tabla 11: Cantidad de blusas

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Una	197	59%
Dos	86	25%
Tres	53	16%
<b>Total</b>	<b>336</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Gráfico 5: Cantidad de blusas



Fuente: Encuesta



**Análisis:** De acuerdo con el resultado obtenido la mayor parte de la población adquiere al menos una blusa al mes, otro de los porcentajes de las encuestadas dijeron dos y hasta tres de acuerdo a su situación laboral. La población femenina que trabaja en las diferentes cooperativas de ahorro y crédito será uno de los objetivos principales de este emprendimiento.

**Interpretación:** El 59% de las encuestadas adquieren una blusa al mes, mientras que el 25% dos y el 16% tres.

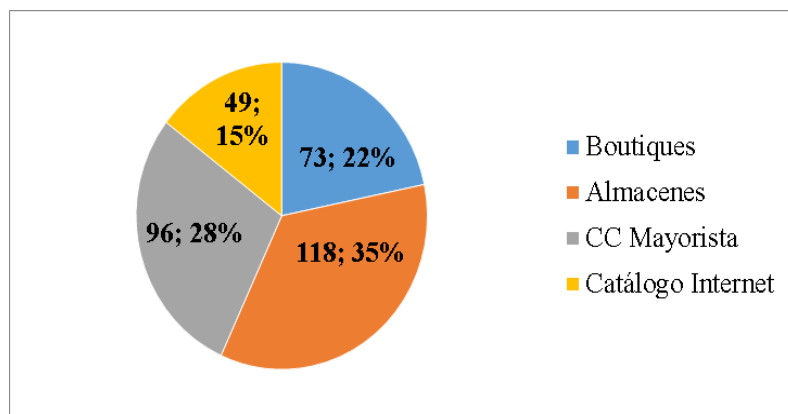
5. ¿Cuál es su lugar de preferencia para adquirir blusas?

Tabla 12: Lugar de preferencia

Alternativas	Total	Porcentaje
Boutiques	73	22%
Almacenes	118	35%
CC Mayorista	96	28%
Catálogo Internet	49	15%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 6: Lugar de preferencia



Fuente: Encuesta

**Análisis:** Del total de encuestas realizadas la mayor parte del universo indican que adquieren las blusas étnicas en los diferentes establecimientos que ofertan trajes para la población indígena y que están ubicados en varios sitios de la ciudad de Ambato.

**Interpretación:** El 35% de las encuestadas adquieren sus blusas en almacenes en donde venden trajes para las diferentes comunidades indígenas, el 28% en el Mayorista de la ciudad de Ambato, el 22% adquieren en boutiques,

finalmente el 15% manifestó que adquieren ciertas prendas a través de catálogos por Internet.

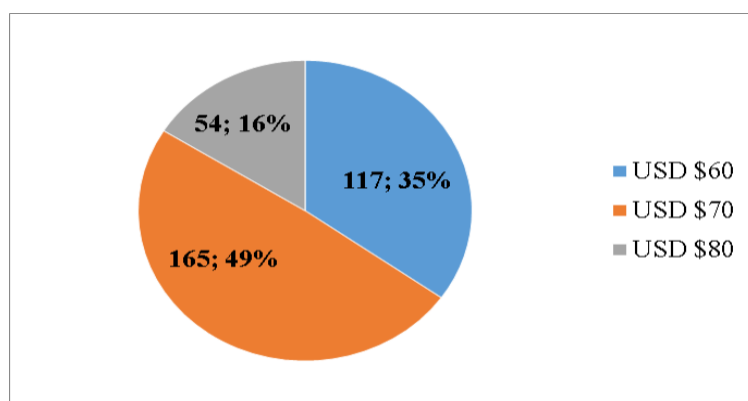
6. ¿Cuál es el valor que Usted estaría dispuesta a pagar por una blusa bordada a mano?

Tabla 13: Valor de las blusas

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
USD \$60	117	35%
USD \$70	165	49%
USD \$80	54	16%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 7: Valor de las blusas



Fuente: Encuesta

**Análisis:** El valor que la mayoría de las mujeres encuestadas están dispuestas a pagar es de USD \$70 dólares por blusa, ya que consideran que el costo representa un trabajo de bordado cuidadosamente elaborado a mano, más los días que se demoran en realizarlo, también está el tipo y la calidad de los materiales utilizados como son la tela y encaje, adicionalmente está el modelo y la presentación final de la blusa.

**Interpretación:** El 49% de las mujeres encuestadas indican que el valor que están dispuestas a pagar es de \$70 dólares por blusa, mientras que el 35% dicen que \$60 es adecuado y el 16% manifiestan que pagarían \$80 dólares.

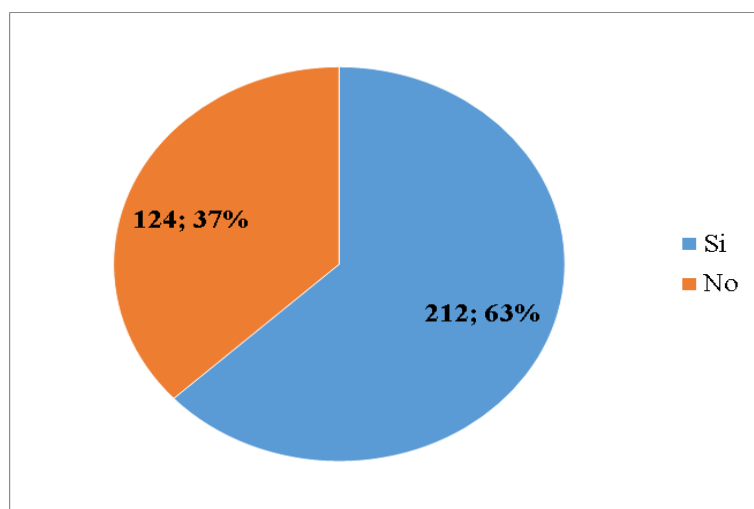
## 7. ¿Le gustaría que en la blusa con diseños modernos se utilice encaje?

Tabla 14: Encaje

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	212	63%
No	124	37%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 8: Encaje



Fuente: Encuesta

**Análisis:** Un gran porcentaje de las mujeres encuestadas manifestaron que les gustaría que se utilice encaje en los diferentes diseños de las blusas, debido a que es parte de su tradición desde algunas décadas atrás, indicaron que le da un toque de modernidad, para lo cual se buscará en el mercado diferentes tipos de encajes suaves y transparente, que no cause ningún tipo de alergia en la piel de la persona que las utilice.

**Interpretación:** El 63% de las mujeres encuestadas indicaron que si desearían que los nuevos diseños de las blusas tengan encaje, consideran que es parte de su atuendo y tradición y que además le da un toque de elegancia. En cambio el 37% restante de la población manifestaron que no, prefieren que las blusas sean sencillas con los bordados tradicionales de la flor de la papa con sus respectivos colores, ya que las identifica como mujeres que forman parte de comunidad de Chibuleo.

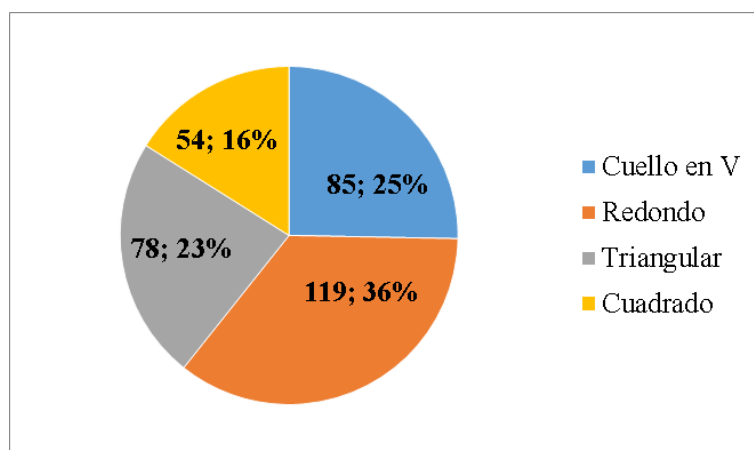
8. ¿Cuál de las siguientes características le gustaría que se utilice en la blusa con diseños modernos?

Tabla 15: Características del cuello

<b>Alternativas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Cuello en V	85	25%
Redondo	119	36%
Triangular	78	23%
Cuadrado	54	16%
<b>Total</b>	<b>336</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Gráfico 9: Características del cuello



Fuente: Encuesta

**Análisis:** La respuesta a la pregunta de que característica le gustaría que tengan en el cuello las blusas, la mayoría de las mujeres encuestadas prefieren que los nuevos diseños sean de cuello redondo con su tradicional bordado a mano que caracteriza a la comunidad de Chibuleo, destacando su identidad del resto de las comunidades indígenas. Se puede determinar que el producto final tendrá una buena aceptación de los consumidores, pudiendo ingresar en el mercado para ser competitivos.

**Interpretación:** El 36% de las encuestadas indicaron que les gustaría que las blusas sean de cuello redondo, mientras que el 25% prefieren que sea en V, el 23% que su forma tenga la tendencia a ser triangular y el 16% manifestaron que debería ser cuadrado. Para las mujeres es importante que en los diferentes modelos de las blusas los colores del bordado prevalezcan.

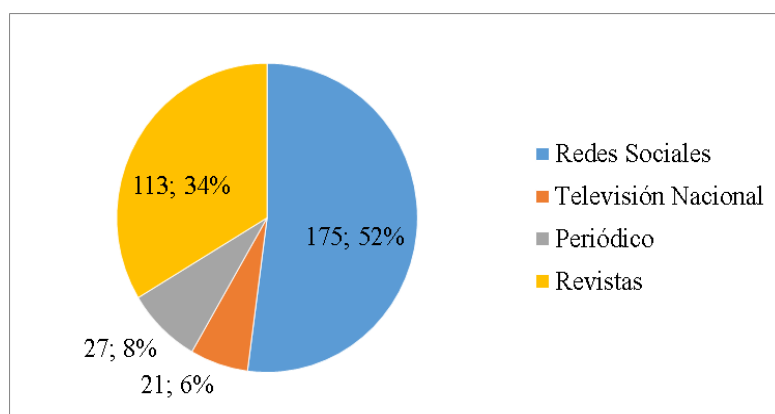
9. ¿Cuál es el medio de comunicación que Usted prefiere, para conocer los nuevos productos que se ofertan en el mercado?

Tabla 16: Medio de comunicación

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Redes Sociales	175	52%
Televisión Nacional	21	6%
Periódico	27	8%
Revistas	113	34%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 10: Medio de comunicación



Fuente: Encuesta

**Análisis:** El mayor porcentaje de la población manifestó que las redes sociales son su primera fuente de noticias de los nuevos productos que se ofertan en el mercado, otro medio de comunicación escrito son las revistas, por lo que el emprendimiento al momento de realizar publicidad de las blusas tomará en cuenta la respuesta emitida por las mujeres encuestadas. Las futuras compradoras serán la mayoría adolescentes quienes son las que están inmersas en las diferentes redes sociales, así como las mujeres que trabajan en las diferentes Cooperativas de Ahorro y Crédito que existen en la Ciudad de Ambato.

**Interpretación:** El 52% de la población conoce de los nuevos productos que se ofertan en el mercado a través de las redes sociales, el 34% mediante revistas especializadas en moda, el 8% por medio de los periódicos y el 6% en la publicidad de los canales de televisión locales.

### 1.2.2. Demanda Potencial

Thompson (2009), dice que “la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades y deseos.” (p. 1)

**Demanda por persona:** El cálculo de la demanda se va a realizar con el número de mujeres indígenas que habitan en la zona rural del cantón Ambato que es de 2.715 en el año 2019 multiplicado por la opción si de la pregunta 2 que corresponde al 86%, que es igual a 2.335, luego se proyecta con el porcentaje de la tasa de crecimiento de 1,47 que corresponde al sector rural. Para determinar el número de blusas que pueden venderse en un año se toma en cuenta la respuesta de la pregunta 4, que es la cantidad de blusas que se adquieren en un mes siendo la opción de una blusa l mes.

Tabla 17: Datos históricos

Años	Mujeres de 15 a 40 años	Blusas al año	Total Blusas
2015	2.201	12	26.412
2016	2.234	12	26.808
2017	2.267	12	27.204
2018	2.301	12	27.612
2019	2.335	12	28.020

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015)

A continuación, el cálculo de la demanda aplicando mínimos cuadrados

Tabla 18: Mínimos cuadrados

Años	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2015	1	26.412	26.412	1
2016	2	26.808	53.616	4
2017	3	27.204	81.612	9
2018	4	27.612	110.448	16
2019	5	28.020	140.100	25
Total	15	136.056	412.188	55

A continuación, un detalle aplicando diferentes fórmulas para obtener el valor que se utilizara en el cálculo de la proyección de la Demanda a cinco años. Después se realizará una breve explicación de cómo se aplicará el resultado obtenido.

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

$$y = \frac{\sum y}{n}$$

$$x = \frac{15}{5}$$

$$y = \frac{136.056}{5}$$

$$x = 3$$

$$y = 27.211,20$$

$$b = \frac{\sum xy - nxy}{\sum x^2 - nx^2}$$

$$b = \frac{412.188 - 5(81.633,60)}{55 - (3)^2}$$

$$b = \frac{4.020}{10}$$

$$b = \frac{412.188 - 408.168}{55 - 45}$$

$$b = 402$$

$$a = y - bx$$

$$y = a + bx$$

$$a = 27.211,20 - 402(3)$$

$$y = 26.005,20 + 402(6)$$

$$a = 27.211,20 - 1.206$$

$$y = 26.005,20 + 2.412$$

$$a = 26.005,20$$

$$y = 28.417,20$$

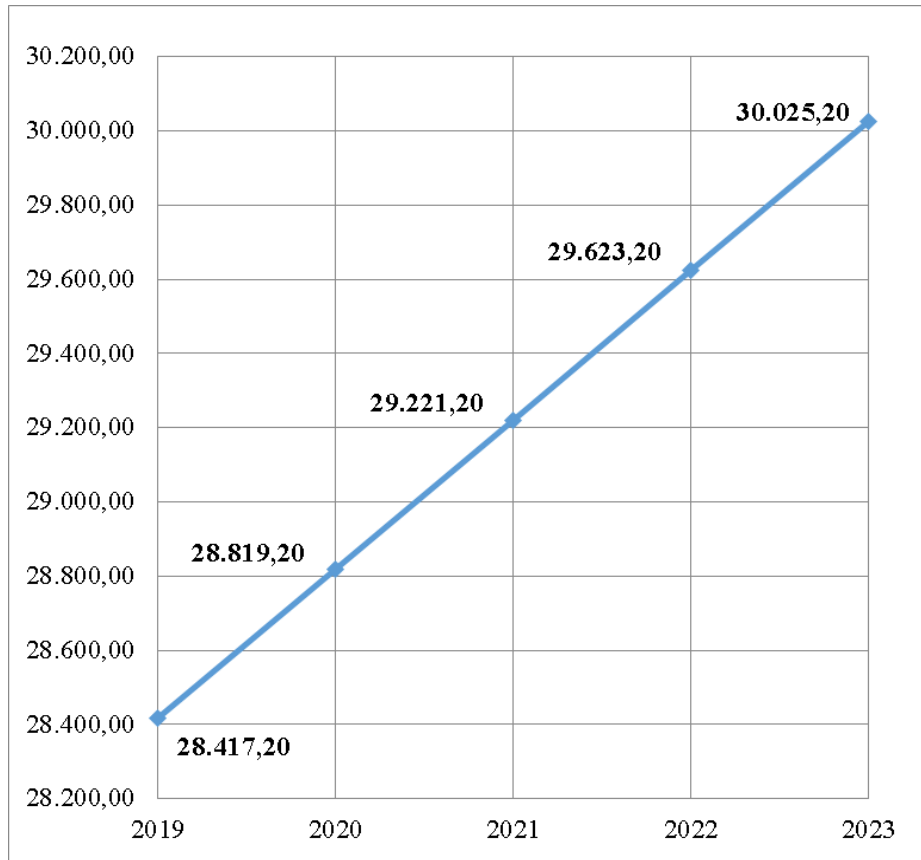
Para la proyección de los siguientes años se incrementa un número más, por ejemplo, en el año 2020 el cálculo sería  $26.005,20 + 402(7) = 28.819,20$ , para el 2021 la multiplicación es por 8, 2022 por 9, 2023 por 10

Tabla 19: Proyección de la demanda

Año	Proyección Demanda Anual	Valor Unitario \$70
2019	28.417,20	1.989.204,00
2020	28.819,20	2.017.344,00
2021	29.221,20	2.045.484,00
2022	29.623,20	2.073.624,00
2023	30.025,20	2.101.764,00

Fuente: Encuesta

Gráfico 11: Proyección de la Demanda



Fuente: Encuesta

La curva de la demanda está proyectada a cinco años, el gráfico demuestra que los valores son positivos para el desarrollo del emprendimiento.

### 1.3 ANÁLISIS MACRO Y MICRO AMBIENTE

Hidalgo (2017), dice que “una empresa se encuentra rodeada por una serie de fuerzas, mismas que pueden afectar su entorno como son el: Macro ambiente que esta constituido por todas las fuerzas que rodean a la empresa, sobre las cuales no se puede ejercer ningún tipo de control, en cambio el micro ambiente son todas las fuerzas que una empresa puede controlar.” (p.1)

#### 1.3.1 Análisis microambiente

Sy Corvo (2018), dice que “el microambiente de la empresa se refiere a los micro factores que afectan la estrategia, la toma de decisiones y el rendimiento empresarial.” (p. 1)



1. **Poder de negociación de los consumidores:** los futuros consumidores no tienen poder de negociación ya que el mercado artesanal indígena es reducido.
2. **Poder de negociación de los proveedores:** se puede realizar convenios con varios proveedores de telas y encaje para lograr buenas estrategias de compra de la materia prima
3. **Amenazas de nuevos competidores:** siempre va a existir una amenaza latente, debido a los nuevos emprendimientos que se están formando sobre todo en el sector industrial.
4. **Amenaza de productos sustitutos:** no existen productos sustitutos debido a que las comunidades indígenas ya tienen establecido su traje que es el anaco, faja, blusa blanca con bordados que identifican a cada una de las comunidades.
5. **Rivalidad entre competidores:** los principales rivales de este emprendimiento son las boutiques y almacenes de trajes indígenas que se encuentran establecidos de manera formal en varios sitios de la ciudad de Ambato.

### ***1.3.2 Análisis macro ambiente***

Sy Corvo (2018), manifiesta que “el macro ambiente de la empresa se define como el entorno total, que tiene una relación directa o indirecta con el funcionamiento de la empresa.” (p. 1)

#### **Matriz de evaluación de factores internos (EFI)**

Shum Xie (2018) manifiesta que “la matriz EFI es una herramienta que permite realizar una auditoría interna para evaluar las fortalezas y debilidades, formular estrategias y reforzar los procesos internos.” (p. 1)

La matriz de evaluación de factores internos analiza las debilidades y fortalezas que tiene la organización, esto permite corregir y mejorar los procedimientos, se evalúa de acuerdo al grado de importancia en el peso y calificación siendo 1 menor y 4 mayor.

Tabla 20: Análisis del microambiente

<b>Factores Críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>Fortalezas</b>			
Materia prima nacional	0,10	4,00	0,40
Bordado de las blusas elaborado a mano	0,15	4,00	0,60
Diseños modernos de las blusas	0,10	3,00	0,30
Apertura de fuentes de trabajo	0,05	4,00	0,20
Mano de obra local	0,05	3,00	0,15
<b>Debilidades</b>			
Perdida de tela y dinero en el proceso de corte.	0,15	2,00	0,30
Demasiado tiempo en la creación de los diseños	0,15	2,00	0,30
Falta de capacitación al personal en el uso de las máquinas industriales.	0,10	1,00	0,10
Proceso de bordado lento.	0,05	1,00	0,05
Recursos económicos limitados emprendimiento	0,10	2,00	0,20
<b>Sumatoria</b>	<b>1,00</b>		<b>2,60</b>

Fuente: investigación propia a partir de libros

El valor ponderado es de 2,60 este valor permite determinar que el emprendimiento tiene más fortalezas que debilidades, sin embargo, hay que formular estrategias para fortalecer las debilidades.

#### **Matriz de evaluación de factores externos (EFE)**

Shum Xie (2018), dice que “la matriz EFE es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, identificando factores externos que pueden influir con el crecimiento y la expansión de una marca, siendo capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.” (p. 1)

La matriz de evaluación de factores externos permite visualizar las oportunidades y amenazas que se presentan en el día a día de una organización, permitiendo evaluar según el grado de importancia siendo 1 menor y 4 mayor, para finalmente obtener un valor ponderado y definir las estrategias que se van a tomar a futuro para minimizar las amenazas y aprovechar las oportunidades.

Tabla 21: Factores Externos

<b>Factores Críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>Oportunidades</b>			
Crecimiento de la población indígena	0,15	4,00	0,60
Apertura de créditos para emprendimientos por parte del Gobierno nacional.	0,15	4,00	0,60
Los productos elaborados por artesanos son cotizados en el mercado	0,10	3,00	0,30
Apertura del mercado internacional	0,10	3,00	0,30
<b>Amenazas</b>			
Apertura de nuevos emprendimientos	0,10	2,00	0,20
Precios más bajos de la competencia	0,15	2,00	0,30
Las nuevas generaciones de mujeres indígenas dejen de utilizar su traje ancestral	0,15	1,00	0,15
Inestabilidad política y económica del país	0,10	1,00	0,10
<b>Sumatoria</b>	<b>1,00</b>		<b>2,55</b>

Fuente: investigación propia a partir de libros

La matriz de evaluación de factores externos analiza las amenazas y oportunidades que rodean al emprendimiento, el total ponderado de las oportunidades es de 1,80 mientras que de las amenazas es de 0,75, esto quiere decir que se puede aprovechar todas las oportunidades que se presentan y procurar evitar las amenazas que afecten al entorno empresarial.

## **FODA**

Monferrer Tirado (2013), dice que el factor externo “consiste en analizar el macroentorno (económico, político, social, tecnológico), como el microentorno de la empresa (competencia, proveedores, distribuidores, clientes, agentes de interés) con el fin de detectar las oportunidades que se puede aprovechar y las amenazas que se debe hacer frente.” (p. 39)

Monferrer Tirado (2013), manifiesta que el factor interno “consiste en la evaluación de los aspectos de las distintas áreas funcionales de la empresa (marketing, producción, finanzas, recursos humanos, investigación y desarrollo), con el fin de detectar los puntos fuertes y débiles que puedan dar lugar a ventajas y desventajas competitivas.” (p. 39)

Al diseñar la matriz FODA se va a evaluar e implementar estrategias, tomando en cuenta los factores internos como son las fortalezas y debilidades que podría tener el emprendimiento, así como las oportunidades y amenazas que pueden presentarse durante y después del inicio de sus actividades económicas.

### **Matriz de perfil competitivo (MPC)**

Ochoa (2016), dice que la matriz de perfil competitivo “es una herramienta que identifica a los competidores principales de una empresa e informa sobre sus fortalezas y debilidades particulares.” (p. 1)

Se investigó a dos competidores principales de Mushuc Churay Wara que se encuentran con sus locales comerciales en la ciudad de Ambato, se comparó las fortalezas y debilidades de cada uno y se les dio un valor, los pesos y los totales ponderados de la matriz MPC o la matriz EFI tienen el mismo valor. Jeny`s boutique y Arian boutique tienen un mejor desempeño debido a que se encuentran posicionados en la mente de los consumidores.

Tabla 22: Matriz MPC

Factores Críticos	Peso	Mushuc Churay Wara		Jenny`s Boutique		Arian Boutique	
		Calif.	Valor Pond.	Calif.	Valor Pond.	Calif.	Valor Pond.
Materia prima nacional	0,10	4,00	0,40	4,00	0,40	4,00	0,40
Bordado de las blusas elaborado a mano	0,10	4,00	0,40	4,00	0,40	4,00	0,40
Diseños modernos de las blusas	0,10	2,00	0,20	2,00	0,20	2,00	0,20
Apertura de fuentes de trabajo	0,10	4,00	0,40	2,00	0,20	4,00	0,40
Mano de obra local	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	3,00	0,30
Producto está dirigido a un pequeño segmento del mercado	0,10	4,00	0,40	3,00	0,30	3,00	0,30
Falta de Infraestructura	0,10	2,00	0,20	3,00	0,30	3,00	0,30
Insuficientes recursos financieros	0,10	2,00	0,20	3,00	0,30	3,00	0,30
Poca publicidad del producto.	0,10	2,00	0,20	3,00	0,30	3,00	0,30
Falta de experiencia como administrador de un emprendimiento	0,10	1,00	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30
<b>Sumatoria</b>			<b>2,80</b>		<b>3,00</b>		<b>3,20</b>

Fuente: investigación propia a partir de libros

Tabla 23: Matriz FODA (Estrategias)

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<p>Crecimiento de la población indígena</p> <p>Apertura de créditos para emprendimientos por parte del Gobierno nacional.</p> <p>Los productos elaborados por artesanos son cotizados en el mercado</p>	<p>Apertura de nuevos emprendimientos</p> <p>Precios más bajos de la competencia</p> <p>Las nuevas generaciones de mujeres indígenas dejen de utilizar su traje ancestral</p>
	<p>Apertura del mercado internacional</p> <p><b>Estrategias FO</b></p> <p>Realizar convenios con proveedores nacionales para adquirir materia prima de buena calidad.</p> <p>Aprovechar los convenios que tiene Ecuador firmados con otros países para exportar las blusas</p>	<p>Inestabilidad política y económica del país</p> <p><b>Estrategias FA</b></p> <p>Promocionar las blusas con diseños modernos con las jóvenes indígenas en ferias.</p> <p>Contratar personal de la zona de Chibuleo para la elaboración de las blusas</p>
	<p><b>Estrategias DO</b></p> <p>Ampliar el segmento de mercado a otras comunidades indígenas que requieran blusas en su vestuario.</p>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <p>Crear procedimientos de mejora continua en la elaboración de las blusas.</p>

Falta de experiencia como administrador de un emprendimiento

Fuente: investigación propia a partir de libros

### 1.3.3 Proyección de la oferta

Thompson (2009), manifiesta que “la oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.” ( p. 2)

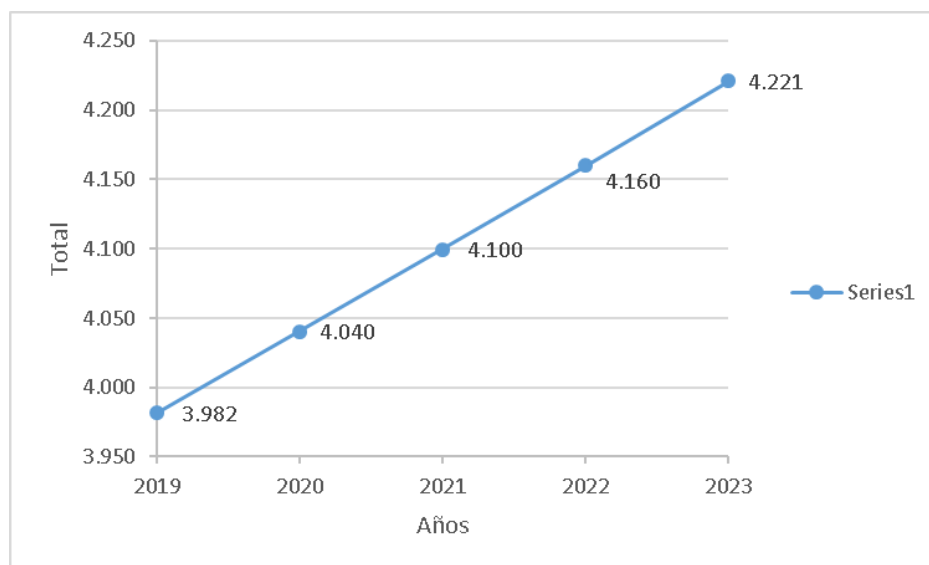
Para poder realizar el cálculo de la oferta se utilizará el porcentaje de las respuestas negativas en la pregunta 2 “le gustaría utilizar blusas étnicas con diseños modernos?” que es del 14% multiplicado por el número de mujeres indígenas de 15 a 40 años siendo 2.335, su resultado es de 327, el incremento del número de blusas se lo realizará aplicando el porcentaje de la tasa de crecimiento de 1,47. Finalmente este valor será multiplicado por 12 blusas al año.

Tabla 24: Proyección de la Oferta

Años	Personas	Tasa de Crecimiento 1,47%	Blusas Anuales	Total
2019	327	332	12	3.982
2020	332	337	12	4.040
2021	337	342	12	4.100
2022	342	347	12	4.160
2023	347	352	12	4.221

Fuente: Encuesta

Gráfico 12: Proyección de la Oferta



#### 1.4 Demanda potencial insatisfecha

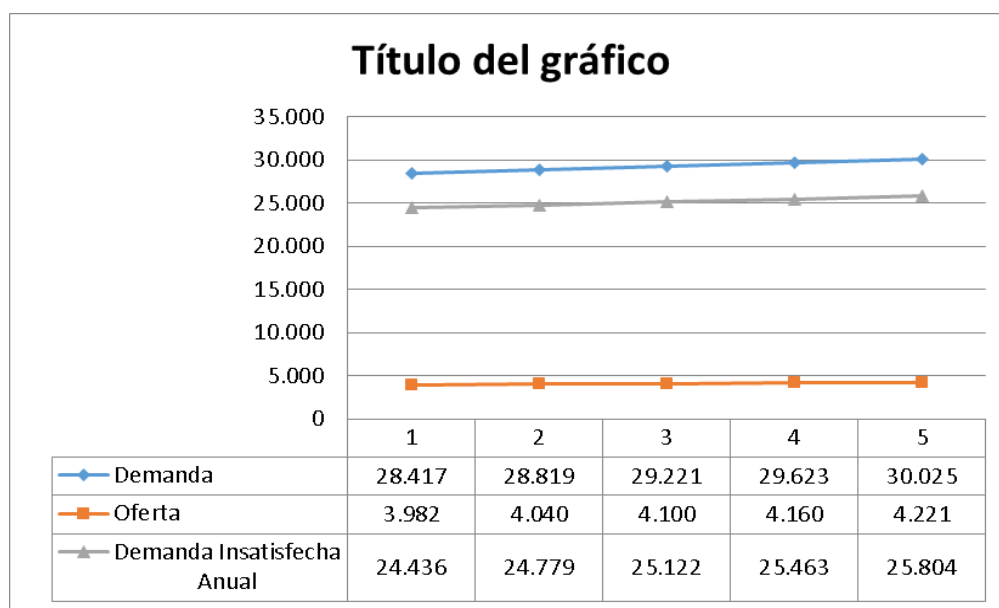
Díaz (2016), dice que demanda potencial “es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.” (p.3)

Tabla 25: Demanda Potencial Insatisfecha

Año Proyección	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha Anual	Demanda Insatisfecha Mensual	Demanda Insatisfecha Diaria
2019	28.417	3.982	24.436	2.036	68
2020	28.819	4.040	24.779	2.065	69
2021	29.221	4.100	25.122	2.093	70
2022	29.623	4.160	25.463	2.122	71
2023	30.025	4.221	25.804	2.150	72

Fuente: Encuesta

Gráfico 13: Demanda Potencial Insatisfecha



Fuente: Encuesta

#### 1.5 Promoción y publicidad que realizará (canales de comunicación)

Monferrer Tirado (2013), dice que “el objetivo principal de la comunicación es informar acerca de la existencia de un producto dando a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface.” (p. 151)



De acuerdo con la encuesta realizada en la pregunta 9, el medio publicitario que obtuvo el mayor porcentaje son las redes sociales, a continuación, se presenta estrategias de publicidad y promoción:

- Se diseñará spots publicitarios con los nuevos modelos de las blusas, para que sean transmitidos en las diferentes redes sociales.

Otro de los puntos importantes dentro de la promoción y publicidad es que el producto debe poseer una marca para que los futuros clientes puedan identificarlo del resto que existen en el mercado.

### **Marca**

Monferrer Tirado (2013), dice que “la marca puede definirse como un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño o una combinación de alguno de ellos que sirve para identificar los bienes y servicios que ofrece un vendedor y diferenciarlos de sus competidores.” (p. 100)

La marca del proyecto de emprendimiento llevara las palabras en quichua *Mushuc Churay Wara* que significa ponerse nuevas blusas, adicionalmente las palabras en español *blusas indígenas modernas*, con la imagen de una blusa con su bordado y colores que representa a la comunidad de Chibuleo

*Imagen 1: Marca*



**Empaque:** Va a ser una funda biodegradable de papel Kraft en color lila sus medidas van a ser 160mm de ancho, 230mm de alto y el fuelle de fondo de 90mm.

Imagen 2: Empaque



**Etiquetas:** Para complementar el diseño final de las blusas se va a colocar una etiqueta con la marca, las recomendaciones y cuidados que debe tener la prenda de vestir al momento de ser lavada.

Imagen 3: Etiquetas



### **Canales de comunicación**

Monferrer Tirado (2013), dice que dentro de los canales de comunicación, “existen cinco instrumentos como son la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo con todos ellos se debe

buscar una combinación óptima de comunicación, que logre alcanzar los distintos tipos de clientes, enfrentarse a la competencia y cumplir con los objetivos fijados de la manera más eficiente.” (p. 153)

Tabla 26 Canales de Comunicación

<b>Objetivo estratégico:</b> Fortalecer la imagen de la marca de la empresa mediante una estrategia de marketing					
<b>Estrategia</b>	<b>Actividad</b>	<b>Periodo</b>	<b>Recursos</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsable</b>
Marketing directo	Crear publicidad para las redes sociales	Trimestral	Tecnológico	\$375,00	Jefe de Ventas
Venta personal	Promocionar las blusas a los distintos grupos folclóricos.	1 vez al año	Humano	\$110,00	Jefe de Ventas

Fuente: investigación propia a partir de libros

De acuerdo con las dos estrategias presentadas se puede promocionar y publicitar las blusas con diseños modernos bordados a mano, a través de las diferentes redes sociales en internet y la presentación de las prendas a los diferentes grupos folclóricos que existen en la ciudad de Ambato.

### **1.6 Sistema de distribución a utilizar (canales de distribución)**

Monferrer Tirado (2013), se refiere a la distribución como una “herramienta del marketing que relaciona la producción con el consumo. Es decir, poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento que necesite y en el lugar donde desee adquirirlo.” (p. 131)

A continuación, un detalle de los canales de distribución que podría utilizar el proyecto de emprendimiento una vez que inicie sus actividades económicas.

Gráfico 14 Canales de Distribución



Fuente: investigación propia a partir de libros

Este canal es directo del fabricante al comprador final, dentro de las instalaciones de la fábrica se consideraría tener una pequeña boutique, para que las futuras compradoras puedan adquirir las blusas.

Gráfico 15 Canales de Distribución al Consumidor



Fuente: investigación propia a partir de libros

El segundo canal de distribución que se va a utilizar va del fabricante al distribuidor y de este al comprador final, dentro de estos podrían estar boutiques y almacenes de ropa indígena.

### 1.7 Seguimiento de clientes

Monferrer Tirado (2013), indica que el seguimiento “es indispensable para asegurar la satisfacción del cliente y por tanto aumentar la posibilidad de que vuelva a comprar o que recomiende el producto o servicio a otros consumidores.” (p. 170)

El procedimiento a seguir es:

- Realizar llamadas telefónicas para preguntarle si se encuentra satisfecho con el producto terminado.
- Programar visitas a los distribuidores, para verificar si el producto está bien y si han logrado vender.

El seguimiento a los clientes permite conocer la inconformidad o conformidad ante cierto producto, en cuanto a cantidad, calidad, precio, presentación, etc.

Tabla 27 Seguimiento de clientes

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Actividad</b>	<b>Presupuesto</b>
Identificar el grado de aceptación de las blusas en la población femenina del sector rural.	Realizar una encuesta sobre la calidad del producto.	Realizar encuestas a los clientes.	\$100
Conocer el grado de satisfacción de las mujeres al utilizar una blusa con diseño moderno bordado a mano.	Investigar la cantidad de blusas vendidas al mes.	Conocer la opinión de las mujeres que utilizan blusas étnicas.	\$50

Fuente: investigación propia a partir de libros

### **1.8 Especificar mercados alternativos**

Los mercados alternativos facilitan a los compradores una segunda opción de compra con precios más bajos y una gran variedad de productos que no se encuentran en establecimientos grandes.

Tabla 28 Mercados alternativos

<b>Mercado alternativo</b>	<b>Producto alternativo</b>	<b>Descripción</b>
El mercado alternativo para las blusas serán, grupos de danza, mujeres que trabajan en las cooperativas que pertenecen al sector indígena.	Blusas sin bordados	Podría también ser un producto aceptado por las mujeres indígenas.

Fuente: investigación propia a partir de libros

## **CAPITULO II**

### **ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)**

#### **Objetivo General**

Realizar el proceso de producción para la elaboración de blusas étnicas con diseños modernos bordados a mano.

#### **Objetivos Específicos**

- Describir el proceso de transformación y determinar los tiempos.
- Investigar el tipo de maquinaria que se requiere para la elaboración de las blusas.
- Determinar el lugar y el espacio a utilizar del área de producción y áreas administrativas.

#### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

Hernández Nariño, Noguiera Rivero, y Medina León (2012), manifiestan que “la gestión de procesos busca reducir la variabilidad que aparece habitualmente cuando se producen o prestan determinados servicios y trata de eliminar las ineficiencias asociadas a la repetitividad de las acciones o actividades y al consumo inapropiado de recursos”

Aplicando el sistema de procesos dentro del área de producción se evitaría la repetitividad de las actividades y de esta manera se evitaría el desperdicio de tiempo y dinero dentro de la empresa.

##### ***2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio***

Dentro de las organizaciones el proceso de fabricación es importante, de esto depende que el producto terminado sea de buena calidad, para que los futuros

clientes sigan adquiriendo más. A continuación, se detalla los procesos para la elaboración de blusas étnicas con diseños modernos bordados a mano:

1. **Adquisición de la materia prima:** Tela, encaje, hilos para bordar, hilos para coser, botones y cierre son todos los materiales que se requieren para la elaboración y bordado de las blusas, estos serán adquiridos en los grandes almacenes de distribución de telas al por mayor y menor, mismos que deben tener todos los requisitos para su funcionamiento de acuerdo a la ley establecida para todo el territorio ecuatoriano. Este proceso tendrá una duración de 120 minutos
2. **Control de calidad de la materia prima:** Una vez adquirida la materia prima, la persona de control de calidad será la encargada de verificar que la tela, encaje e hilos se encuentren en óptimas condiciones para la confección de las blusas, los materiales no deben presentar fallas de ningún tipo. Este proceso durara 30 minutos.
3. **Diseño de los moldes para las blusas y bordado:** El Ingeniero Textil será el encargado de diseñar los nuevos modelos de blusas, elaborar los moldes en diferentes tallas, diseñar los dibujos para el bordado de cada una de las blusas, utilizando los colores que identifican a las mujeres de las comunidades indígenas del Cantón Ambato. Antes de empezar con la elaboración de las blusas, primero deben ser aprobadas por la Gerencia. Este proceso no tiene un tiempo definido, debido al proceso de creación y diseño de los modelos.
4. **Confección de las blusas:** El personal de bordado bajo la dirección e indicaciones del Ingeniero Textil proceden a realizar a mano el bordado de cada una de las figuras diseñadas para las blusas.

Con los moldes terminados por parte del Ingeniero Textil se procede a dibujar en la tela las partes de la blusa, midiendo el largo y ancho de la tela para evitar desperdicios, inmediatamente se procede con la cortadora a cortar en serie de acuerdo a la talla y luego se entrega al área de costura para que empiecen a coser y dar la forma a las blusas. El tiempo que se demora en este proceso es de 8 horas diarias durante una semana, debido al bordado a mano y dependiendo de la complejidad de las figuras.

Adicionalmente terminado el bordado y armada la blusa se colocará el cierre o los botones dependiendo del modelo de la blusa.

5. **Doblado y empaçado de las blusas:** Terminado el proceso de confección de las blusas y verificado por control de calidad que no tenga fallas en la prenda, se procederá a planchar y doblar las blusas para colocarlas en su respectivo empaque.
6. **Almacenamiento del Producto terminado:** Las blusas con su respectivo empaque se las colocará en cajas por tallas e inmediatamente se procede a guardar en un lugar fresco y seco libre de humedad. Este procedimiento durará 30 minutos.

## **Normativas**

De acuerdo con la norma técnica ecuatoriana obligatoria de textiles, prendas de vestir, etiquetas NTE INEN 1875-2004

### 6. Requisitos

#### 6.1 Requisitos específicos

6.1.1 Materiales.- Para la fabricación de etiquetas, se utilizará tela o cualquier otro material que no produzca irritaciones o alergias a la piel del ser humano y tenga una duración igual al producto que se aplique, sin que se afecte su calidad con los procesos posteriores de lavado y planchado casero o de lavandería.

6.1.2 Dimensiones.- Las etiquetas deben tener las dimensiones tales que permita contener la información establecida en

#### 6.1.3 Información

##### 6.1.3.1 Etiqueta técnica

- a. Número de talla
- b. Porcentaje de fibras utilizadas
- c. Razón social del fabricante y/o importador
- d. País de origen
- e. Instrucciones de manejo y conservación



6.1.3.2 Etiquetas marca

- a. Marca comercial
- b. Logotipo

6.1.3.3 La información de las etiquetas, técnicas y adicionales debe expresarse en idioma español o inglés.

6.1.3.4 La información de las etiquetas debe ser legible e indeleble.

6.1.4 Fijación de las etiquetas

6.1.4.1 Las etiquetas técnicas y de marca deben estar obligatoriamente adheridas a la prenda de vestir y ropa de hogar en un sitio que facilite su observación rápida, cosidas o adheridas por un proceso de termo fijación o similar, que garantice la duración de la adhesión.

6.1.5 Porcentaje de fibras utilizadas.- La información de la composición del textil para la confección de prendas de vestir y ropa de hogar debe cumplir lo siguiente:

6.1.5.1 La composición debe expresarse en porcentaje con relación a la masa de las diferentes fibras que integran el producto, en orden de predominio de dicho porcentaje, conforme a lo siguiente:

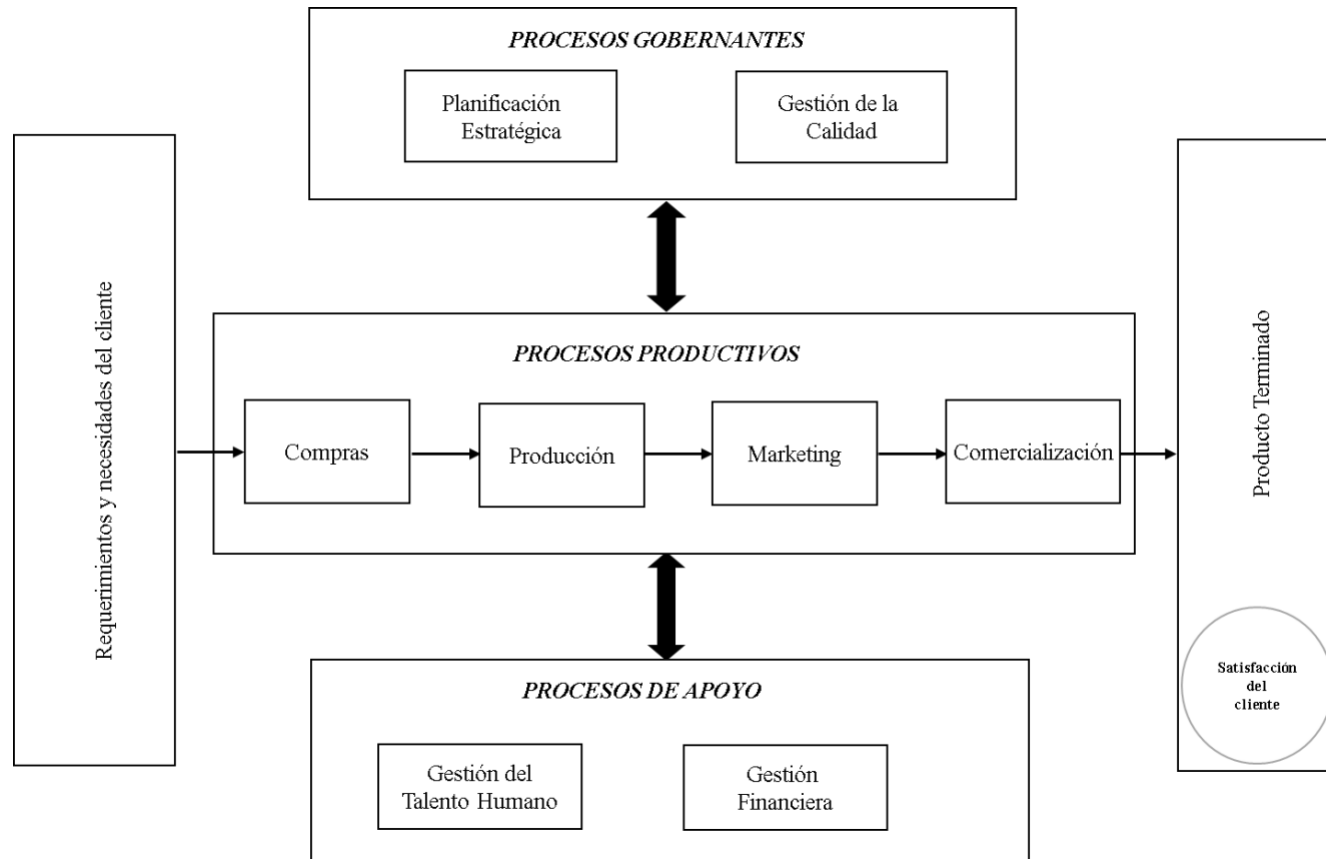
- a. Toda fibra que se encuentre presente en un porcentaje igual o mayor al 5% del total, debe expresarse en porcentaje por su nombre genérico o aquellas que aun estando por debajo del 5% le imprima características especiales al producto.
- b. Las fibras presentes en un porcentaje menor al 5% del total se pueden designar como “otras”.
- c. Cuando las prendas de vestir y ropa de hogar hayan sido elaboradas o confeccionadas con subproductos textiles cuyo origen no se pueda demostrar, debe indicarse el porcentaje de fibra que encuadra en este supuesto, o en su defecto la leyenda “...(porcentaje) de fibras desconocidas”.

ANEXO A

A.1 Símbolos básicos y adicionales

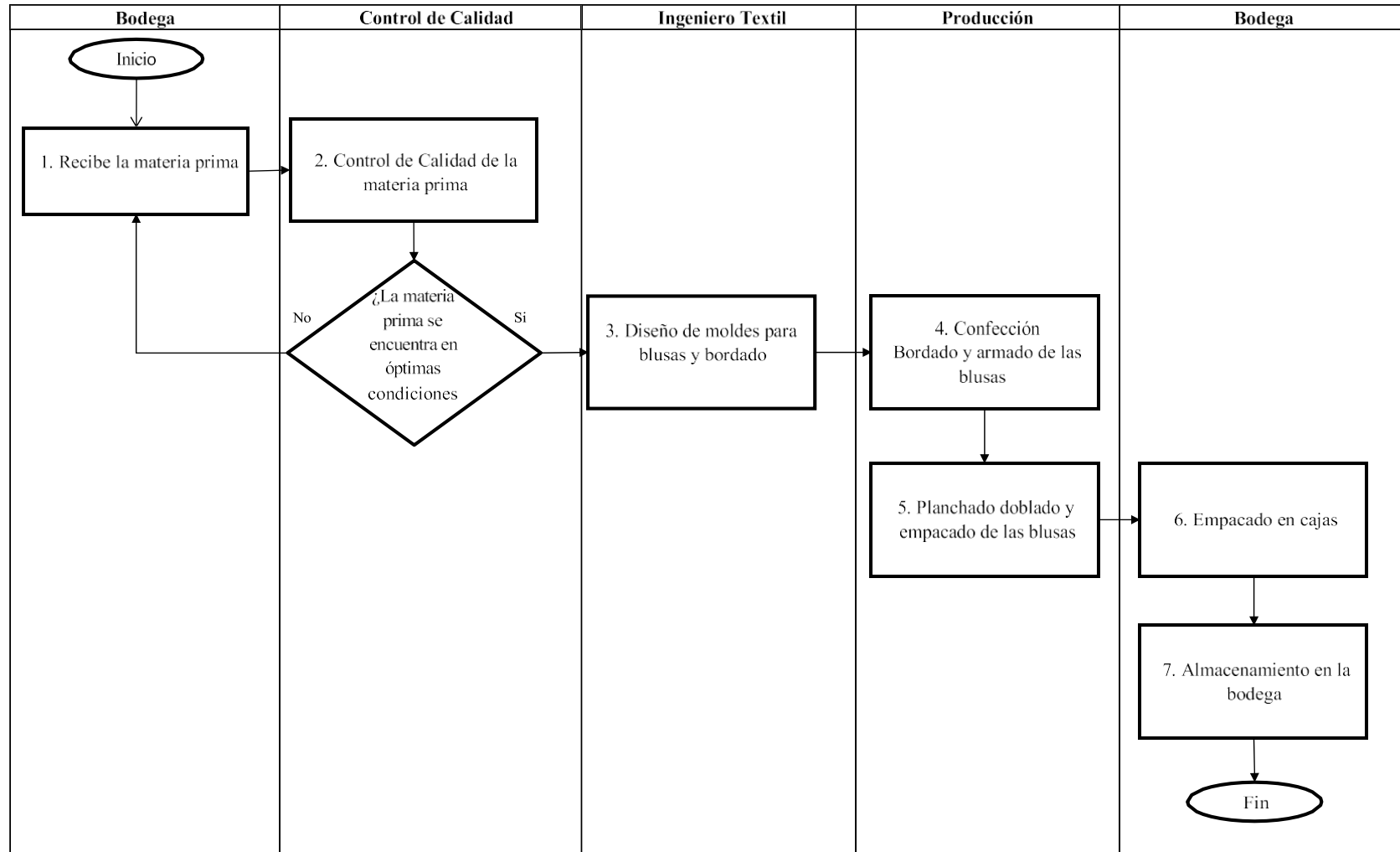
	SÍMBOLOS GRÁFICOS	PROCESO
B A S I C O S		LAVADO
		BLANQUEADO EN BASE A CLORO
		PLANCHADO
		LAVADO EN SECO
		SECADO A MAQUINA
A D I C I O N A L E S		TRATAMIENTO NO PERMITIDO
		TRATAMIENTO MODERADO
		TRATAMIENTO MUY MODERADO

Gráfico 16: Mapa de Procesos



## Flujograma de Procesos

Gráfico 17: Diagrama de Flujo



## 2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

### Ubicación de la planta de producción

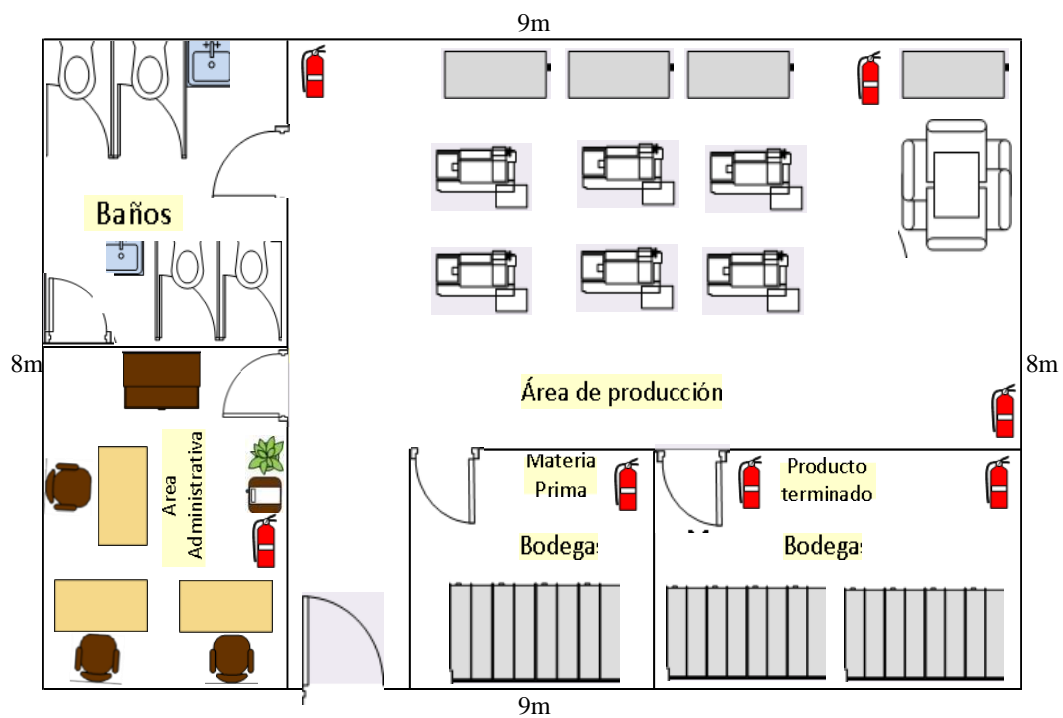
La planta de producción estará ubicada en la parroquia de Chibuleo, lugar escogido por ser un sitio propio y la facilidad de contratar mano de obra que conoce los gustos y preferencias de las mujeres de las comunidades indígenas. A continuación, el plano con la distribución de cada una de las áreas.

Tabla 29: Distribución de espacios

Plano del Proyecto	
Área	Metraje (m <sup>2</sup> )
Área Administrativa	18
Baños	4
Bodega producto terminado	7
Bodega materia prima	7
Área de Producción	20
Baños	4
Área de bordado	12
<b>Total</b>	<b>72</b>

Fuente: Arq. Paúl Pinto

Imagen 4: Distribución de espacios



Programa: Visio  
Escala: 1:100

### Descripción de los equipos

Para la elaboración de las blusas se requiere de materiales (tela, hilos, encaje) y para el armado se necesita de maquinaria como es la cortadora para cortar la tela en serie y por tallas, así como máquinas de costura recta y overlock. A continuación, un detalle de la maquinaria industrial requerida con su velocidad nominal y su costo referencial en el mercado.

Tabla 30: Costos de maquinaria

Actividad	Equipo	Velocidad Nominal	Costo
Costura	Overlock	6300 ppm	516,99
Costura	Recta y zig zag	1450 rpm	599,99
Corte	Cortadora	2850 a 3400 rpm	380,00

Fuente: Mercado Libre

### Descripción de actividades

En cuanto a la adquisición de materia prima se lo realizará cada quince días en la ciudad de Ambato, lo mínimo que se podría demorar en el bordado de los diseños es 8 horas dependiendo de la complejidad y el número de elementos utilizados. Las mismas personas que realizan el bordado son las encargadas de armar y coser las blusas, después de este procedimiento se iniciara con el planchado, doblado y empaquetado de las blusas. El tiempo que emplearan cada uno de los obreros es de ocho horas diarias.

Tabla 31: Horas hombre

Actividad	Tiempo minutos	No. Personas	Horas-Hombre
Adquisición de la materia prima	120	1	2,00
Control de calidad de la materia prima	30	1	0,50
Almacenamiento de la materia prima	60	2	0,50
Diseño de moldes y bordado	60	1	1,00
Bordado	480	5	8,00
Costura	10	5	0,17
Doblado y empaquetado	60	2	0,25
Almacenamiento en bodega	30	2	0,25

### 2.1.3 Tecnología a aplicar

La tecnología que se va a utilizar en las blusas con diseños modernos, bordadas a mano, es tela blanca, hilos para bordar en colores azul, verde, vino, morado y rojo.

**Tela:** Dress Techinfus.com (2015), indican que “el nombre de este tejido es una pequeña cicatriz que se traduce como papal, desde la antigüedad se hizo ropa hermosa para el propio Papa. Es un tejido liso, utiliza diferentes fibras.”

Imagen 5: Tela



Fuente: (Dress Techinfus.com, 2015)

**Hilos para bordar:** Los hilos que utilizan para bordar se pueden adquirir en cualquier almacén de manualidades y los colores que se utiliza son azul, verde, vino, rojo, el diseño de bordado en el cuello de las blusas que utiliza la comunidad de Chibuleo es las flores de la papa que representa a la Pacha Mama, los nuevos diseños serán figuras que se encuentran en el entorno y la vida cotidiana como pájaros, gallos, llamas, flores están en los diferentes paisajes que rodean a la comunidad.

## 2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

### 2.2.1 Ritmo de producción

La adquisición de materia prima, control de calidad, almacenamiento de la materia prima y el diseño de las blusas se lo realizará dos veces al mes, el resto de actividades es por 8 horas diarias y cinco días laborales. En el armado de las blusas son cinco blusas diarias y el tiempo en que se demoran es diez minutos. A continuación, una tabla con un detalle de los tiempos que serán empleados en cada una de las actividades a realizarse, en el transcurso de los días, adicionalmente

cada uno de los trabajadores prestarán ayuda con la limpieza de las máquinas y los pisos del área de producción.

Tabla 32: Ritmo de producción

Actividad	No. Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de trabajo
Adquisición de la materia prima	1	1,00	2,00	4,00
Control de calidad de la materia prima	1	1,00	0,50	2,00
Almacenamiento de la materia prima	2	0,30	0,50	2,00
Diseño de moldes y bordado	1	0,50	2,00	4,00
Bordado	5	10,00	8,00	160
Costura	5	0,40	0,17	3,20
Doblado y empacado	2	0,30	0,22	2,00
Almacenamiento en bodega	2	0,25	0,25	1,00

Fuente: investigación propia

### 2.2.2 Nivel de inventario promedio

El inventario promedio que realizará el emprendimiento es de 68 blusas diarias, para aumentar la producción en el futuro dependerá del volumen de ventas que se tenga, al mes se elaborarán 2.036 blusas un número aceptable debido al tiempo que se demora en terminar el bordado de las blusas y la producción anual será de 24.436 blusas.

Tabla 33: Producción mensual

Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
68	2.036	24.436

Fuente: Demanda Potencial Insatisfecha

### 2.2.3 Número de trabajadores

A continuación, un detalle del personal que se requiere para el emprendimiento, está incluido el personal administrativo y los obreros con sus respectivas funciones, el incremento del personal se lo realizará de acuerdo con el

porcentaje de ventas, la empresa tendría que realizar un análisis costo- beneficio para el incremento.

Tabla 34: Puestos de trabajo

No.	Cargo	Funciones	Tipo de Contrato
1	Gerente	Es el encargado de buscar recursos económicos, para el normal desenvolvimiento de la empresa.	Fijo
1	Contador	Dar apoyo en los procesos financieros de la empresa.	Fijo
1	Diseñador textil	Diseñar, actualizar el proceso de elaboración aplicando técnicas que ayuden a mejorar el tiempo de bordado	Servicios Profesionales
1	Vendedor	Es el encargado de ubicar las blusas para la venta al público	Fijo
6	Obreros	Ejecutar el proceso de la elaboración de las blusas utilizando el tiempo de forma adecuada.	Fijo

Fuente: investigación propia a partir de libros

## 2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

### 2.3.1 Capacidad de Producción Futura

La capacidad instalada de la maquinaria que se utilizará es del 80%, debido a la cantidad de personal para realizar el bordado, de acuerdo con el porcentaje de ventas de las blusas se podría incrementar más personal, la proyección del número de unidades se realizó con el 10% de incremento, mientras que en el precio se utilizó el porcentaje de inflación del 0,27% anual correspondiente al año 2018.

Tabla 35: Capacidad de producción

Proyección	Unidades	Precio Unitario USD	Total USD	Porcentaje
Año 1	24.436	60,00	1.466.160,00	0%
Año 2	24.779	60,28	1.493.727,68	10%
Año 3	25.122	60,57	1.521.522,10	10%
Año 4	25.463	60,85	1.549.423,10	10%
Año 5	25.804	61,14	1.577.552,76	10%

Fuente: investigación propia



## 2.4 RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

### 2.4.1 Especificación de la materia prima y grado de sustitución.

A continuación, un detalle del tipo de material que se va a utilizar en la elaboración de las blusas y su grado de sustitución del producto y cada uno de los diferentes proveedores de telas que existen en la ciudad de Ambato.

Tabla 36: Especificación materia prima

Materia Prima	Importancia	Sustitución	Proveedor
Tela	Es el material tradicional que se utiliza para la elaboración de las blusas, debido a la dureza y durabilidad de la tela.	Se puede sustituir con alguna tela parecida o de algodón.	Curtiduría Salazar Textil Buenaño Neymatex
Hilos para bordar	Es el material principal para realizar el bordado de las blusas	No se puede sustituir este material, debido a que este tipo de hilos tiene un grosor específico, permitiendo un bordado adecuado para las figuras.	Curtiduría Salazar Textil Buenaño

Fuente: investigación propia

## 2.5 CALIDAD

### 2.5.1 Método de Control de Calidad

Para que el producto terminado cumpla con todos los estándares de calidad, se procederá a controlar que se estén aplicando todos los procesos de forma adecuada en todas las etapas de producción.

## Lista de Verificación

Tabla 37: Lista de verificación

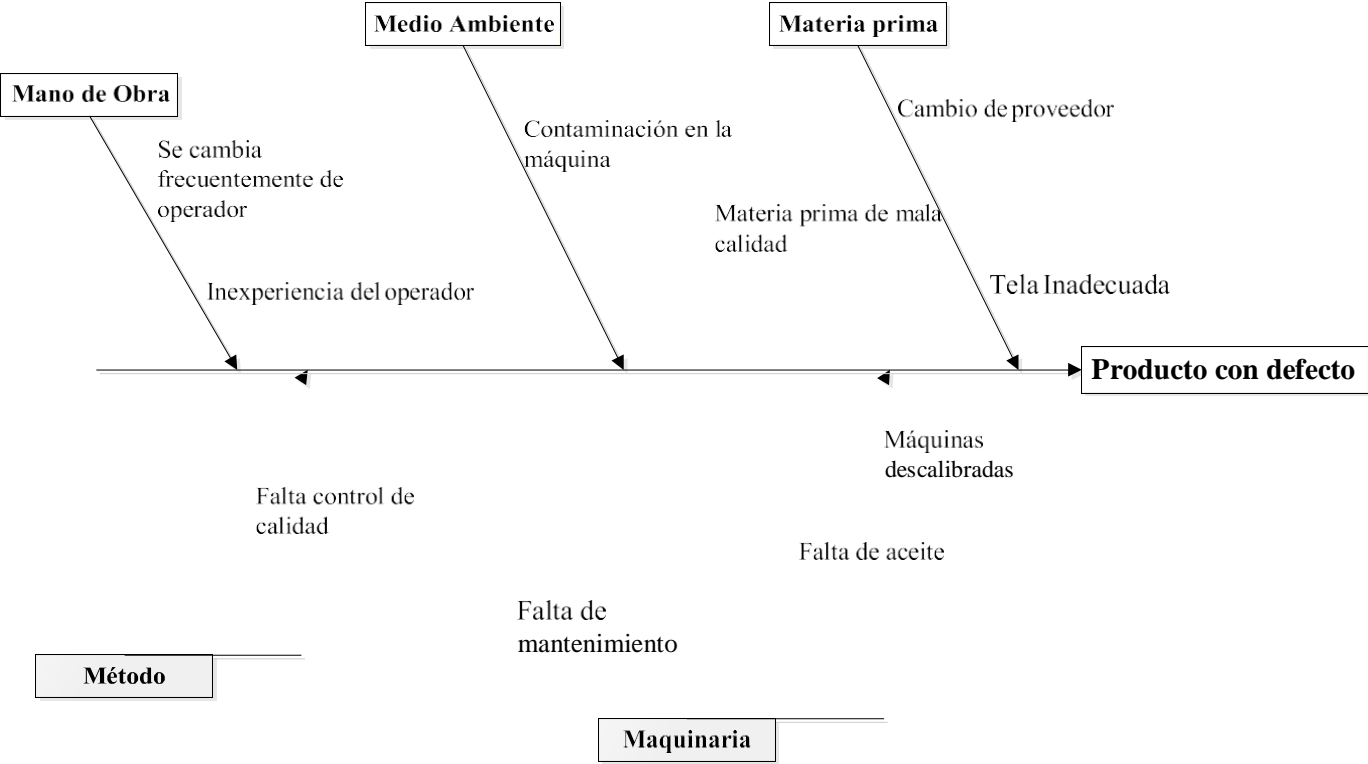
Hoja de Control		
Defecto	Frecuencia	Total
Problema: Blusas rotas en los costados		
Proceso: Costura		
Responsables Obreros		
Fecha: Noviembre de 2018		Cantidad: 1.200 blusas
Costados de las blusas sin costura	////	5
Bordado presenta fallas en los elementos.	//// //	8
Doble de la parte baja de la blusa zafado.	///	3

Fuente: investigación propia

### Diagrama de Ishikawa o Espina de Pescado

Es un diagrama que permite evaluar problemas que puedan presentarse durante el proceso de elaboración de las blusas.

Gráfico 18: Diagrama de Ishikawa



## 2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

### 2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Según (Higiene Industrial y Ambiente)

El Código de trabajo: Art. 434, Reglamento de higiene y seguridad enuncia:

“En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”.

Si la empresa cuenta con 10 trabajadores o menos debe realizar un plan mínimo de prevención de riesgos.

Requisitos para la aprobación del reglamento de seguridad y salud.

- Matriz de Identificación y Ponderación: resultado del examen inicial o diagnóstico de riesgos.
- Matriz de medidas preventivas.
- Registro del responsable de prevención de riesgos laborales de la empresa.
- Conformación e inscripción del comité, subcomité y/o delegado de Seguridad y Salud según la estructura y tamaño de la empresa.
- Registro de profesional de Seguridad y Salud responsable técnico de la elaboración del Reglamento.

Documentos habilitantes o necesarios para la aprobación del reglamento:

- Solicitud dirigida al Director Regional de Trabajo, requiriendo la aprobación. Auspiciada por un abogado.
- Tres ejemplares del proyecto de Reglamento.
- Hoja de datos generales de la empresa.
- Resultado del examen inicial de riesgos de la empresa.
- Nombramiento del Gerente, registrado en el Registro Mercantil o su matrícula de comercio.
- Certificación de aportes del IESS al día.
- Registro único de contribuyentes RUC actualizado.
- Fotocopias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Pago por tasa de recaudación. (20,00 USD)

## **CAPITULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **Objetivo General**

Administrar de manera eficiente el talento humano de la empresa.

#### Objetivos Específicos

- Identificar la misión y visión de la empresa
- Determinar las funciones de cada uno de los departamentos

### **3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

#### ***3.1.1 Visión de la Empresa***

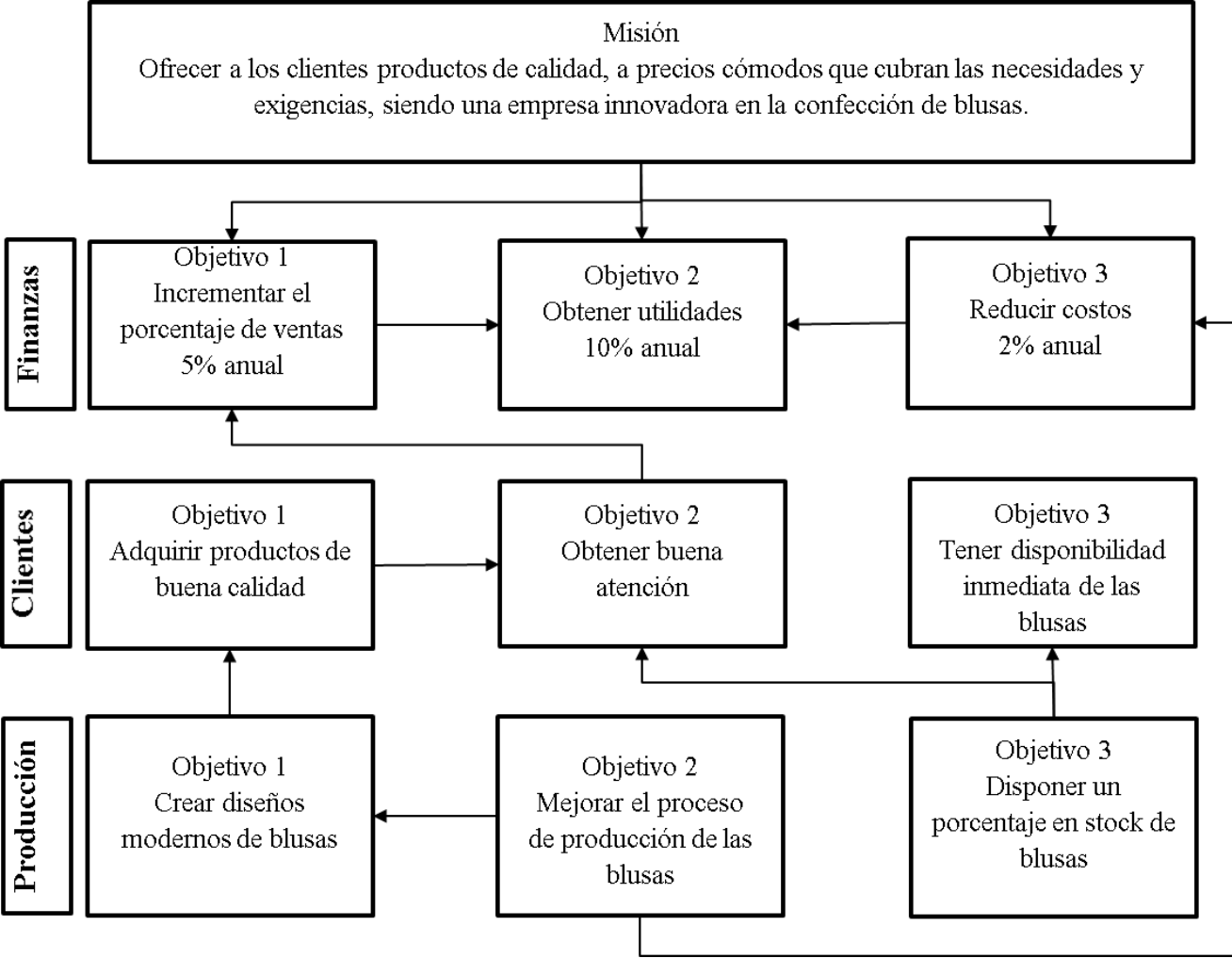
“Ser líder en la confección de blusas étnicas con diseños modernos que respondan a la preferencia de nuestros clientes.”

#### ***3.1.2 Misión de la Empresa***

“Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad, a precios cómodos que cubran sus necesidades y exigencias, siendo una empresa innovadora en la confección de blusas.”

#### ***3.1.3 Mapa Estratégico***

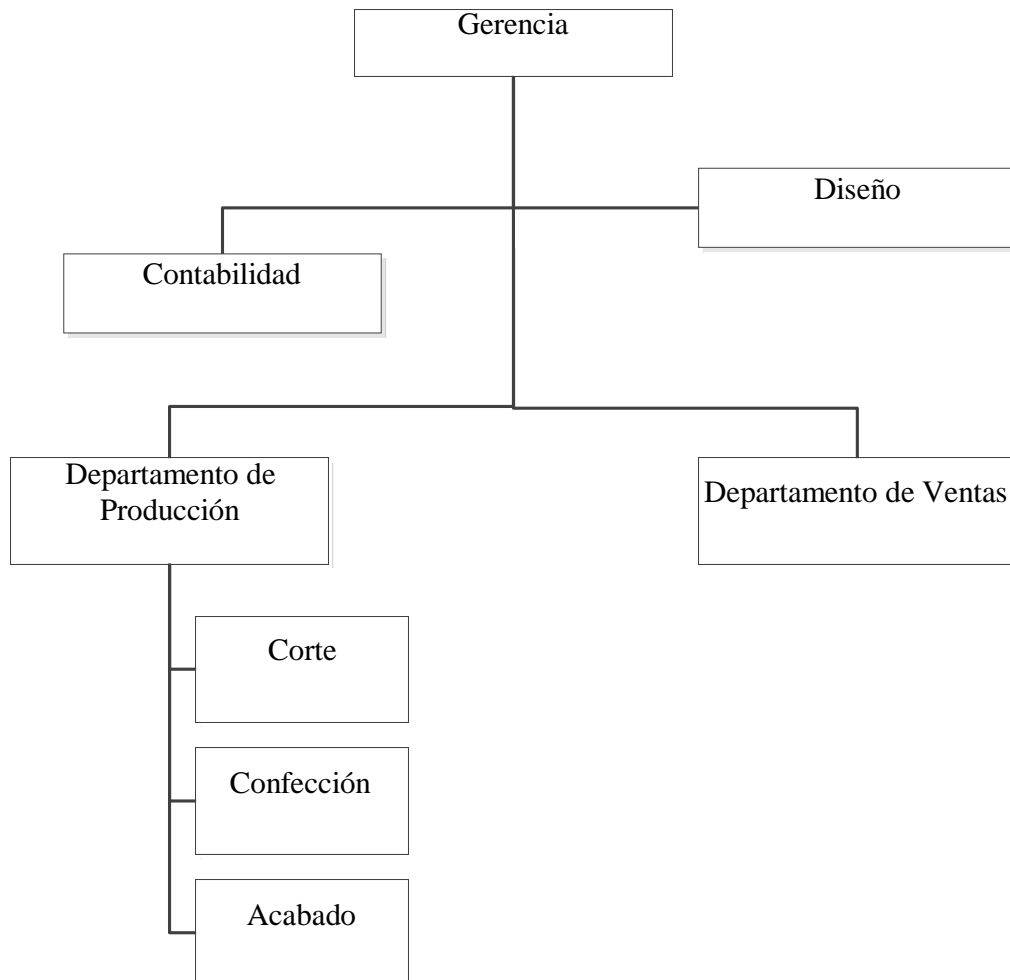
Gráfico 19: Mapa Estratégico



## 3.2 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

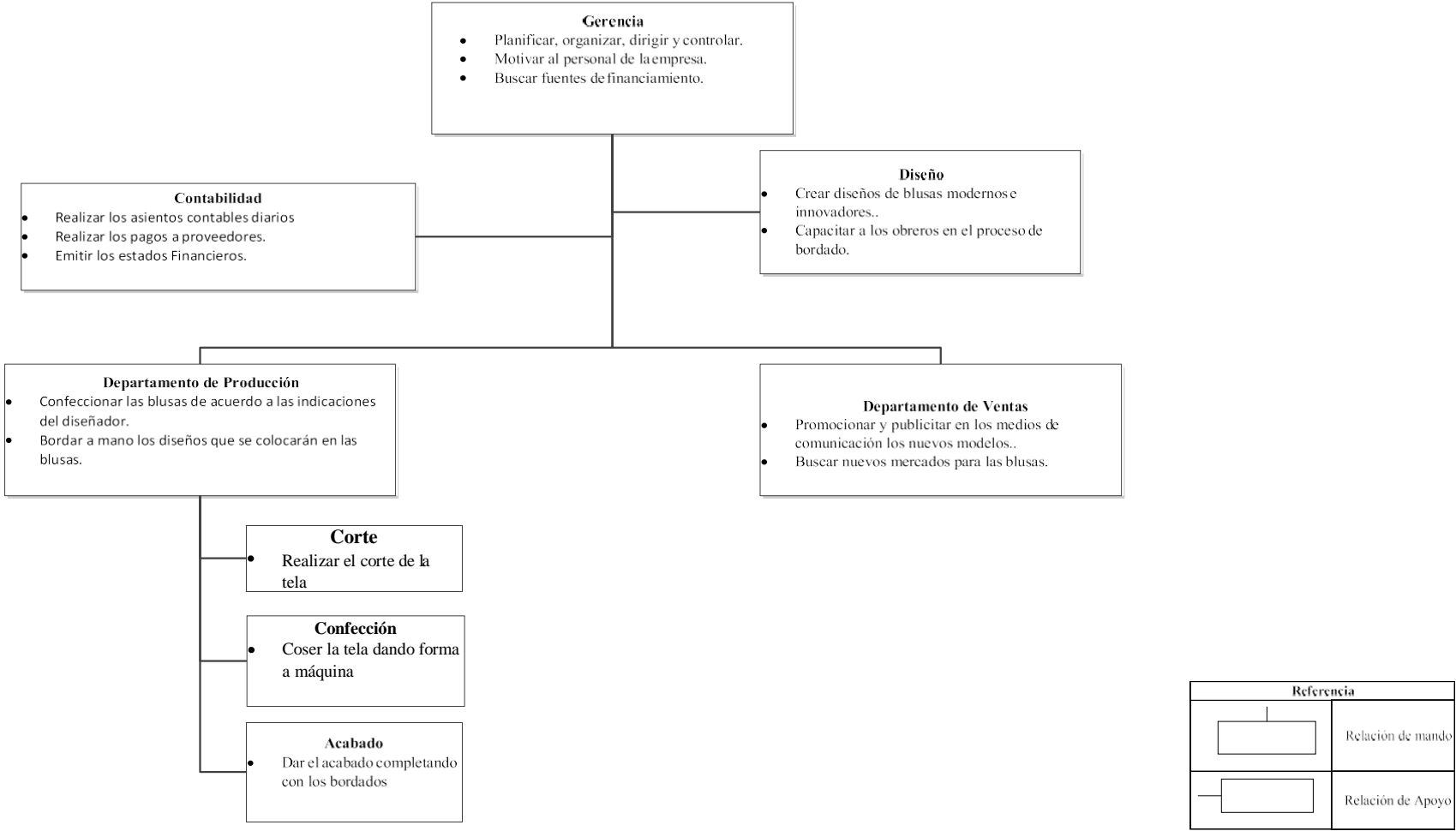
### 3.2.1 Organización Interna

Gráfico 20 : Organigrama Estructural



Referencia	
	Relación de mando
	Relación de Apoyo

Gráfico 21: Organigrama Funcional





### 3.2.2 Descripción de puestos

Tabla 38: Funciones del Gerente

---

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Gerente
Jefe Inmediato:	Ninguno
Supervisa a:	Contador, Diseñador, Vendedor, Obreros.
<b>II Naturaleza del Puesto</b>	
Administrar los recursos financieros, tecnológicos y el talento humano de la empresa.	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Planificar las actividades diarias con los diferentes departamentos.</li><li>2. Buscar recursos económicos para la empresa.</li><li>3. Administrar el Talento Humano de la Empresa.</li><li>4. Aprobar o negar los nuevos diseños de las blusas que presente el Diseñador de modas.</li><li>5. Velar que se cumplan los procesos y procedimientos establecidos.</li></ol>	
<b>IV Requisitos Mínimos para el Puesto</b>	
Título Profesional:	Administración de Empresas o afines
Experiencia:	3 años
Habilidades:	Poseer la capacidad de planificar, negociar y motivar, poseer liderazgo, trabajo en equipo, buena comunicación, trabajar bajo presión.
Formación:	Tercer nivel  Conocimientos sólidos en administración de empresas, solucionador de conflictos, Paquetes Office como Word, Excel, Power Point, Análisis Financiero, Código de Trabajo, Ley de Régimen Tributario.

---

Fuente: investigación propia a partir de libros

Tabla 39: Funciones del Contador

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Contador
Jefe Inmediato:	Gerente
Supervisa a:	No aplica
<b>II Naturaleza del Puesto</b>	
Presentar informes económicos actualizados, para que la Gerencia en base a esa información tome decisiones.	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emitir notas de Pago a proveedores.</li> <li>2. Registrar en el IESS el ingreso y salida del personal.</li> <li>3. Registrar los asientos contables en los libros.</li> <li>4. Emitir los roles de pago de los trabajadores.</li> <li>5. Realizar las declaraciones de impuestos de acuerdo a lo establecido en la ley.</li> </ol>	
<b>IV Requisitos Mínimos para el Puesto</b>	
Título Profesional:	Lcdo. en Contabilidad y Auditoría
Experiencia:	1 año como Contador
Habilidades:	Amplio conocimiento y dominio de contabilidad de costos y paquetes contables, trabajo en equipo.
Formación:	Título de Tercer Nivel
	<p>Previos conocimientos, de Word, Excel, Power Point, Paquetes Contables, Régimen Tributario, permisos de funcionamiento de empresas de los Gobiernos Autónomos, Ley de los Artesanos.</p>

Fuente: investigación propia a partir de libros

Tabla 40: Funciones del Diseñador

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Ingeniero en Diseño de Modas
Jefe Inmediato:	Gerente
Supervisa a:	Obreros
<b>II Naturaleza del Puesto</b>	
Diseñar, supervisar y estandarizar los procesos para la elaboración de las blusas.	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar modelos innovadores de blusas para las diferentes comunidades indígenas, respetando las costumbres ancestrales.</li> <li>2. Supervisar que los obreros cumplan con los procesos de calidad en el terminado final de las blusas.</li> <li>3. Verificar que las blusas no tengan fallas en el terminado.</li> <li>4. Proponer procesos que agilicen la confección y bordado de las blusas.</li> </ol>	
<b>IV Requisitos Mínimos para el Puesto</b>	
Título Profesional:	Ingeniero en Diseño de Modas
Experiencia:	2 años de experiencia en cargos similares.
Habilidades:	Diseñar ropa, conocimiento de producción, trabajo en equipo, buena comunicación, conocimiento de seguridad industrial y salud ocupacional.
Formación:	Título de Tercer Nivel  Amplios conocimientos en diseño de modas industrial, paquetes Word, Excel, Power Point, excelentes relaciones interpersonales, análisis crítico

Fuente: investigación propia a partir de libros

Tabla 41: Funciones del Vendedor

---

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Vendedor
Jefe Inmediato:	Gerente
Supervisa a:	No aplica

---

**II Naturaleza del Puesto**

Incentivar a los clientes para que adquieran las blusas.

**III Funciones**

1. Ubicar las blusas a clientes o en almacenes para su distribución.
2. Explicar a los clientes las características de las blusas en cuanto al bordado y las telas utilizadas en la confección.
3. Llevar el registro de ventas actualizado y un control del stock de los inventarios.
4. Presentar los informes mensuales de ventas.
5. Mantener un listado actualizado de clientes, crear rutas de entrega a los distribuidores.

**IV Requisitos Mínimos para el Puesto**

Título Profesional:	Ingeniero en Marketing, Administración de Empresas
Experiencia:	2 años de experiencia en ventas.
Habilidades:	Diseñar ropa, conocimiento de producción, trabajo en equipo, buena comunicación, conocimiento de seguridad industrial y salud ocupacional.
Formación:	Título de Tercer Nivel

Excelentes relaciones humanas y control emocional, amplios conocimientos en ventas, paquetes Word, Excel, Power Point, Stock máximos y mínimos, rutas en la ciudad de Ambato

---

Tabla 42: Funciones del Obrero

---

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Obrero
Jefe Inmediato:	Gerente, Ingeniero en Diseño de Modas
Supervisa a:	No aplica
<b>II Naturaleza del Puesto</b>	
Realizar un adecuado proceso en la elaboración del producto.	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Recibir la materia prima y guardarla en bodega.</li><li>2. Cortar y coser los diseños entregados.</li><li>3. Cumplir con las actividades asignadas por el Ingeniero de modas.</li><li>4. Cuidar de su aseo personal para no manchar las telas.</li><li>5. Verificar que no exista fallos en la confección de las blusas.</li><li>6. Planchar, doblar y empaquetar las blusas.</li><li>7. Colocar en la bodega de Producto terminado las blusas.</li></ol>	
<b>IV Requisitos Mínimos para el Puesto</b>	
Título Profesional:	Bachiller.
Experiencia:	1 año en trabajos de corte y confección.
Habilidades:	Tener conocimientos de corte, costura y terminado, trabajo en equipo, manejar máquinas industriales de costura (Recta, overlock, zigzag).
Formación:	Bachiller  Haber obtenido cursos de capacitación en corte y confección, mantenimiento de máquinas industriales de costura recta, zigzag y overlock, excelentes relaciones interpersonales.

---

Fuente: investigación propia a partir de libros

Tabla 43: Funciones del Obrero - Bordador

<b>I Información Básica</b>	
Puesto:	Obrero - Bordador
Jefe Inmediato:	Gerente, Ingeniero en Diseño de Modas
Supervisa a:	No aplica
<b>II Naturaleza del Puesto</b>	
Realizar un adecuado proceso en la elaboración del producto.	
<b>III Funciones</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recibir la materia prima y guardarla en bodega.</li> <li>2. Bordar los diseños entregados en la tela.</li> <li>3. Cumplir con las instrucciones emitidas por el Ingeniero de modas.</li> <li>4. Cuidar de su aseo personal para no ensuciar el bordado.</li> <li>5. Verificar que los colores y tonalidades de los hilos sean los correctos.</li> <li>6. Revisar frecuentemente que el bordado este de acuerdo a la figura.</li> <li>7. Entregar el bordado terminado para que sea cocido en la blusas.</li> </ol>	
<b>IV Requisitos Mínimos para el Puesto</b>	
Título Profesional:	Bachiller.
Experiencia:	1 año en trabajos de corte y confección, bordado a mano.
Habilidades:	Tener conocimientos de bordado a mano, corte de tela, costura y terminado, trabajo en equipo, manejar máquinas industriales de costura (Recta, overlock, zigzag).
Formación:	Bachiller  Tener conocimientos en bordado, corte y confección, mantenimiento de máquinas industriales de costura recta, zigzag y overlock, excelentes relaciones interpersonales.

Fuente: investigación propia a partir de libros

### 3.3 CONTROL DE GESTIÓN

#### 3.3.1 Indicadores de gestión

A continuación, los indicadores de gestión de cada una de las áreas de la empresa

Tabla 44: Indicadores de Gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA
Gerencia	Eficiencia Administrativa	$\frac{\text{Presupuesto asignado}}{\text{Presupuesto ejecutado}} \times 100$
	Informes	$\frac{\text{Número de informes realizados}}{\text{Total de informes recibidos}} \times 100$
Contabilidad	Utilidad	$\frac{\text{Producción anual de las blusas}}{\text{Balance de Resultados}} \times 100$
	Control de calidad	$\frac{\text{Número de blusas con fallas}}{\text{Número de blusas producidas}} \times 100$
Producción		$\frac{\text{Blusas producidas}}{\text{Blusas vendidas}} \times 100$
	Eficiencia de producción	
Ventas	Producto conforme	$\frac{\text{Productos entregados} - \text{productos devueltos}}{\text{Productos entregados}} \times 100$
	Cobertura de ventas	$\frac{\text{Cantidad de clientes}}{\text{Cantidad de ventas}} \times 100$

Fuente: investigación propia a partir de libros

### 3.4 NECESIDAD DE PERSONAL

Para un incremento de personal a futuro se analizará contratar de acuerdo al porcentaje de ventas y el crecimiento de la empresa.

Tabla 45: Necesidad de Personal

Año	Gerencia	Diseñador de Modas	Contador	Producción	Ventas
1	1	1	1	6	1
2	1	1	1	6	1
3	1	1	1	6	1
4	1	1	1	6	1
5	1	1	1	6	1

## **CAPÍTULO IV**

### **ÁREA JURIDICO LEGAL**

#### **Objetivo General**

Investigar todos los requisitos legales que se necesita para iniciar las actividades económicas de una empresa.

#### **Objetivos Específicos**

- Investigar cuales son los requisitos de los diferentes organismos de control.
- Investigar los requisitos necesarios para registrar una marca.

#### **4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA**

La forma Jurídica del Emprendimiento será como persona natural calificada como artesano.

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2008), dice en su Artículo 1 que “esta ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.”

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2008), manifiestan en su Artículo 2 que, para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a. **Actividad Artesanal:** La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.
- b. **Artesano:** Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere



invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materia prima, una cantidad no superior al veinte y cinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios.

## **4.2 PATENTES Y MARCAS**

### **Marca**

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018), manifiestan que “una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.”

### **Precio de la marca.**

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018), dice que “el trámite de solicitudes de registro o concesión de derecho de marcas es de \$208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses después de la fecha de vencimiento.”

### **Búsqueda Fonética**

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018), indican que para “realizar la búsqueda fonética de denominación duración 5 días hábiles. Para este efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar.”

- Informe de búsqueda general de Signo Distintivo \$ 16,00 USD.
- Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado) \$2,00 USD.
- Copia a color de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del negocio,
- Copia a color del RUC.
- Comprobante de pago en la cuenta del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual con el valor de los \$ 16,00 USD. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018)

## **Registro de la marca comercial**

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018), dice que una vez “revisado el resultado de la búsqueda fonética se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial, se debe presentar la siguiente documentación.”

- Carta solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.
- Solicitud de registro de signos definitivos, suscrita por el peticionario.
- Dos copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del peticionario.
- Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser Compañía.
- Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm, en papel adhesivo.
- “Declaración de exoneración de responsabilidades”, debidamente suscrita por el socio. Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (2018)

## **4.3 LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES**

Para el inicio de la actividad económica del emprendimiento es necesario cumplir con los siguientes requisitos para la calificación como taller artesanal:

### **Requisitos para la calificación artesanal**

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2008), de acuerdo a sus reglamentos internos se necesita la siguiente información.

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtienen en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de la última calificación (de acuerdo al caso).

### **Requisitos para certificar el taller**

Junta Nacional de Defensa del Artesano (2008), para la calificación del taller se necesita los siguientes requisitos.

- Copia de la cédula de identidad.
- Copia del certificado de votación (hasta 65 años).
- Foto carné actualizada a color.
- Tipo de sangre.
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

Una vez presentados todos los documentos anteriores se realizará una inspección del taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal.

### **Requisitos para obtener el RUC para persona natural (artesanos)**

Servicio de Rentas Internas (2019), para obtener el RUC de persona natural calificado como artesano se requiere de lo siguiente.

- Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original).
- Certificado de votación o certificado de presentación (original).
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planillas de servicios básicos).
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente Junta Nacional de Defensa del Artesano o MIPRO (RUC).

### **Requisitos para obtener la patente Municipal**

- RUC completo.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Formulario de declaración inicial de la actividad económica. GAD Municipalidad de Ambato (2019)

### **Certificado de uso de suelo**

- Solicitud dirigida al Señor Alcalde la Ciudad de Ambato.
- Copia del RUC. GAD Municipalidad de Ambato (2019)

### **Requisitos para la obtener el permiso de los bomberos**

- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Permiso de funcionamiento del año anterior.
- Copia del impuesto predial.
- Copia contribución de bomberos.
- Informe de inspección. Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato EP (2019)

### **Requisitos para obtener la calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)**

- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de cédula de ciudadanía y paleta de votación de los trabajadores.
- Ingresar en el sistema del IESS los avisos de entrada (Ecuador Legal on Line, 2019)

## **CAPITULO V**

### **ÁREA FINANCIERA**

#### **Objetivo General**

Establecer medidas de control y de ahorro en las áreas estratégicas de la empresa, además de buscar fuentes de financiamiento para iniciar la actividad económica.

#### **Objetivos Específicos**

- Mantener un registro actualizado de los asientos contables y los estados financieros y de resultados.
- Llevar un registro de los activos y pasivos de la empresa.
- Realizar los pagos oportunos a los clientes internos y externos.

#### **5.1 PLAN DE INVERSIONES**

Inversiones (2007), manifiestan que la “evaluación de un proyecto de inversión es conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente y rentable.”

En la tabla 46 se describe cada uno de los elementos necesarios para iniciar la actividad económica del emprendimiento, como son los muebles y enseres, equipo de cómputo, maquinaria, la provisión del capital de trabajo, el inventario inicial y los pagos por trámites de constitución y de permisos. Adicionalmente se cuenta con un lugar propio, por lo tanto, dentro de la tabla no se va a reflejar remodelaciones y tampoco un pago por arrendamiento del local.

Tabla 46: Plan de Inversiones

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total (USD)</b>
	<b>Equipo de Computación</b>		<b>2.000,00</b>
2	Computadora	740,00	1.480,00
1	Impresora	520,00	520,00
	<b>Maquinaria y Equipo</b>		<b>4.004,97</b>
3	Máquina de coser recta	374,99	1.124,97
3	Overlock	960,00	2.880,00
	<b>Muebles y Enseres</b>		<b>876,00</b>
2	Escritorios	135,00	270,00
2	Sillas	160,00	320,00
1	Archivador	120,00	120,00
2	Estantería	83,00	166,00
	<b>Vehículos</b>		<b>14.500,00</b>
1	Vehículos	14.500,00	14.500,00
	<b>Inventario</b>		<b>76.676,72</b>
	Materia Prima		76.676,72
2036	Tela	8,50	17.306,00
1630	Hilos	0,80	1.304,00
30540	Hilos para bordar	1,40	42.756,00
1018	Encaje	12,00	12.216,00
2036	Cierre	0,80	1.628,80
8144	Botones	0,18	1.465,92
	<b>Capital de trabajo</b>		<b>79.236,42</b>
	Provisión Capital de		
1	Trabajo	79.236,42	79.236,42
	Costos de Constitución		1.250,00
1	Registro de marca	350,00	350,00
1	Patente	200,00	200,00
1	Honorarios Abogado	700,00	700,00
	<b>TOTAL</b>		<b>178.544,11</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

## 5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Tranza (2018), manifiesta que “un plan financiero o plan económico es la herramienta que se utiliza en las empresas para analizar la información económica sobre el financiamiento de la organización.”

Para iniciar las actividades económicas se cuenta con recursos propios en efectivo como bienes (Vehículo avaluado en \$ 14.500), se cuenta también con un

préstamo privado de la familia y para poder completar el plan de financiamiento se necesita un crédito de una entidad bancaria, en este caso se acudiría a una de las cooperativas de Ahorro y Crédito que existen en la ciudad de Ambato.

a) Forma de Financiamiento

Tabla 47: Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total
<b>Recursos propios</b>	<b>48.544,11</b>	<b>100%</b>	<b>27,19%</b>
Efectivo	34.044,11	70%	19,07%
Bienes	14.500,00	30%	8,12%
<b>Recursos terceros</b>	<b>130.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>72,81%</b>
Préstamo privado	40.000,00	31%	22,40%
Préstamo bancario	90.000,00	69%	50,41%
<b>TOTAL</b>	<b>178.544,11</b>		<b>100,00%</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

### 5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

Tabla 48: Costos

Descripción del Producto	Unidad de Medida	Cantidad Mensual Requerida	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
<b>Materia Prima</b>				<b>76.676,72</b>	<b>920.120,64</b>
Tela	metros	2.036,00	8,50	17.306,00	207.672,00
Hilos	metros	1.630,00	0,8000	1.304,00	15.648,00
Hilos de bordar	metros	30.540,00	1,4000	42.756,00	513.072,00
Encaje	metros	1.018,00	12,0000	12.216,00	146.592,00
Cierre	unidad	2.036,00	0,80	1.628,80	19.545,60
Botones	unidad	8.144,00	0,18	1.465,92	17.591,04
<b>Mano de Obra</b>				<b>2.173,20</b>	<b>26.078,40</b>
Obreros	unidad	6,00	362,20	2.173,20	26.078,40
<b>Costos Indirectos</b>				<b>386,50</b>	<b>4.638,00</b>
Fundas de papel	unidad	1.100,00	0,25	275,00	3.300,00
Etiquetas	metros	150,00	0,25	37,50	450,00
Servicios Básicos		1,00	74,00	74,00	888,00
<b>TOTALES</b>			<b>460,38</b>	<b>79.236,42</b>	<b>950.837,04</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

Hillis y Garner (2000), manifiestan que la Contabilidad de Costos “es la aplicación especial de los principios de contabilidad que, con el objeto de suministrar datos a los directores y administradores de un negocio, enseñan a calcular y ayudan a interpretar el costo de producir los artículos fabricados o de realizar los servicios prestados.”

Para poder determinar el costo de las blusas se investigó la cantidad de tela, hilos y encaje que se requiere para la confección, su respectivo precio en el mercado. Dentro del costo también se incluyó la mano de obra y los costos indirectos como son las etiquetas, fundas decorativas de cartón y los servicios básicos del área de producción.

#### b) Proyección de Costos

A continuación, las tablas con la proyección de costos a cinco años, esto permite observar el desenvolvimiento que tendrá el proyecto, de esta manera se puede prevenir posibles pérdidas a futuro

Tabla 49: Proyección de costos

Descripción	Costo	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2
	Mensual	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima	76.676,72		920.120,64	920.120,64		923.985,15	923.985,15
Mano de Obra	2.173,20	26.078,40		26.078,40	26.187,93	0,00	26.187,93
Costos Indirectos de Fabricación	386,50		4.638,00	4.638,00		4.657,48	4.657,48
<b>TOTALES</b>	<b>79.236,42</b>	<b>26.078,40</b>	<b>924.758,64</b>	<b>950.837,04</b>	<b>26.187,93</b>	<b>928.642,63</b>	<b>954.830,56</b>

Tabla 50: Proyección de costos

Descripción	Costos		Total Año 3	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia Prima		927.865,88	927.865,88		931.762,92	931.762,92		935.676,33	935.676,33
Mano de Obra	26.297,92	0,00	26.297,92	26.408,37	0,00	26.408,37	26.519,28	0,00	26.519,28
Costos Indirectos de Fabricación		4.677,04	4.677,04		4.696,68	4.696,68		4.716,41	4.716,41
<b>TOTALES</b>	<b>26.297,92</b>	<b>932.542,93</b>	<b>958.840,84</b>	<b>26.408,37</b>	<b>936.459,61</b>	<b>962.867,98</b>	<b>26.519,28</b>	<b>940.392,74</b>	<b>966.912,02</b>

c) Detalle de Gastos

Lescanoh y Hernández (2016), Manifiesta que “un gasto es una partida que disminuye el beneficio de la empresa, en su defecto, aumenta la deuda o pérdida.” (p. 4)

Los gastos siempre van a representar un desembolso de dinero en sueldos del personal administrativo como el personal de ventas.



Tabla 51: Gastos

<b>Gastos Administrativos</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia de Compra</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldos del Personal	dólar			2.148,33	25.780,00
Depreciaciones	dólar	0,00	0,00	3.856,10	46.273,16
Suministros de Oficina	unidad			765,40	9.184,80
Papel	unidad	380,00	2,00	760,00	9.120,00
esferos	unidad	0,80	4,00	3,20	38,40
lápices	unidad	0,60	2,00	1,20	14,40
corrector	unidad	1,40	0,50	0,70	8,40
borradores	unidad	0,30	1,00	0,30	3,60
<b>Subtotal</b>				<b>6.769,83</b>	<b>81.237,96</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Frecuencia de Compra</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Impresión de etiquetas	metros	0,30	400,00	120,00	1.440,00
Vendedor	dólar	0,00	0,00	527,47	6.329,60
<b>Subtotal</b>				<b>647,47</b>	<b>7.769,60</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Préstamos por pagar	dólar	0,00	0,00	3.367,70	40.412,34
<b>Subtotal</b>				<b>3.367,70</b>	<b>40.412,34</b>
<b>TOTALES</b>				<b>10.784,99</b>	<b>129.419,91</b>

d) Proyección de Gastos

En las siguientes tablas se puede apreciar la proyección de los gastos que tendrá el emprendimiento en los próximos cinco años, con esta información se puede tener una idea más clara de cuanto y en que se puede gastar.

Tabla 52: Proyección de Gastos

Descripción	Unidad	Gasto Mensual	Gastos		Total Año 1	Gastos		Total Año 2
			Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Sueldos del Personal	u	2.148,33	25.780,00	0,00	25.780,00	26.158,97	0,00	26.158,97
Depreciaciones	u	3.856,10	46.273,16	0,00	46.273,16	46.953,38	0,00	46.953,38
<b>Suministros de Oficina</b>		<b>765,40</b>		<b>9.184,80</b>	<b>9.184,80</b>	<b>0,00</b>	<b>9.319,82</b>	<b>9.319,82</b>
resma de papel A4	u	760,00		9.120,00	9.120,00	0,00	9.254,06	9.254,06
esferos	u	3,20		38,40	38,40	0,00	38,96	38,96
lápices	u	1,20		14,40	14,40	0,00	14,61	14,61
corrector	u	0,70		8,40	8,40	0,00	8,52	8,52
borradores	u	0,30		3,60	3,60	0,00	3,65	3,65
<b>Subtotal</b>		<b>6.769,83</b>	<b>72.053,16</b>	<b>9.184,80</b>	<b>81.237,96</b>	<b>73.112,35</b>	<b>9.319,82</b>	<b>82.432,16</b>
<b>Gastos de Ventas</b>								
Impresión de etiquetas	u	120,00		1.440,00	1.440,00	0,00	1.461,17	1.461,17
Vendedor	u	527,47	6.329,60		6.329,60	6.422,65		6.422,65
<b>Subtotal</b>		<b>647,47</b>	<b>6.329,60</b>	<b>1.440,00</b>	<b>7.769,60</b>	<b>6.422,65</b>	<b>1.461,17</b>	<b>7.883,81</b>
<b>Gastos Financieros</b>								
Préstamo Bancario		3.367,70	40.412,34		40.412,34	41.006,40		41.006,40
<b>Subtotal</b>		<b>3.367,70</b>	<b>40.412,34</b>	<b>0,00</b>	<b>40.412,34</b>	<b>41.006,40</b>	<b>0,00</b>	<b>41.006,40</b>
<b>TOTALES</b>		<b>10.784,99</b>	<b>118.795,11</b>	<b>10.624,80</b>	<b>129.419,91</b>	<b>120.541,40</b>	<b>10.780,98</b>	<b>131.322,38</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

Tabla 53: Proyección de Gastos

Descripción	Unidad	Gastos			Gastos			Gastos		
		Fijos	Variables	Total Año 3	Fijos	Variables	Total Año 4	Fijos	Variables	Total Año 5
Sueldos del Personal	u	26.543,50	0,00	26.543,50	26.933,69	0,00	26.933,69	27.329,62	0,00	27.329,62
Depreciaciones	u	47.643,59	0,00	47.643,59	48.343,96	0,00	48.343,96	49.054,61	0,00	49.054,61
<b>Suministros de Oficina</b>		<b>0,00</b>	<b>9.456,82</b>	<b>9.456,82</b>	<b>0,00</b>	<b>9.595,83</b>	<b>9.595,83</b>	<b>0,00</b>	<b>9.736,89</b>	<b>9.736,89</b>
resma de papel A4	u	0,00	9.390,10	9.390,10	0,00	9.528,13	9.528,13	0,00	9.668,20	9.668,20
esferos	u	0,00	39,54	39,54	0,00	40,12	40,12	0,00	40,71	40,71
lápices	u	0,00	14,83	14,83	0,00	15,04	15,04	0,00	15,27	15,27
corrector	u	0,00	8,65	8,65	0,00	8,78	8,78	0,00	8,90	8,90
borradores	u	0,00	3,71	3,71	0,00	3,76	3,76	0,00	3,82	3,82
<b>Subtotal</b>		<b>74.187,10</b>	<b>9.456,82</b>	<b>83.643,91</b>	<b>75.277,65</b>	<b>9.595,83</b>	<b>84.873,48</b>	<b>76.384,23</b>	<b>9.736,89</b>	<b>86.121,12</b>
<b>Gastos de Ventas</b>										
Impresión de etiquetas	u		1.482,65	1.482,65		1.504,44	1.504,44		1.526,56	1.526,56
Vendedor	u	6.517,06		6.517,06	6.612,86		6.612,86	6.710,07		6.710,07
<b>Subtotal</b>		<b>6.517,06</b>	<b>1.482,65</b>	<b>7.999,71</b>	<b>6.612,86</b>	<b>1.504,44</b>	<b>8.117,30</b>	<b>6.710,07</b>	<b>1.526,56</b>	<b>8.236,63</b>
<b>Gastos Financieros</b>										
Préstamo Bancario		41.609,20		41.609,20	42.220,85		42.220,85	42.841,50		42.841,50
<b>Subtotal</b>		<b>41.609,20</b>	<b>0,00</b>	<b>41.609,20</b>	<b>42.220,85</b>	<b>0,00</b>	<b>42.220,85</b>	<b>42.841,50</b>	<b>0,00</b>	<b>42.841,50</b>
<b>TOTALES</b>		<b>122.313,35</b>	<b>10.939,47</b>	<b>133.252,82</b>	<b>124.111,36</b>	<b>11.100,28</b>	<b>135.211,64</b>	<b>125.935,80</b>	<b>11.263,45</b>	<b>137.199,25</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo

Mano de Obra

Tabla 54: Mano de Obra

Nombres y			Ingresos			Descuentos			Valor a	
No.	Apellidos	Cargo	COD.	SBU	Otros	Total	Varios	9.45%	Total Provisiones	Pagar
1	María Acosta	Costurera	10	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
2	Olga Chango	Costurera	11	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
3	Verónica Cusqui	Costurera	12	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
4	Mercedes Pacha	Costurera	13	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
5	Carmen Pandi	Costurera	14	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
6	Martha Sisa	Costurera	15	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20
<b>TOTALES</b>				<b>2.400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>226,80</b>	<b>226,80</b>	<b>2.173,20</b>

375

Provisiones y Beneficios Sociales									
	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE0,5 %	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo M.O.
1	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
2	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
3	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
4	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
5	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
6	44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	565,27
	<b>267,60</b>	<b>12,00</b>	<b>12,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>200,00</b>	<b>100,00</b>	<b>991,60</b>	<b>3.391,60</b>
<b>COSTO MENSUAL MANO DE OBRA</b>									<b>3.191,60</b>

A continuación, un detalle del costo de la mano de obra proyectado a cinco años, contando que a partir del segundo año se cancela a los trabajadores el Fondo de Reserva

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
6.383,20	6.608,03	6.806,27	7.010,46	7.220,77
6.383,20	6.608,03	6.806,27	7.010,46	7.220,77
<u>12.766,40</u>	<u>13.216,06</u>	<u>13.612,54</u>	<u>14.020,92</u>	<u>14.441,54</u>

### Depreciación

Guajardo (2002), dice que depreciación “es un término utilizado para anotar como gasto una parte del costo de los activos fijos (con la excepción de los recursos naturales y terrenos)”

A continuación, un detalle con la depreciación de cada uno de los bienes que tendría el emprendimiento el valor, porcentaje y los años de vida útil.

Tabla 55: Depreciación

<b>Detalle del Bien</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje de Depreciación</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Vehículo	5	14.500,00	20%	2.900,00
Escritorios	10	270,00	10%	27,00
Sillas	10	320,00	10%	32,00
Archivador	10	120,00	10%	12,00
Estantería	10	166,00	10%	16,60
Computadora	3	1.480,00	33%	488,40
Impresora	3	520,00	33%	171,60
Máquina de coser recta	10	1.124,97	10%	112,50
Overlock	10	960,00	10%	96,00
<b>TOTAL</b>		<b>19.460,97</b>		<b>3.856,10</b>

En la siguiente tabla se presenta un detalle con la proyección a cinco años de la depreciación de los bienes y enseres que se va a utilizar en el proyecto de estudio de la confección de blusas modernas bordadas a mano.

## Proyección de la Depreciación

Tabla 56: Proyección de la Depreciación

<b>Detalle del Bien</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Vehículo	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00	2.900,00
Escritorios	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Sillas	32,00	32,00	32,00	15,00	15,00
Archivador	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Estantería	16,60	16,60	16,60	16,60	16,60
Computadora	488,40	488,40	488,40	0,00	0,00
Impresora	171,60	171,60	171,60	0,00	0,00
Máquina de coser recta	112,50	112,50	112,50	112,50	112,50
Overlock	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.856,10</b>	<b>3.856,10</b>	<b>3.856,10</b>	<b>3.193,10</b>	<b>3.193,10</b>

## 5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

Lescanoh y Hernández (2016), dicen que “un ingreso es una partida que aumenta el patrimonio de la empresa, siempre y cuando no se deba a las aportaciones de socios o accionistas.” (p. 4)

En la tabla 57 se realiza los cálculos de los posibles ingresos que tendrá el emprendimiento por la venta de las blusas con diseños modernos bordadas a mano.

Tabla 57: Ingresos

<b>Productos</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Margen de Utilidad</b>		<b>Ingresos Mensuales</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Precio de Venta Unitario</b>
			<b>%</b>	<b>\$</b>			
Materia Prima	unidad	79.236,42	60%	47.541,85	126.778,27	2.036,00	62,27

#### Proyección de Ingresos

A continuación, un detalle de la proyección de ingresos por la venta de las blusas a cinco años, para calcular el incremento anual se aplicó el (0,42%) porcentaje que corresponde a la tasa de crecimiento de la población rural de la ciudad de Ambato.

Tabla 58: proyección de Ingresos

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Año 1</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Año 2</b>
Blusas	24.432	62,27	1.521.339,26	25.654	63,18	1.620.888,10

Tabla 59: Proyección de Ingresos

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Año 3</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Año 4</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Año 5</b>
Blusas	28.219	63,45	1.790.465,41	31.041	63,72	1.977.783,90	34.145	63,98	2.184.699,65

## 5.5 FLUJO DE CAJA

En la siguiente tabla se determina, el movimiento que tendrá el efectivo en el año que se inicia las actividades económicas y la proyección a cinco años

Tabla 60:Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>1.685.383,37</b>	<b>1.521.339,26</b>	<b>1.620.888,10</b>	<b>1.790.465,41</b>	<b>1.977.783,90</b>	<b>2.184.699,65</b>
Recursos propios	34.044,11					
Recursos de terceros	130.000,00					
Ingresos por ventas	1.521.339,26	1.521.339,26	1.620.888,10	1.790.465,41	1.977.783,90	2.184.699,65
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>177.294,11</b>	<b>1.039.844,60</b>	<b>1.045.146,53</b>	<b>1.054.381,50</b>	<b>1.055.858,76</b>	<b>1.061.269,77</b>
Instalaciones y remodelaciones	0,00					
Muebles y enseres	876,00					
Maquinaria y equipo	4.004,97					
Vehículos	14.500,00					
Equipo de computación	2.000,00					
Inventarios	76.676,72					
Capital de Trabajo	79.236,42					
Materia Prima		920.120,64	923.985,15	931.762,92	931.762,92	935.676,33
Mano de Obra		26.078,40	26.187,93	26.297,92	26.408,37	26.519,28
CIF		4.638,00	4.657,48	4.677,04	4.696,68	4.716,41
Gastos Administrativos		81.237,96	82.432,16	83.643,91	84.873,48	86.121,12
Gasto de Ventas		7.769,60	7.883,81	7.999,71	8.117,30	8.236,63
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>	<b>1.508.089,26</b>	<b>481.494,66</b>	<b>575.741,57</b>	<b>736.083,91</b>	<b>921.925,15</b>	<b>1.123.429,89</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>105.412,05</b>	<b>120.622,62</b>	<b>151.837,98</b>	<b>209.191,92</b>	<b>293.069,61</b>
Pago de capital créditos a largo plazo	90.000,00	24.148,04	29.591,05	36.260,92	44.434,18	54.449,72
Pago intereses préstamo		15.101,66	10.821,30	10.821,30	-4.021,84	-14.037,38
Pago de participación utilidades		66.162,35	80.210,27	104.755,76	131.955,64	162.088,26
Pago de impuestos		0,00	0,00	0,00	36.823,93	90.569,01
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>0,00</b>	<b>-105.412,05</b>	<b>-120.622,62</b>	<b>-151.837,98</b>	<b>-209.191,92</b>	<b>-293.069,61</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C-F)</b>	<b>1.508.089,26</b>	<b>376.082,61</b>	<b>455.118,95</b>	<b>584.245,94</b>	<b>712.733,23</b>	<b>830.360,27</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>1.508.089,26</b>	<b>1.884.171,87</b>	<b>2.339.290,82</b>	<b>2.923.536,76</b>	<b>3.636.269,99</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	<b>1.508.089,26</b>	<b>1.884.171,87</b>	<b>2.339.290,82</b>	<b>2.923.536,76</b>	<b>3.636.269,99</b>	<b>4.466.630,26</b>



## 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Weston y Copeland (1996), manifiestan que el punto de equilibrio “es un instrumento con el que se determina el punto en el cual las ventas cubrirán los costos con exactitud.” (p. 223)

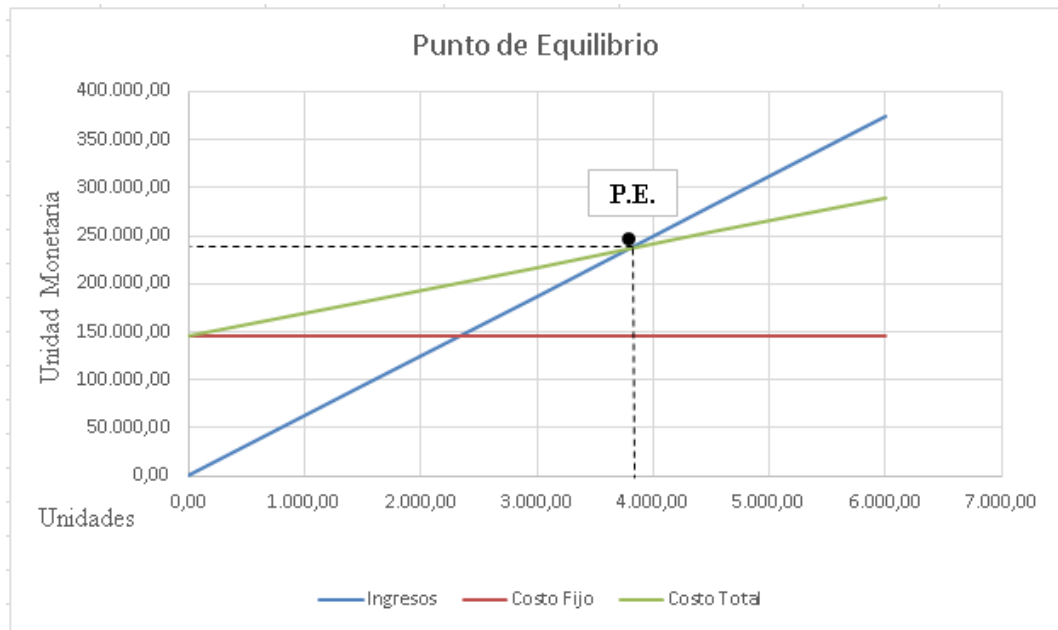
Tabla 61: Punto de Equilibrio

<u>Detalle de Variables</u>	<u>Totales</u>				
Ingresos	1.521.339,26				
Costos Fijos	144.873,51				
Costos Variables	935.383,44				
Costos totales	1.080.256,95				
Número de unidades	2.036,00				
Precio Unitario de venta	62,27				
Costo Variable Unitario	24,08				
					Punto de equilibrio en dólares
<u>Descripción</u>	<u>Costo fijo C</u>	<u>Costo variable</u>	<u>Costo total</u>	<u>Año 1</u>	
Detalle de costos	26.078,40	924.758,64	950.837,04	376.140,57	
Gastos de Administración	72.053,16	9.184,80	81.237,96		
Gastos de Ventas	6.329,60	1.440,00	7.769,60		
Gastos Financieros	40.412,34	0,00	40.412,34		
Suman	144.873,51	935.383,44	1.080.256,95		
					PE= ( \$ ) 144.873,12
					PE n= unidades 3.793,66
					PE % 25%

En la tabla anterior se determinó que el número de unidades que se requiere para que se establezca el punto de equilibrio es de 3.492 unidades, este resultado es después de haber considerado los costos fijos y variables y todos los posibles gastos en los cuales recurriría el proyecto de emprendimiento.

A continuación, el resultado obtenido del cálculo del punto de equilibrio se lo representa de forma grafica

Gráfico 22: Punto de Equilibrio



De acuerdo con el gráfico para poder obtener el punto de equilibrio se necesitaría confeccionar tres mil cuatrocientos noventa y dos blusas, por lo tanto, el presente emprendimiento puede empezar a obtener ganancias a partir de las cuatro mil blusas vendidas.

### 5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Weston y Copeland (1996), dicen que el “Estado de Resultados de una empresa mide los flujos de ingresos y gastos durante un intervalo de tiempo, generalmente un año.” (p. 16)

En la tabla 60 se puede observar que en el año 1 existe una utilidad, de igual manera en los siguientes cuatro años proyectados, este resultado permite determinar que los ingresos superan a los gastos.

Tabla 62: Estado de Resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	1.521.339,26	1.620.888,10	1.790.465,41	1.977.783,90	2.184.699,65
(-) Costo de producción	950.837,04	954.830,56	958.840,84	962.867,98	966.912,02
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>570.502,22</b>	<b>666.057,54</b>	<b>831.624,57</b>	<b>1.014.915,93</b>	<b>1.217.787,63</b>
(-) Gastos de venta	7.769,60	7.883,81	7.999,71	8.117,30	8.236,63
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>562.732,62</b>	<b>658.173,73</b>	<b>823.624,86</b>	<b>1.006.798,63</b>	<b>1.209.551,01</b>
(-) Gastos Financieros	40.412,34	41.006,40	41.609,20	42.220,85	42.841,50
Gastos Administrativos	81.237,96	82.432,16	83.643,91	84.873,48	86.121,12
(+) Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>441.082,32</b>	<b>534.735,16</b>	<b>698.371,75</b>	<b>879.704,29</b>	<b>1.080.588,39</b>
(-) 15% Participación trabajadores	66.162,35	80.210,27	104.755,76	131.955,64	162.088,26
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>374.919,97</b>	<b>454.524,89</b>	<b>593.615,99</b>	<b>747.748,65</b>	<b>918.500,13</b>
(-) Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	36.823,93	90.569,01
<b>(=) UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>374.919,97</b>	<b>454.524,89</b>	<b>593.615,99</b>	<b>710.924,72</b>	<b>827.931,12</b>

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Weston y Copeland (1996), manifiestan que “los indicadores financieros miden la capacidad de la empresa para satisfacer las obligaciones, también miden la eficacia de la administración y como se muestra en los rendimientos que se han generado con las ventas y la inversión.” (p. 189)

A continuación algunos indicadores que pueden ayudar a medir si el emprendimiento es viable y si puede pagar sus obligaciones a terceros.

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

Tabla 63: Tasa de rendimiento

<b>TMAR</b>	<b>Valor</b>	<b>% de Participación</b>	<b>% de Rentabilidad</b>	<b>Promedio Ponderado</b>	
Capital Propio	48.544,11	27%	25%	7%	tasa pasiva
Capital Financiado	130.000,00	73%	21%	15%	tasa activa
<b>TOTAL</b>	<b>178.544,11</b>	<b>100%</b>	<b>46%</b>	<b>22%</b>	TMAR

$$WACC(cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

**WACC:** Promedio Ponderado del Costo de Capital;  
 **$K_e$ :** Tasa de costo de oportunidad de los inversionista  
**CAA:** Capital aportado por los accionistas;  
**D:** Deuda financiera contraída;  
 **$K_d$ :** Costo de la deuda financiera;  
**T:** Tasa de Impuestos.

a.2) Tasa interna de Retorno

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tabla 64: Tasa Interna de Retorno

	<b>Año 0</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Flujo Neto Generado (C-F)	1.508.089,26	376.082,61	455.118,95	584.245,94	712.733,23	830.360,27
Tasa Interna de Retorno	-1508089,26	308264,43	305777,31	321748,26	321727,1285	307232,6806
<hr/>						
TIR	24%					
COMPROBACION DE TIR	24%					
<u>COMPROBACION VAN CERO</u>	<u>0%</u>					

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno, comparada con la tasa de descuento de 0%, esto indica que el emprendimiento es viable.

a.3) Beneficio Costo

$$B/C = VAI / VAC$$

Tabla 65: Beneficio Costo

Relación Costo Beneficio	1,96
--------------------------	------

Del 1,96 (un dólar con noventa y seis centavos), un dólar corresponde al costo y los noventa y seis centavos al beneficio.

a.4) Período de Recuperación

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

I<sub>0</sub>: Inversión inicial del proyecto

F: Valor del Flujo de Caja

	Año 1	6 meses
Inversión	Período de recuperación	3
<u>178.544,11</u>	<u>1.474.841,93</u>	<u>1.890.491,49</u>

## Bibliografía

- Acción Consultores. (09 de Abril de 2016). Comercialización. Obtenido de [http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/comerc/recur/8.3.1/ppal\\_dis.htm](http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/comerc/recur/8.3.1/ppal_dis.htm)
- Andaluz, R. (19 de Febrero de 2017). Empresa y su entorno. México: Editorial Norma. Obtenido de <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Arbós, L. C. (2012). Gestión de la Calidad Total. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Arias, F. (2006). Introducción a la metodología científica (Quinta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Barroso, C. (2017). EL MERCADO ALTERNATIVO . Obtenido de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/66233/El\\_mercado\\_alternativo\\_bursatil.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/66233/El_mercado_alternativo_bursatil.pdf?sequence=1)
- Bautista, L. (2 de Marzo de 2016). imagen corporativa. Obtenido de <https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Boelsterly, W. (2017). Vestimenta de pueblos indígenas, ventana a su cultura. El sol de Mexico.
- Cardona, S. (2015). Demanda potencial del mercado. Obtenido de <https://prezi.com/nnywq1stluaq/demanda-potencial/>
- Cuesta, M., & Herrero, F. (02 de 2010). Introducción al muestreo. Departamento de Psicología, VII. Obtenido de [http://www.psico.uniovi.es/Dpto\\_Psicologia/metodos/tutor](http://www.psico.uniovi.es/Dpto_Psicologia/metodos/tutor)
- Davila, L. (5 de Agosto de 2017). Estrategia y planificación . Obtenido de <https://lcestrategia.wordpress.com/category/matrices/>
- Diario La Hora. (15 de 06 de 2017). El bordado a mano, símbolo de la mujer indígena. Intercultural. Recuperado el 15 de 05 de 2020, de

<https://lahora.com.ec/noticia/1102059495/el-bordado-a-mano-simbolo-para-la-mujer-indigena->

Díaz, G. (27 de Agosto de 2016). Demanda potencial insatisfecha. Obtenido de [www.academia.edu/33676007/Determinación\\_de\\_la\\_demanda\\_Potencial\\_insatisfecha](http://www.academia.edu/33676007/Determinación_de_la_demanda_Potencial_insatisfecha)

Díez, L. (2014). Mercados financieros internacionales. Madrid: Dykinson.

EAE Business School. (22 de 12 de 2017). EAE Business School. Recuperado el 22 de 05 de 2019, de EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/tipos-definicion-y-desarrollo-de-un-mapa-de-procesos/>

Economía. (12 de Septiembre de 2016). Clientes y mas . Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/265839>

Economía Libre. (12 de Septiembre de 2016). Economía del usuario. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-oferta-demanda-2758201>

Ecuador en cifras . (2010). Fascículo Tungurahua . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

El Comercio. (10 de Febrero de 2016). Economía. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/productosimportados-consumo-inflacion-salvaguardias.html>

El Comercio. (03 de 05 de 2019). Prendas fusionaron moda con la cultura Chibuleo. Tendencias. Recuperado el 15 de 05 de 2020, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/prendas-fusion-moda-cultura-chibuleo.html>

Empresa, I. (02 de 08 de 2016). Ingenio Empresa. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de <https://ingenioempresa.com/hoja-de-verificacion/>

Fernández, A. (2016). Investigación y técnicas de mercado. Madrid: Essic.

Freire, D. (2016). Economía y empresas. Obtenido de <http://forodeseguridad.com/artic/discipl/4132.htm>



Gallardo, D. (18 de Enero de 2016). Unica360. Obtenido de <https://www.unica360.com/datos-mercado-potencial>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación (Quinta ed.). (J. Mares Chacón, Ed.) Mexico D.F., México: McGraw Hill.

Hidalgo, E. (08 de 2017). Micro y Macro Ambiente (Mercadeo). ENCO. Obtenido de <http://edsonandy.blogspot.com/2011/08/micro-y-macro-ambiente-mercadeo.html>

Higiene Industrial y Ambiente. (s.f.). Higiene Industrial y ambiente. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de <http://www.higieneindustrialyambiente.com/reglamentos-seguridad-salud-planes-de-emergencia-quito-guayaquil-cuenca-ecuador.php?tablajb=reglamentos&p=13&t=Reglamento-Interno-de-Seguridad-y-Salud-Ocupacional&>

INEC. (2010). Censo poblacional y vivienda 2010. Obtenido de <http://redata.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Instituto Ecuatoriano de Normalización. (04 de 12 de 2015). Instituto Ecuatoriano de Normalización. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de <http://aevd.ec/resoluciones/ECOTCR15102-2.PDF>

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (05 de 06 de 2018). Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe\\_Ejecutivo\\_Mar15.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf)

Junta Nacional de Defensa del Artesano. (14 de 05 de 2008). Ley de Defensa del Artesano. Ecuador.

Lescanoh, J., & Hernández, A. D. (2016). Contabilidad y Facturación. Madrid, España: Reviso Team System.

Manene, L. M. (13 de 10 de 2013). Actualidad Empresa. Recuperado el 22 de 05 de 2019, de <http://actualidadempresa.com/diagramas-de-flujo-definicion-objetivo-ventajas/>

Manzano, I. (2018). Identidad Cultural. Almanatura.

Marquez, M. (23 de 01 de 2015). Contador Contado. Recuperado el 17 de 09 de 2018, de <https://contadorcontado.com/2015/01/23/como-obtener-el-punto-de-equilibrio/>

Martínez, A., & Cegarra, J. G. (2014). Gestión por procesos de negocio. Madrid, España: Ecobook-Editorial del Economista.

Massonnier, V. (2016). Tendencias de mercado . Mexico : Ediciones Granica.

Mete, M. R. (11 de 01 de 2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y . Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia.

Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos de Marketing (Primera ed.). (U. Jaume, Ed.) Castelló de la Plana, España.

Morales, C. A., & Morales, C. j. (2014). Planeación Financiera (Primera ed., Vol. I). (J. E. Callejas, Ed.) México, México: Grupo Editorial Patria.

Negocios . (4 de Febrero de 2016). Mercado potencial. Obtenido de <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/iidentifica-tu-mercado-potencial-para-ganar-mas/>

Ochoa, D. (12 de Julio de 2016). MPC en la empresa. Obtenido de <https://www.webyempresas.com>

Osorio, Y. (23 de 09 de 2017). ABC Finanzas. Recuperado el 22 de 05 de 2019, de ABC Finanzas: <https://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/que-es-el-flujo-de-caja>

Propiedad, I. E. (05 de 06 de 2018). Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Rivadeneira, U. M. (2014). La elaboración de presupuestos en empresas manufactureras (Vol. I). (F. U. Garcelaso, Ed.)

Rivera, C., & De Garcillán, L.-R. M. (2012). Dirección de Marketing - Fundamentos y aplicaciones. México D.F., México.

Romero, R. (2009). Marketing. Buenos Aires, Argentina: Editorial Palmir E.I.R.L.

Sarache Castro, W., & Cardona Alzate, C. (2007). La logística del transporte un elemento estratégico en el desarrollo agroindustrial (Primera ed.). Caldas - Manizales, Colombia. doi:<http://bdigital.unal.edu.co/51418/7/9789584427540.pdf>

Servicio de Rentas Internas. (2019). SRI. Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Shum Xie, Y. (18 de 06 de 2018). Matrices de evaluación MEFE y MEFI. Social Marketing. Obtenido de <https://yiminshum.com/matriz-efi-para-marca-personal-mefi/>

Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2015). Principios Básicos de Mercadeo. San José, Costa Rica: Producciones La Lechuza S.A. Obtenido de <https://ra-training-library.s3.amazonaws.com/Mercadeo%20Cuaderno%20Web%2020-02-2015.pdf>

Stanton, & Walker, E. (2009). Fundamento de Marketing.

Sy Corvo, H. (2018). Mercado potencial, características, como calcularlo. Lifeder.com. Obtenido de <https://www.lifeder.com/mercado-potencial/>

Thompson, I. (12 de 2009). Promonegocios.net. Recuperado el 15 de 12 de 2019, de <https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

Torres, S. (4 de Junio de 2017). FODA y DAFO. Obtenido de <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

Vivanco, M. (2016). Muestreo estadístico. Colombia: Diaz de Santos .

Weston, J. F., & Copeland, T. (1996). Manual de Administración Financiera (Vol. I). (J. Gómez Mont, Trad.) Santa Fé, Bogotá, Colombia: McGraw Hill.

# ANEXOS

## Cotizaciones de Maquinaria y Equipos

### Anexos 1: Máquina Overlock Industrial




Nuevo - 5 vendidos

#### Overlock Industrial 4h Jack E4 Con Tablero Y Motor

U\$S 516<sup>99</sup>

 Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha (Quito)  
[Ver costos de envío](#)

Color: **BLANCA Y CELESTE**

### Características

- Marca: Jack
- Modelo: E4
- Tipo de máquina: Industrial
- Principales estilos de costuras: Overlock
- Tipo de tecnología: Electrónica

### Descripción

- Overlock 4 hilos
- Material Liviano - mediano
- Direct Drive
- Ahorro de energía 71%
- Luz led con ajuste de brillo
- Panel fácil e inteligente
- Apagado Automático
- Costura simple
- Puntada 2x4 mm
- Transmisión de eje simple; estable y rápido
- Volante con mucha ventilación reduce la temperatura del cuerpo de la máquina
- Velocidad máxima de 6300ppm.
- Ajuste de velocidad

- Barra de aguja a prueba de aceite

## Anexos 2: Máquina Recta y ZigZag



Nuevo

**Maquina Industrial Zoje  
Modelo Zj457d En  
Promocion!!**

**U\$S 599<sup>99</sup>**

 Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo.  
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor  
Guayaquil, Guayas  
[Ver costos de envío](#)

Color: **BLANCA**

## Características

- Marca: Zoje
- Modelo: ZJ457D
- Voltaje: 110V
- Tipo de máquina: Industrial
- Tipo de enhebrador: Automático
- Tipo de tecnología: Electrónica
- Principales estilos de costuras: Zig-Zag
- Descripción

### ZOJE ZJ457D

#### Multi zig-zag

Zigzag 3 y 4 puntadas, 2 agujas, materiales medios y pesados de alta velocidad, ropa interior, guantes calzado, etc.

Presentación: cabezal, mesada, motor 1/2hp

1450rpm monofásico

Opcional Luz Led

Es el estilo de máquina de zig zag más nuevo a nivel mundial. Es ideal para zig zag, bordado, puntada de unión en materiales delgados, medianos y pesados tales como ropa, zapatos, gorras, artículos de piel, bolsas, etc. Bella puntada y una fácil operación. El avance de puntada tanto para atrás como para adelante es totalmente ajustable.



## Maquina Cortadora Vertical De Tela 5 Pulgadas Kansew

U\$S 380

 Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Pichincha ( Quito )

[Ver costos de envío](#)

### Descripción

#### MAQUINA CORTADORA VERTICAL DE TELA 5" KANSEW:

- Diseño especial de la base y el soporte de la cuchilla, es liso y ahorra mano de obra para el corte de tela. Y no hay inexactitud de corte al cortar desde ambos lados.
- Tipo mejorado de afilador de cuchilla que puede prolongar la vida útil de la cuchilla y mejorar la nitidez en el corte del borde.
- El motor se equilibra bien, no hay problema de vibración cuando se encienda la energía.
- Diseño especial de los engranajes, no hay problema de ruido cuando La correa abrasiva afila la cuchilla.
- Motor de 370 wats.
- Tipo de corriente 110 voltios.
- Velocidad de 2850 a 3400 R.P.M.
- Fácil operación.
- 1 año de garantía y servicio técnico.



## Overlock Industrial 4h Juki U\$S 960

### Anexos 4: Máquina Overlock



### Características

- Marca: Juki
- Modelo: 6800
- Tipo de máquina: Industrial
- Principales estilos de costuras Overlock

## Maquina Recta Industrial Jontex U\$S 374,99

### Anexos 5: Máquina Recta



### Características

- Lubricación automática.
- Para materiales livianos, medianos y pesados.
- Velocidad de costura de hasta 5.000ppm.
- Longitud de puntada de hasta 5mm.
- Altura de prensa tela al levantar con rodilla de 13mm.
- Sistema de aguja DB×1.
- Incluye Mesa.

### Escritorio Muebles De Oficina Estudiante Reforzados Nuevos U\$S 135

#### Anexos 6: Escritorio



### Descripción

- Escritorio reforzado
- Cajones 3
- Seguridad: Llave
- Color: Negro - Grafito - Caoba – Turquesa

## Silla Sillón Oficina Escritorio Ejecutivo Magister Incluye IVA U\$S160

### Anexos 7: Sillón Giratorio



### Especificaciones:

- Sillón neumático-giratorio con base elegante de cinco puntas.
- Asiento y espaldar tapizado en cuerina industrial.
- Movimiento hidráulico para regulación de altura.
- Apoyabrazos en acabado polipropileno y cojín suave superior.
- Disponible en Color Negro.

## Anexos 8: Simulador Préstamo

### Resultados

N	Fecha	Saldo Reducido	Capital	Interés	Seguro	Cuota
1	Mon Feb 01 2021	68349.96	1650.04	641.67	36.75	2328.46
2	Wed Mar 03 2021	66684.79	1665.17	626.54	35.88	2327.59
3	Fri Apr 02 2021	65004.35	1680.43	611.28	35.01	2326.72
4	Sun May 02 2021	63308.52	1695.84	595.87	34.13	2325.84
5	Tue Jun 01 2021	61597.14	1711.38	580.33	33.24	2324.95
6	Thu Jul 01 2021	59870.07	1727.07	564.64	32.34	2324.05
7	Sat Jul 31 2021	58127.16	1742.90	548.81	31.43	2323.14
8	Mon Aug 30 2021	56368.29	1758.88	532.83	30.52	2322.23
9	Wed Sep 29 2021	54593.29	1775.00	516.71	29.59	2321.30
10	Fri Oct 29 2021	52802.01	1791.27	500.44	28.66	2320.37
11	Sun Nov 28 2021	50994.32	1807.69	484.02	27.72	2319.43
12	Tue Dec 28 2021	49170.06	1824.26	467.45	26.77	2318.48
13	Thu Jan 27 2022	47329.08	1840.98	450.73	25.81	2317.52
14	Sat Feb 26 2022	45471.21	1857.86	433.85	24.85	2316.56

15	Mon Mar 28 2022	43596.32	1874.89	416.82	23.87	2315.58
16	Wed Apr 27 2022	41704.25	1892.08	399.63	22.89	2314.60
17	Fri May 27 2022	39794.83	1909.42	382.29	21.89	2313.60
18	Sun Jun 26 2022	37867.90	1926.92	364.79	20.89	2312.60
19	Tue Jul 26 2022	35923.31	1944.59	347.12	19.88	2311.59
20	Thu Aug 25 2022	33960.90	1962.41	329.30	18.86	2310.57
21	Sat Sep 24 2022	31980.50	1980.40	311.31	17.83	2309.54
22	Mon Oct 24 2022	29981.94	1998.56	293.15	16.79	2308.50
23	Wed Nov 23 2022	27965.07	2016.88	274.83	15.74	2307.45
24	Fri Dec 23 2022	25929.70	2035.36	256.35	14.68	2306.39
25	Sun Jan 22 2023	23875.68	2054.02	237.69	13.61	2305.32
26	Tue Feb 21 2023	21802.83	2072.85	218.86	12.53	2304.24
27	Thu Mar 23 2023	19710.98	2091.85	199.86	11.45	2303.16
28	Sat Apr 22 2023	17599.96	2111.03	180.68	10.35	2302.06
29	Mon May 22 2023	15469.58	2130.38	161.33	9.24	2300.95
30	Wed Jun 21 2023	13319.67	2149.91	141.80	8.12	2299.83
31	Fri Jul 21 2023	11150.06	2169.61	122.10	6.99	2298.70
32	Sun Aug 20 2023	8960.56	2189.50	102.21	5.85	2297.56
33	Tue Sep 19 2023	6750.99	2209.57	82.14	4.70	2296.41
34	Thu Oct 19 2023	4521.16	2229.83	61.88	3.54	2295.25
35	Sat Nov 18 2023	2270.89	2250.27	41.44	2.37	2294.08
36	Mon Dec 18 2023	0.00	2270.89	20.82	1.19	2292.90