



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CARTERAS PERSONALIZADAS, ÉTNICAS
CON TEMÁTICA DE LA DIABLADA PILLAREÑA, EN LA PROVINCIA
DE TUNGURAHUA”**

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

Autor(a)

TIPÁN SALAZAR DAYSI CARINA

Tutor(a)

Ing. Marcelo Ríos

QUITO – ECUADOR 2021

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

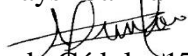
Yo, Daysi Carina Tipán Salazar, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARTERAS PERSONALIZADAS ÉTNICAS CON TEMÁTICA DE LA DIABLADA PILLAREÁ, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como requisito para optar al grado de Licenciada 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 que 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 Quito, a los días 14 del mes de julio del 2021, firmo conforme:

Autor: Daysi Carina Tipán Salazar

Firma: 

Número de Cédula: 1724190770

Dirección: Pichincha, Quito, Pomasqui, Bella María.

Correo Electrónico: dasykarina1996@hotmail.com

Teléfono: 0983868089

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARTERAS PERSONALIZADAS ÉTNICAS CON TEMÁTICA DE LA DIABLADA PILLAREÁ, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por Daysi Carina Tipán Salazar, para optar por el Título de Licenciada 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.

Quito, 14 de Julio del 2021



.....
Ing. Marcelo Ríos

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 Licenciada en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 14 de Julio de 2021



.....
DAYSI CARINA TIPÁN SALAZAR
1724190770

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARTERAS PERSONALIZADAS ÉTNICAS CON TEMÁTICA DE LA DIABLADA PILLAREÁ, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresa y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 05 de agosto del 2021



.....

Nombres completos
Ing. María Fernanda Becerra
Sarmiento



.....

Nombres completos
Lcdo. Edwin
Arteaga Bolaños

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis padres y todas las personas que me ayudaron a desarrollarla siendo un apoyo fundamental para cumplir las metas planteadas desde el inicio de la carrera y a todos los docentes por el apoyo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Tecnológica Indoamérica, por llenarnos de conocimientos y saberes guiando nuestro camino a al éxito.

Gracias a mis padres, por ser los principales motivadores dándome consejos e inculcándome valores y principios para continuar mi camino de forma correcta

INDICE DE CONTENIO

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN	ii
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	3
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	3
1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.	3
1.2.2 Tabla de características del producto o servicio.....	6
1.3 MERCADO	6
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio.....	7
1.3.2 Demanda Potencial	27
.....	27
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	29
1.4.1 Análisis del micro ambiente	29
1.4.2 Proyección de la oferta.	31
.....	32
1.5 DISEÑO DE MARCA (BRANDIGN)	33
1.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING	34

1.7	SEGUIMIENTO DE CLIENTES	36
1.8	ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	38
CAPITULO II.....		39
2.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO	39
2.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	39
2.2.1	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	39
2.2.1	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	43
2.2.2	Factores que afectan las operaciones	47
2.2.3	Capacidad de Producción Futura.....	47
2.3	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	48
2.3.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	48
2.4	CALIDAD	48
2.4.1	Método de Control de Calidad.....	48
2.5	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	51
2.5.1	Normativas de Salud y Seguridad laboral	51
CAPULO III.....		52
3.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	52
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	52
3.2.1	Visión de la Empresa	52
3.2.2	Misión de la Empresa.....	52
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	56
3.3.1	Organización Interna.....	56
3.3.2	Descripción de puestos.....	58
3.4	CONTROL DE GESTIÓN	60
3.4.1	Indicadores de gestión.....	60
3.5	NECESIDADES DE PERSONAL.....	62
CAPITULO IV ⁶³		
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	63
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	63
4.3	REGISTROS DE MARCAS.....	64
4.4	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES.....	64
4.4.1	RUC: Inscripción en el registro en el Registro Único del Contribuyente (RUC).	

.....	64
4.4.2 PATENTE: RAET	65
4.4.3 LUAE:	65
4.4.4 EMISION DE INFROME DE USO DE SUELO	66
4.4.5 CUERPO DE BOMBEROS	66
CAPITULO V.....	67
5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	67
5.2 PLAN DE INVERSIONES	67
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	69
5.3.1 Mano de Obra.....	69
5.3.2 Depreciación	70
5.3.3 Proyección de la depreciación.....	71
5.3.4 Detalle de Costos	71
5.3.5 Proyección de Costos	72
5.3.6 Detalle de Gastos	74
5.3.7 Proyección Gastos.....	75
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO	76
5.4.1 Forma de financiamiento	76
5.4.2 Cálculo de Ingresos.....	77
5.4.3 Proyección de Ingresos.....	78
5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	81
5.7 FLUJO DE CAJA.....	82
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	84
5.8.1 Indicadores.....	84
Bibliografía.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorización del producto o servicio.....	6
Tabla 2 Categorización de sujetos.....	7
Tabla 3 Dimensión Conductual.....	8
Tabla 4 Dimensión Demográfica.....	8
Tabla 5 Métodos de Recolección.....	11
Tabla 6 Métodos de Recolección.....	11
Tabla 7 Métodos de Recolección.....	11
Tabla 8 Métodos de Recolección.....	12
Tabla 9 Métodos de Recolección Encuesta.....	16
Tabla 10 Métodos de Recolección Encuesta.....	17
Tabla 11 Métodos de Recolección Encuesta.....	18
Tabla 12 Métodos de Recolección Encuesta.....	19
Tabla 13 Métodos de Recolección Encuesta.....	20
Tabla 14 Métodos de Recolección Encuesta.....	21
Tabla 15 Métodos de Recolección Encuesta.....	22
Tabla 16 Métodos de Recolección Información Encuesta.....	23
Tabla 17 Métodos de Recolección Información Encuesta.....	24
Tabla 18 Métodos de Recolección Información Encuesta.....	25
Tabla 19 Demandas por persona.....	27
Tabla 20 Demanda en unidades.....	28
Tabla 21 Matriz MPC.....	30
Tabla 22 Plan de contingencia.....	30
Tabla 23 Oferta de Competidores.....	31
Tabla 24 Demanda Potencial Insatisfecha.....	32
Tabla 25 Publicidad de redes sociales.....	35
Tabla 26 CRM.....	38
Tabla 27 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	39
Tabla 28.....	45
Tabla 29 Tiempo del trabajo realizado.....	46
Tabla 30 Tamaño del proyecto.....	46
Tabla 31 Descripción de equipos.....	46
Tabla 32 Capacidad de Producción Futura.....	47
Tabla 33 Producción Futura.....	48

Tabla 34 Recursos Necesarios para la Producción.....	48
Tabla 35 Check List.....	49
Tabla 36 Diagrama de Pareto.....	50
Tabla 37 FODA.....	52
Tabla 38 Matriz EFI.....	53
Tabla 39 Matriz EFE.....	54
Tabla 40 Descripción del Puesto Gerente.....	58
Tabla 41 Puesto de operador.....	59
Tabla 42 Indicadores de gestion.....	60
Tabla 43 Necesidades De Personal.....	62
Tabla 44 Plan de inversiones.....	67
Tabla 45 Capital de trabajo.....	68
Tabla 46 Calculo de mano de obra.....	69
Tabla 47 Calculo de las depreciaciones.....	70
Tabla 48 Proyección de la depreciación.....	71
Tabla 49 Detalle de costos – Producción.....	71
Tabla 50 Proyección de costos.....	73
Tabla 51 Detalle de gastos.....	74
Tabla 52 Proyección de gastos.....	75
Tabla 53 Plan de financiamiento.....	77
Tabla 54 Determinación del precio de venta unitario.....	77
Tabla 55 Cálculo del ingreso anual.....	78
Tabla 56 Proyección de ingresos.....	78
Tabla 57 Proyección de ingresos.....	79
Tabla 58 Estado De Resultados Proyectado.....	81
Tabla 59 Flujo de caja.....	82

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1.....	16
Grafico 2.....	17
Grafico 3.....	19
Grafico 4.....	20
Grafico 5.....	20
Grafico 6.....	21
Grafico 7.....	22
Grafico 8.....	23
Grafico 9.....	25
Grafico 10.....	26
Grafico 11.....	27
Grafico 12.....	29

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1.....	3
Imagen 2.....	4
Imagen 3.....	5
Imagen 4.....	6
Imagen 5.....	37
Imagen 6.....	37
Imagen 7.....	38
Imagen 8.....	49

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARTERAS PERSONALIZADAS ÉTNICAS CON TEMÁTICA DE LA DIABLADA PILLAREÁ, EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Daysi Carina Tipán Salazar

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en la realización de un plan de negocio, creando un producto de calidad e innovador de forma artesanal, que será comercializado en la provincia de Tungurahua por la empresa PILLEY, el producto está dirigido para mujeres en el sector de Píllaro con la finalidad de proporcionar un nuevo modelo de carteras innovando en la producción de carteras tradicionales, implementando la temática de un baile tradicional conocido como la diableada pillareña que se realiza una vez al año, este tipo de producto no se comercializa en el sector, como objetivo PILLEY busca ser una empresa reconocida a nivel turístico brindando los conocimientos de la cultura pillareña, ofrece dos tipos de modelos con diferentes tipos de material en este caso será de tela y yute, los modelos serán a gusto del cliente contando con precios accesibles para la comunidad y el sector turístico. Basada en los estudios de mercado se identificó que no existe un producto con características iguales de la temática propuesta teniendo una aceptación positiva al producto innovador.

DESCRIPTORES: innovador, cultura, temática

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

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND COMERCIALIZATION OF PERSONALIZED ETHNIC WALLETS WITH THE DIABLADA PILLAREÑA, IN THE PROVINCE OF TUNGURAHUA”

AUTHOR: Daysi Carina Tipán Salazar

TUTOR: Ing. Marcelo Ríos.

ABSTRACT

This project consists of carrying out a business plan, creating a quality and innovation product in a traditional way, which will be marketed in the province of Tungurahua by the company PILLEY, the product is aimed at women in the Pillaro sector with the purpose of providing a new model of wallets innovating in the production of traditional wallets, implementing the theme of a traditional dance known as the Diablada da Pillaréña that takes place once a year, this type of product is not marketed in the sector, as PILLEY seeks Being a recognized company at the tourist level, offering the knowledge of the Pillaréña culture, it offers two types of models with different types of material, in this case it will be made of fabric and jute; the models will be to the client's taste with affordable prices for the community and the tourism sector. Based on market studies, it was identified that there is no product with the same characteristics of the proposed theme, having a positive acceptance of the innovative product.

KEYWORDS: innovative, culture, thematic

(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de plan de negocio tiene como finalidad la creación de carteras artesanal con temática de la diableada pillareña, PILLEY tiene como finalidad ofrecer un nuevo producto moderno a base un baile tradicional, innovando la producción de carteras tradicionales en la provincia de Tungurahua dado a conocer más la cultura del cantón de Pillarlo.

Dentro del Capítulo I, Mercado y comercialización se investigará los antecedentes del producto que va hacer ofrecido, posteriormente se realizara el cálculo de las categorizaciones geográficas y demográficas a partir de este se procede al cálculo de la demanda y la oferta. Adicionalmente se analizará el micro y macro ambiente con las 5 fuerzas de porte y en las estrategias de marketing las 4(p).

Dentro del Capítulo II, Operaciones se encuentra la descripción del producto, la comercialización la producción futura y el control de calidad.

Dentro del Capítulo III, Organización y Gestión se detalla la visión y la misión de empresa posteriormente los objetivos estratégicos y las estrategias para los 5 años que va hacer desarrollado, la organización funcional de la empresa y control de gestión.

Dentro del Capítulo IV, Jurídico Legal se encuentra la determinación de la forma jurídica, registro de la marca y los documentos legales para el funcionamiento correcto de la organización.

Dentro del Capítulo V, Evaluación Financiera costa de un plan de inversión, calculado costos y gastos realizando las proyecciones indicadas para los 5 años, adicional se calcula otros indicadores que permiten saber si el plan de negocio es rentable.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Diseñar carteras artesanales con la temática de la diableada pillareña para la comercialización de las mismas en la Provincia de Tungurahua en el sector de Pillarlo para innovar la producción de carteras tradicionales dando un enfoque moderno con esta temática planteada.

Objetivos Específicos

Determinar la factibilidad del producto dentro del mercado, satisfaciendo la necesidad

del público objetivo mediante un análisis de mercado dentro de la provincia de Tungurahua con un producto innovador y diseños étnicos al gusto del cliente.

Conocer las características del producto ofrecido y los procesos que van hacer desarrollada en la organización contado con control de calidad para un mejor desarrollo.

Determinar la estructura organizacional de la empresa PILEYY mediante indicadores de gestión para la implantación del plan de negocio.

Definir los parámetros jurídicos y legal con los cuales van hacer constituidos la organización PILLEY para el funcionamiento en la Provincia de Tungurahua.

Calcular los análisis financieros que ayudara a la identificación de la rentabilidad y viabilidad en el plan de negocio de la empresa PILLEY para su funcionamiento.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Determinar la factibilidad del producto dentro del mercado, satisfaciendo la necesidad del público objetivo mediante un análisis de mercado dentro de la provincia de Tungurahua con un producto innovador y diseños étnicos al gusto del cliente.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

El origen de las carteras no tiene un origen exacto, pero se presentó en las antiguas culturas prehistóricas se encontraron dibujos sobre rocas figuras y símbolos en el que representan las costumbres y como llevaban sus vidas en petroglifos dentro de estas pinturas se puede observar imágenes con rasgos femeninos que portan una especie de cartera o bolso el cual les permitía transportar alimentos o cualquier instrumento de uso personal.

Imagen 1

Origen de las carteras



Elaborado: *Curiosfera*

Nota: Imagen obtenida de *Curiosfera*

En los antiguos tiempos las carteras las llamaban Alforja, siendo estas un tipo de cartera elaboradas con material de cuero. la utilizaban en la parte superior de la cintura siendo estas el origen de las carteras tradicionales. Esta especie de bolso primitivo era artículo de primera necesidad por una razón importante: hasta el siglo XVI, las prendas de vestir no llevaban bolsillo y era preciso. La bolsa de cuero, primero y de tela después, sirvió para llevar los objetos menudos de primera necesidad: monedas, cosméticos, peines, llaves (El Diario de Misiones Primera Edición , 2017).

En la edad media se vieron cambios donde los bolsos eran de un material de piel de ciervo o de cerdo este tipo de artículo era de primera necesidad por una razón importante ya que hasta el siglo XVI, las prendas de vestir no llevaban bolsillo y era preciso contar con una de estas su diseño era más sencillo con una cuerda a los lados que ajustaba a la bolsa para guardar monedas o algo de valor, dentro del siglo XV, XVI y XVII estas ya contaban con diseños como adornos y pequeños bordados

Dentro del siglo XVIII tiene un cambio radical y las bolsas tiene un diseño de cartera esta se fabricaba de diferentes tipos de material como la seda y era tanto para hombres y mujeres para portar lo que son documentos, llegando a ser una parte fundamental de la moda textil siendo muy importante para la vestimenta de las mujeres de igual manera los detalles de esta eran bordados y en el siglo XIX las carteras eran fabricas para trasportar instrumentos de mujeres de acuerdo con la clase sociales siendo una ayuda para trasportar lo maquillaje, cartas y pañuelos siendo de mucho uso y más para las mujeres diseños de estas carteras eran inspiradas en temáticas de esculturas , elemento de la flora y fauna y en pinturas de famosos.

Imagen 2

Bordadas



Elaborado: *Curiosfera*

Nota: Imagen obtenida de Curiosfera

En el XX, las carteras se empezaron a convertirse en un complemento en la forma de vestir, siendo un conjunto con lo accesorios. Dentro de la época en las décadas de los 40 y 50 se estableció el uso de las carteras como representación de la elegancia hacia la mujer tomado fuerza para los diseñadores, Chanel es una de las empresas más reconocidas presentando diseños modernos pero de igual forma modelos tradicionales. (Anónimo, CurioSfera, 2018).

Imagen 3

Carteras Actuales



Elabora: *Curiosfera*

Nota: Imagen obtenida de Curiosfera

Mediante estos cambios que se han ido dando desde los inicios siendo un referente de la comercialización de carteras darle un giro en la elaboración de ellas de una manera personalizadas en la cual las personas puedan adquirir con diferentes temáticas a base de las culturas tradicionales del sector Tungurahua dentro de todo el año dando a conocer más sobre la cultura ecuatoriana, así como también contribuir al desarrollo económico y social a través de la propuesta establecida con el fin de ofrecer nuevo producto tradicional e innovador. Se diseñará un modelo digital en el cual el cliente pueda diseñar su cartera tanto como en el material, tamaño, diseño y temática. Donde podrá escoger los materiales de media y alta calidad dependiendo el presupuesto que el cliente que disponga y el diseño que requiere que se le elabore.

Imagen 4

Modelo Diableada Pillareña



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

En este tema, el estudiante debe construir un cuadro donde se visualice las características transformadas en beneficios para el cliente y un resumen explicativo.

Tabla 1 *Categorización del producto o servicio*

Características del producto/ servicio	Beneficios para el consumidor
Cartera de diseño étnico	Diseño únicos, sentirse especial
Ecológico	Conservación del medio ambiental
Posibilidad de personalización	Precios accesibles
Atención y entrega rápida	Comodidad de tiempo

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.3 Mercado

Identificar el tipo de mercado en el que se encuentra nuestro producto principales clientes nacionales teniendo una preferencia en los productos artesanales con un enfoque a mujeres que desean adquirir el producto.

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

El producto sería dirigido tanto a turistas, comerciantes o público general que deseen adquirir carteras artesanales con diferentes temáticas étnicas dentro de esto la mayoría de interesados son mujeres en un rango de edad de 18 años en adelante, el valor diferencial es que las personas pueden diseñar la temática que desean, de igual manera escoger el tipo de material que prefiera siendo un producto de calidad y que no afectan al medio ambiente.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

Hay que categorizar a los clientes de la siguiente manera:

- Comprador: Mujeres desde los 19 años en adelante
- Decidor: Mujeres
- Usuario: Mujeres
- Influyente: Mujeres

Tabla 2 *Categorización de sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Mujeres desde 18 años en adelante
¿Quién usa?	Mujeres desde 18 años en adelante
¿Quién decide?	Mujeres desde 18 años en adelante
¿Qué influye?	Mujeres desde 18 años en adelante

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Tabla 3 Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	ESTIMA
TIPO DE COMPRA:	COMPARACION
RELACION CON LA MARCA:	SI
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	POSITIVA

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

Tabla 4 Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	TC	TCA	POBLACIÓN 2021
País	Ecuador	14'483			17'863
Región	Sierra	6'081	1,84%	20%	7'312
Provincia	Tungurahua	504.583	1,50%	17%	587.839
Cantón	Píllaro	38.357	1,50%	17%	44.685

Fuente: *INEC*
Elaborado: *La autora*

Tabla 4 Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO	TCA	POBLACIÓN 2021
Edad	18-45	18.403	1,50%	17%	38.357
Mujeres		20.252	1,50%	17%	20.556

Fuente: *INEC*
Elaborado: *La autora*

1.3.1.3 Plan de muestreo

Método no probabilístico

El método de investigación a desarrollar será un método no probabilístico es una técnica utilizada en la muestra estadística no permite que todos los individuos de una muestra sea investigar. En este tipo de muestreo ayuda a la reducción de tiempo ya que se tiene un grupo focal específico.

Población Finita

Es aquella en la que el número de valores que la componen tiene un fin y esta tiene que ser menor a 500.000 en el cual de este valor existe la posibilidad de personas que estén interesadas en comprar nuestro producto.

Población y Muestra

Población: Es el conjunto finito por personas u objetivos que presentan características comunes.

Muestra: Representan una parte de una población en la que se estudia las características.

El proyecto será ejecutado en la Provincia de Tungurahua, en el Cantón de Píllaro con una población de 44.685 habitantes los mismos que dentro de un rango de 18 a 45 años sexo (mujeres) con un número de población 20.556.

$$\frac{NZ^2PQ}{e^2(N-1) + z^2PQ}$$

Dónde:

- **n**= Tamaño de la muestra
- **Z**= Nivel de confianza
- **p**= Probabilidad de éxito
- **q**= Probabilidad de fracaso
- **N**= Tamaño de la población
- **e**= Margen de error

Cálculo de la muestra

Datos:

- $N= 20.556$
- $Z= 95\% = 1.96$
- $p= 50\% = 0.50$
- $q= 50\% = 0.50$
- $e= 10\% = 0.10$

Desarrollo de la muestra

$$n = \frac{20.556 * 1.96^2(0.50)(0.50)}{0.05^2(20.556 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 377$$

Mediante el cálculo de la muestra dio un resultado de 377 encuestas que van a ser desarrolladas a personas en un rango de edad de 18 a 45 años que desean adquirir carteras personalidad con temática étnicas elaboradas totalmente artesanal en el Cantón de Píllaro.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Objetivo General

- Elaboración de un plan de negocio para la creación y comercialización de carteras étnicas personalizadas en Cantón de Píllaro de la Provincia de Tungurahua.

Objetivos Específicos

- Obtención de información para el desarrollo del plan de negocio
- Identificar los diseños y materiales que van hacer utilizados en la elaboración del producto.
- Investigar a los competidores para identificar los valores agrados de cado uno de ellos y saber en qué grupo del mercado podemos ingresar con nuestro producto.
- Identificar si el producto es aceptado en el grupo de consumidores establecidos.
- Identificar los canales de comercialización.

Tabla 5 Métodos de Recolección

Objetivo Específico 1: Obtención de información para el desarrollo del plan de negocio

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Identificar que es una cartera	Secundaria	Internet/ libros	Servicios agrupados
Materiales que son utilizados para la elaboración	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Tipos de maquinaria para la elaboración del producto	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 6 Métodos de Recolección

Objetivo Específico 2: Identificar los diseños y materiales que van hacer utilizados en la elaboración del producto

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Analizar los diseños de carteras que ya están en el mercado	Secundaria	Internet/ libros	Servicios agrupados
Investigar costos de materiales reciclados	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 7 Métodos de Recolección

Objetivo estratégico 4: Identificar si el producto es aceptado en el grupo de consumidores establecidos.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Gustos y preferencias de	Primaria	Grupo Focal	Encuesta

los consumidores

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 8 Métodos de Recolección

Objetivo Específico 5: Identificar los canales de comercialización.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Investigar las plataformas digitales	Secundaria	Internet	Servicios agrupados
Investigar costos de Publicidad	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

Información Secundaria

- BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES

Materiales que son utilizados para la elaboración

Tradicionalmente, el material utilizado en carteras ha sido el cuero o la tela, pero se pueden utilizar multitud de distintos materiales para hacer carteras, como por ejemplo polietileno, papel o materiales rígidos como el cobre o acero inoxidable.

Tipos de maquinaria para elaboración del producto

Una de las maquinarias que se utiliza para la elaboración de carteras son las Máquinas de Troquelado es una de los instrumentos más utilizados en el ámbito de manufactura de carteras de cuero, en el cual se encuentra el troquelado de pieles, donde se puede dividir para carteras, billeteras entre otros. Debido a que si el corte del troquelar es muy importante ya que si existe algún tipo de error esta pieza sera descartada y se tendrá una pérdida de materia prima (Villanueva, 2014).

La Máquina de Látex sirve para la fabricación de carteras a mano el proceso es la unión de las piezas tanto de telas o a otro tipo de material, para esto se utilizará productos como pegamentos para la unión de las piezas estas pueden ser de diferentes tamaños ahorrando así tiempo y espacio (Villanueva, 2014).

La Máquina de coser industrial es uno de los instrumentos más utilizados en la elaboración de carteras, siendo este uno de los identificadores de la calidad al momento de realizar la comercialización. La costura es uno de los procesos más complejos por los acabados de las carteras de tal forma se puede observar la calidad con que se va a vender, para esto se debe utilizar los instrumentos de costura adecuados como hilos, agujas (Villanueva, 2014).

- **SERVICIO AGRUPADOS**

Identificar que es una cartera

Se trata de bolsos exclusivos con estilo artesanal, elaborados con telas y materiales (bordados y aplicaciones) tipo rústico. Son diseños originales, prácticos e innovadores, que combinan lo tradicional con lo moderno, lo casual con lo formal y siguen las tendencias de la moda (Universidad del Pacífico, s.f.).

Investigar los tipos de materiales ecológicos

Las carteras ecológicas están elaboradas de materiales ya usados, al momento de elaborar un segundo producto se usa el mismo material reciclado, los componentes de tinta que se usa en estas carteras contiene componentes que son a base de agua, no perjudicando al medio ambiente (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019)

Se pueden fabricar carteras ecológicas de diferentes materiales, pero los más importantes son naturales como el algodón, el yute, la fécula de patata y otros compuestos que se degradan de una manera natural, los diferentes productos que podemos usar para confeccionar cartera se clasifican en función de seis factores

medibles como son su consumo de energía, la toxicidad para las personas y el medio ambiente, el gasto de agua, la cantidad de tierra necesaria para su cultivo y la emisión de CO₂. Según estos factores, se puede clasificar los diferentes materiales que componen las carteras (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019).

Tipos de carteras

Categoría A

“Entre los materiales aquí encuadrados se encuentran el algodón reciclado, el nailon 6 reciclado, el poliéster PET reciclado, el cáñamo orgánico y el lino orgánico. Entre los productos curiosos encuentras el poliéster PET reciclado de botellas de plástico que tiene materiales como el Ekotex que es un paño aglomerado 100 % de fibras procedentes de botellas de plástico recicladas RPET. Otro material es el tafetán 100 % hilado reciclado de poliéster que proviene de botellas plásticas” (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019).

Categoría B

“Aquí encuentras el algodón orgánico que es aquel producido mediante un cultivo natural, con rotación del cultivo en la tierra y sin usar ningún tipo de fertilizante ni pesticida químico. El control de las plagas se hace mediante insectos autóctonos y la recolección es totalmente manual” (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019).

Categoría C

“En esta categoría está el cáñamo, el lino comercial o el yute comercial. El yute es una fibra vegetal muy resistente usada para las bolsas de plástico. Proviene de los ríos de la India, no necesita ningún cuidado o producto especial para su cultivo, ya que la planta crece sola en 6 meses. Esto provoca que tenga unos costes de cultivo muy bajos” (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019).

Categoría D y categoría E

“Aquí se encuadra el poliéster virgen como el notex, TNT o el friselina. También tenemos algodón comercial como el tocuyo o la lona y, finalmente, la lana y el nailon virgen, es importante que comprendas de qué material están hechas las bolsas ecológicas para asegurarte que estás protegiendo el medio ambiente y no usas productos que dañan al planeta, desde que son fabricados hasta que pasan muchos años para que se complete su descomposición” (Anónimo, Comercial avilés s.l, 2019).

- INFORMACION PRIMARIA

○ ENCUESTA

1. ¿En cuál de estas edades se encuentra usted?

a) 18 a 25

b) 25 a 30

c) 35 a 45

d) 45 a más

2. ¿Compra productos artesanales?

a) Si

b) No

3. ¿Con que frecuencia compra carteras artesanales al año?

a) Quincenal

b) Mensual

c) Anual

4. ¿Cuándo gasta o ha gastado en la compra de carteras personalizadas en el año 2021?

a) \$20

b) \$40

c) \$60

5. Para comprar un producto ¿ toma en cuenta?

a) Precio

b) Calidad

c) Marca del producto

d) Variedad

6. Conoce la cultura del Ecuador

a) Si

b) No

7. ¿Le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con la temática étnica de la diabla pillareña?

a) Si

b) No

8. ¿Qué temática le gustaría diseñar para su cartera?

a) Culturas antiguas

b) Fiestas tradicionales

c) Monumentos tradicionales

9. ¿Por qué medio diseñaría el estilo de su cartera?

a) Páginas Web

b) Asistiendo al local físico

c) Mediante diseños en redes sociales

10. ¿Por qué medio le gustaría adquirir el producto?

a) Puntos de ventas

b) Fabricas

c) Vendedores ambulantes

1.3.1.6 Análisis e Interpretación

Tabla 9 *Métodos de Recolección Encuesta*

Resultado de la pregunta 1: ¿En cuál de estas edades se encuentra usted?

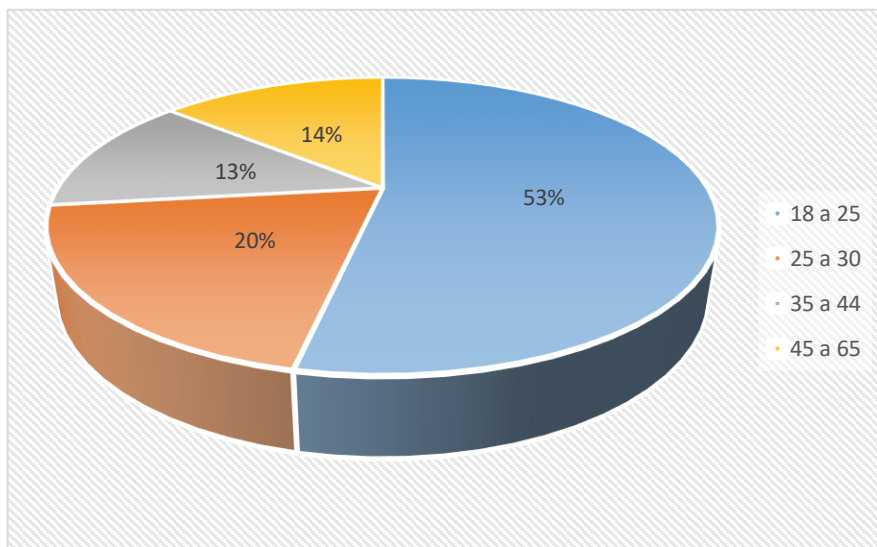
Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	204	53%
25 a 30	70	19,80%
35 a 44	50	13,10%
45 a 65	53	13,80%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 1

Resultado de la pregunta 1: ¿En cuál de estas edades se encuentra usted?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 53% de la población afirma tener un rango de edad entre 18 a 25 años, mientras un 20% afirma que su rango de edad es de 25 a 30 años, un 13% menciona tener entre 35 a 44 años y finalmente un 14% de encuestados afirma que su rango de es de 45 en adelante.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar que un porcentaje significativo de un rango de edad de 18 a 25 años para el consumo del producto.

Tabla 10 *Métodos de Recolección Encuesta*

Resultado de la pregunta 2: ¿Compra carteras artesanales?

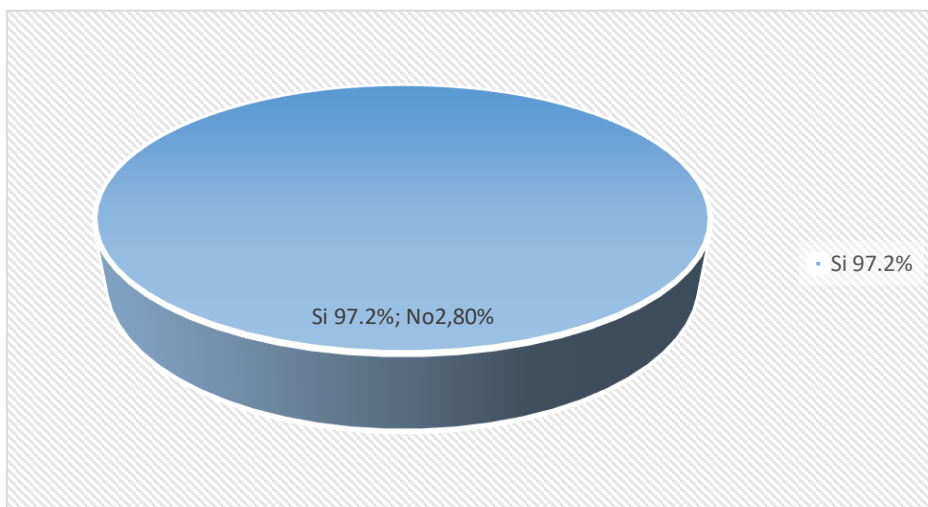
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	99%
No	2	1%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 2

Resultado de la pregunta 2: ¿Compra carteras artesanales?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 97.2% afirma realizar compras con relación a productos basados en artesanías o con un origen cultural, mientras que un 1% de la población encuestada menciona que no adquiere o compra productos artesanales o con un tinte cultural.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar que un porcentaje bastante relevante representado por más de la mitad de encuestados afirma consumir o adquirir productos cuya fabricación o materia prima sea de manera artesanal.

Tabla 11 *Métodos de Recolección Encuesta*

Resultado de la pregunta 3: *¿Con que frecuencia compra carteras artesanales al año?*

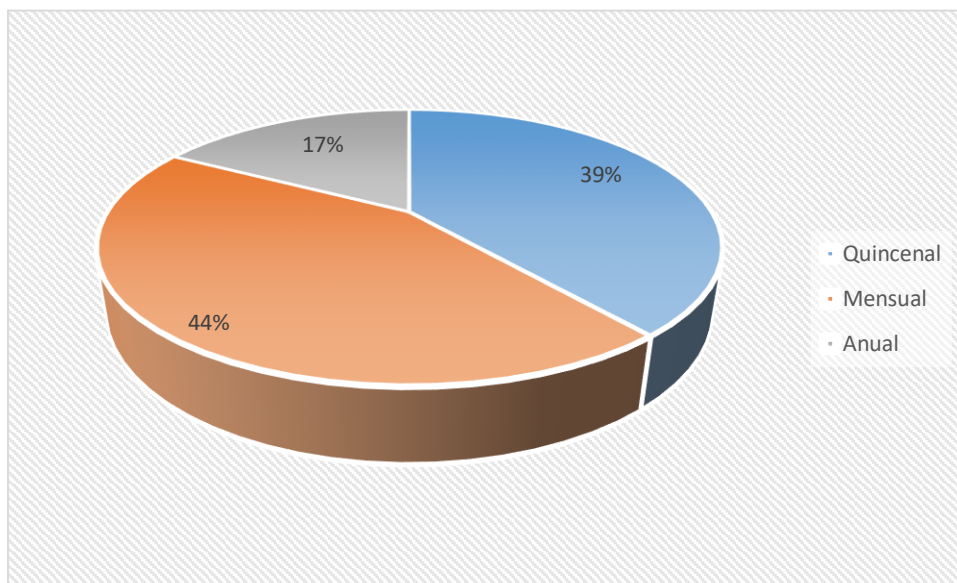
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	141	39%
Mensual	189	44%
Anual	47	17%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 3

Resultado de la pregunta 3: ¿Con que frecuencia compra carteras artesanales al año?



Fuente: Elaboración propia

Elaborado: La autora

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 39% de la población afirma comprar carteras cada quince días, mientras un 44% afirma que compra carteras de manera mensual y finalmente un 17% de encuestados afirma que adquiere carteras o realiza la compra de este producto anualmente.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar que un porcentaje significativo de encuestados afirma realizar la compra de carteras por lo menos cada mes siendo positivo para la comercialización del producto.

Tabla 12 Métodos de Recolección Encuesta

Resultado de la pregunta 4: ¿Cuánto gasta o ha gastado en la compra de carteras personalizadas en el año 2021?

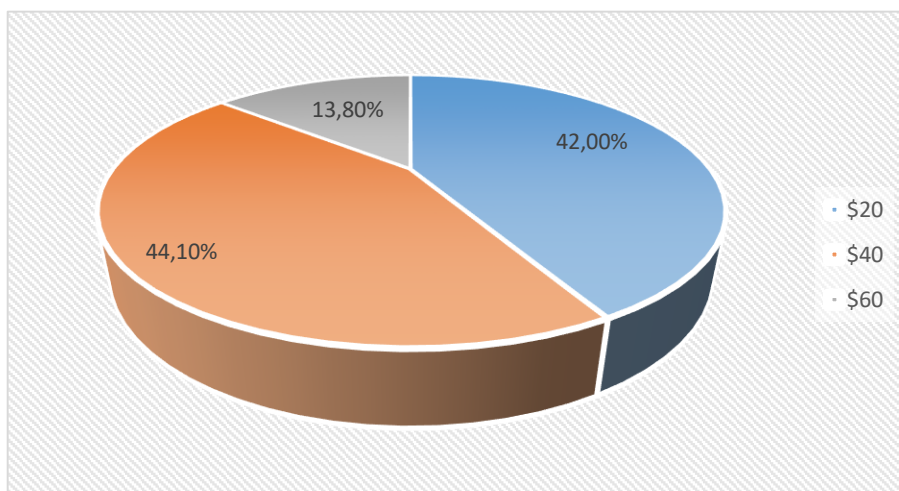
Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$20	162	42,00%
\$40	168	44,10%
\$60	47	13,80%
Total	377	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: La autora

Gráfico 4

Resultado de la pregunta 4: ¿Cuánto gasta o ha gastado en la compra de carteras personalizadas en el año 2021?



Fuente: Elaboración propia

Elaborado: La autora

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 44,10% de la población afirma gastar 20 dólares por la compra de una cartera personalizada, mientras un 42,00% afirma que ha gastado 40 dólares por la compra de una cartera personalizada, y finalmente un 13,80% de encuestados afirma que ha gastado 60 dólares por la compra de una cartera personalizada.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar los consumidores afirma gastar 20 dólares al comprar haciendo referencia al precio que están dispuesto a pagar.

Tabla 13 Métodos de Recolección Encuesta

Resultado de la pregunta 5: ¿Para comprar un producto ¿toma en cuenta?

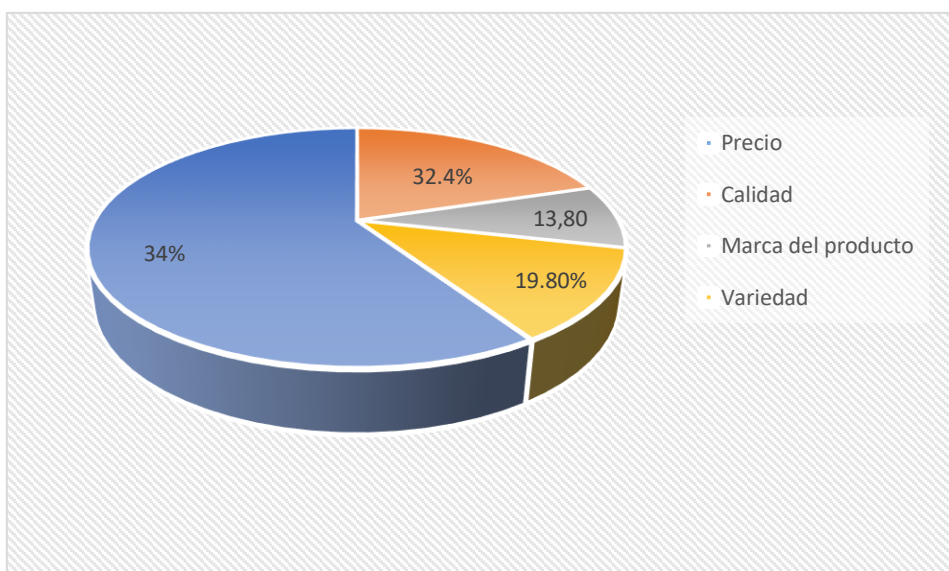
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	135	34%
Calidad	124	32%
Marca del producto	53	13,8%
Variedad	65	19,8%
Total	377	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: La autora

Gráfico 5

Resultado de la pregunta 5: ¿Para comprar un producto ¿toma en cuenta?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 34% de la población afirma tener en cuenta el precio antes de adquirirlo, un 32.4% de la población menciona tener en cuenta la calidad del producto, un 13,8% menciona tener en cuenta la marca del producto, y finalmente un 19.80% tiene en cuenta la variedad antes de adquirir el producto.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar que un porcentaje el 34% afirma tener en cuenta el precio tomando como referencia al momento de comercializar.

Tabla 14 *Métodos de Recolección Encuesta*

Resultado de la pregunta 6: Conoce la cultura del Ecuador

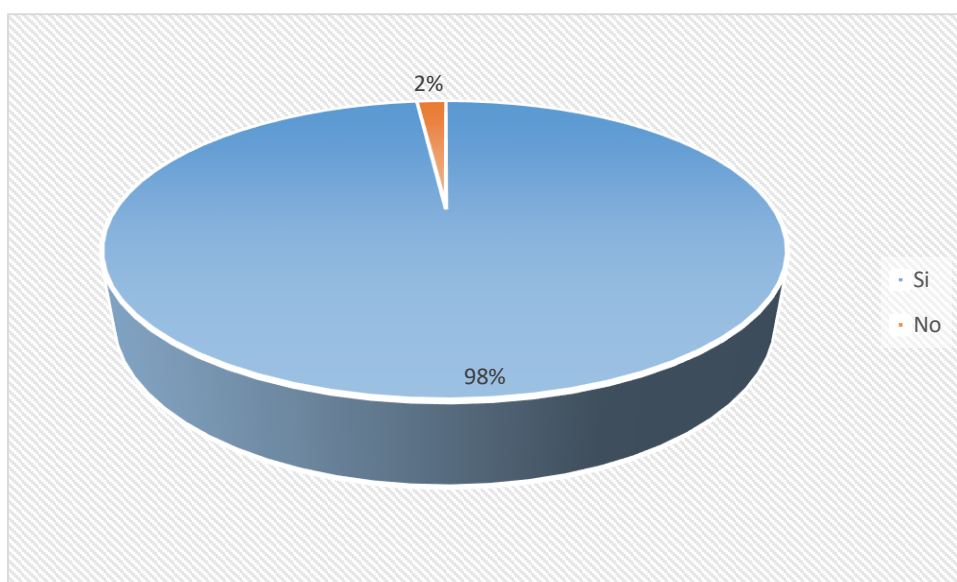
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	370	98%
No	7	2%
Total	383	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 6

Resultado de la pregunta 6: Conoce la cultura del Ecuador



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 98% de la población afirma tener conocimiento sobre la Cultura del Ecuador.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas conocen la cultura del Ecuador siendo más aceptable el producto que se va a hacer ofrecido.

Tabla 15 *Métodos de Recolección Encuesta*

Resultado de la pregunta 7: ¿Le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con la temática étnica de la diablo pillareña?

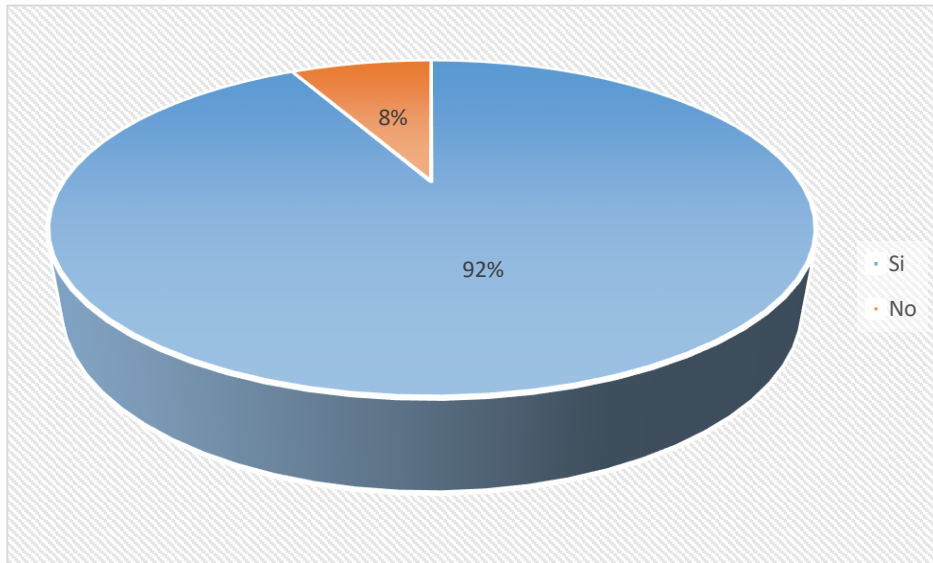
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	92,20%
No	30	7,80%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 7

Resultado de la pregunta 7: ¿Le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con la temática étnica de la diablo pillareña?



Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 92% de la población afirma que le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con una temática étnica, mientras que un 8% menciona que no le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con una temática étnica.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas se puede observar que más de la mitad de la población afirma que le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con un tema artesanal en este caso la temática de la diableada pillaréña.

Tabla 16 *Métodos de Recolección Información Encuesta*

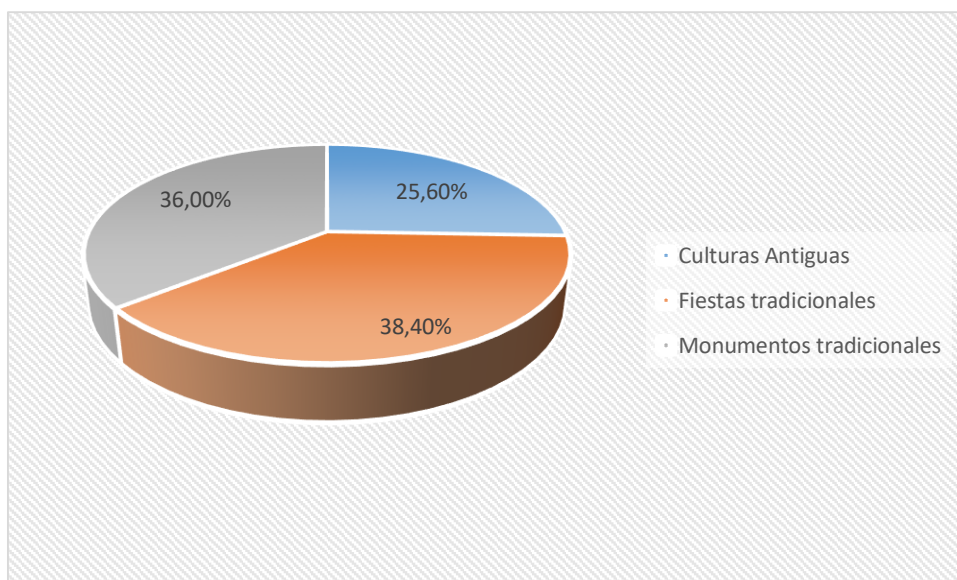
Resultado de la pregunta 8: *¿Qué temática le gustaría diseñar para su cartera?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Culturas Antiguas	85	25,60%
Fiestas tradicionales	150	38,40%
Monumentos tradicionales	142	36,00%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

Gráfico 8

Resultado de la pregunta 8: ¿Qué temática le gustaría diseñar para su cartera?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 36,00% de la población afirma que le gustaría tener una temática de culturas antiguas en una cartera, mientras que un 38,40% desearía tener una temática con relación a las fiestas tradicionales y finalmente un 25,60% desearía tener una temática de monumentos tradicionales en su cartera.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas que un porcentaje importante de encuestados le gustaría tener una temática con relación a de fiestas tradicionales en su cartera personalizada sino positiva ya que el producto tiene un enfoque en la diableada pillareña.

Tabla 17 *Métodos de Recolección Información Encuesta*

Resultado de la pregunta 9: ¿Por qué medio diseñaría el estilo de su cartera?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Página Web	135	35,80%
Asistiendo al local físico	196	52,20%

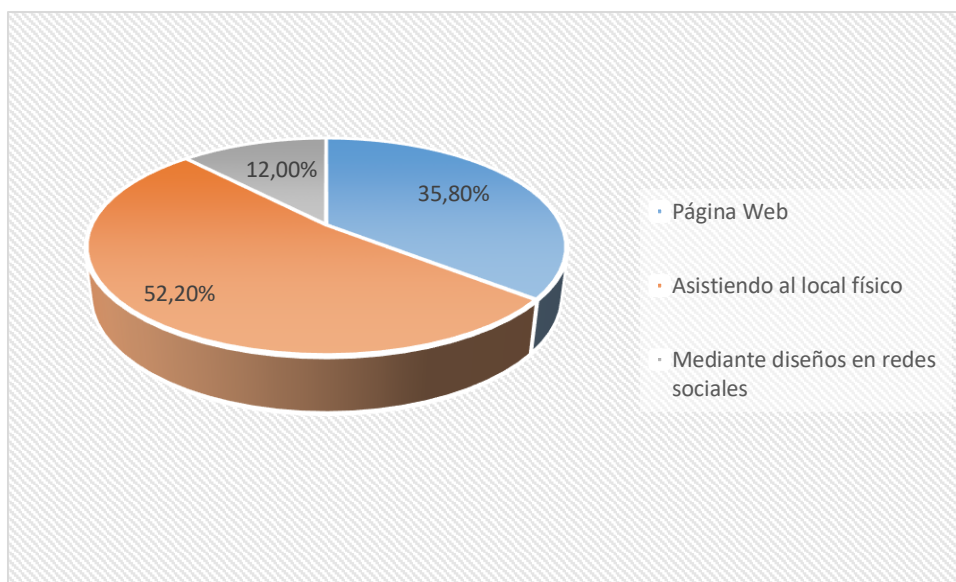
Mediante diseños en redes sociales	46	12,00%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 9

Resultado de la pregunta 9: ¿Por qué medio diseñaría el estilo de su cartera?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 52,20% de la población afirma que le gustaría diseñar su cartera a asistiendo a un local físico, mientras que un 35,80% menciona que desearía diseñar su cartera a través de redes sociales, y finalmente un 12% desearía tener el diseño de su cartera por medio de una página web.

Interpretación: Dentro de las 377 personas encuestadas un porcentaje significativo más de la mitad de encuestados afirma que le gustaría diseñar su cartera asistiendo a un local físico lo cual el emprendimiento si contara con las instalaciones para la comercialización.

Tabla 18 Métodos de Recolección Información Encuesta

Resultado de la pregunta 10: ¿Por qué medio le gustaría adquirir el producto?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

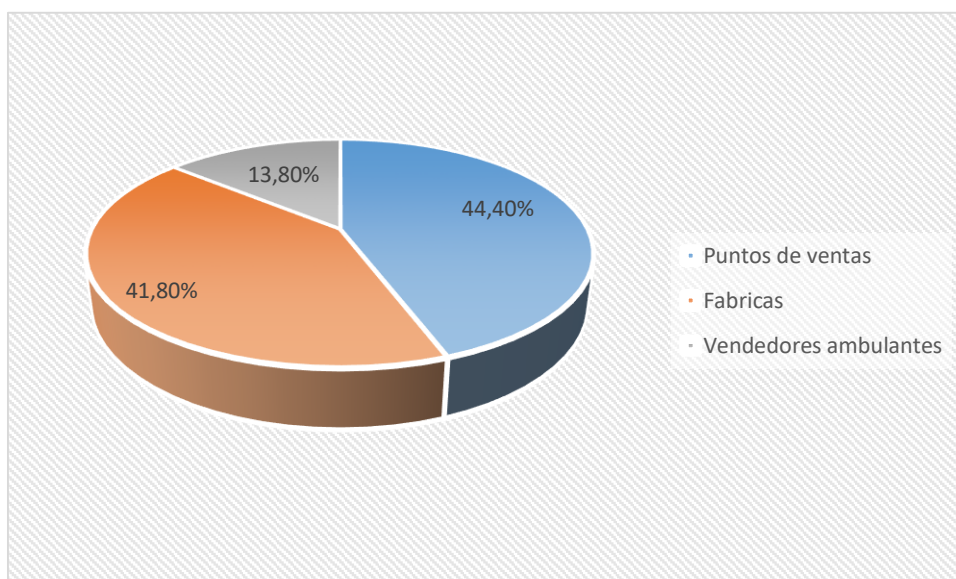
Puntos de ventas	170	44,40%
Fabricas	196	41,80%
Vendedores ambulantes	46	13,80%
Total	377	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 10

Resultado de la pregunta 10 ¿Por qué medio le gustaría adquirir el producto?



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: Dentro de la población encuestada se puede determinar que el 44,40% de la población desearía adquirir el producto en los puntos de venta, un 41,80% de la población menciona que le gustaría adquirir el producto en fábricas, y finalmente un 13,80% menciona que le gustaría adquirir el producto por medio de vendedores ambulantes.

Interpretación: Dentro de las 377 personas le gustaría adquirir su cartera en los puntos de venta, mientras que menos de la mitad de encuestados desearía adquirir su cartera directamente en las fábricas por seguridad.

1.3.2 Demanda Potencial

La demanda potencial es el tamaño total del mercado para un producto en un momento específico, representa el límite superior del mercado generalmente se mide por el valor de las ventas o el volumen de ventas (Corvo, Lifeden, 2019).

Demanda por persona

Para el cálculo de la demanda por persona se toma como referencia la variable demográfica (sexo) con un resultado de 20.556 mujeres que se multiplicara con la opción Si de la pregunta número 2 de la encuesta realizada como un porcentaje del 99% obteniendo como resultado 20.351 personas en el año 2021

Proyección de demandas por persona

Tabla 19 Demandas por persona

Años	Tasa de crecimiento poblacional	Total
2021		20.351
2022	1.5%	20.656
2023		20.966
2024		21.281
2025		21.600

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 11

Tendencia de la demanda por persona



Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

Demanda en unidades

El cálculo de demanda por producto se toma como referencia la demanda de personas del año 2021 que es 20.351 este valor se multiplicara por el porcentaje quincenal, mensual y anual con los porcentajes de la pregunta número 3 de la encuesta realizada teniendo como resultado 301.398 unidades.

Tabla 20 *Demanda en unidades*

VARIABLE	POBLACIÓN 2021	PORCENTAJE	ANUAL	DEMANDA POR UNIDADES ANUALMENTE
Quincenal	20.351	39%	24 quincenas	190.485
Mensual	20.351	44%	12 meses	107.453
Anual	20.351	17%	1 año	3.460
Total	20.351	100%		301.398

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	TOTAL
2021		301.398
2022	1.5%	305.919
2023		310.508
2024		315.165

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 12

Tendencia de la demanda por unidades



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.4 Análisis del Macro y Microambiente

1.4.1 Análisis del microambiente

En el ambiente de la mercadotecnia existen dos niveles de fuerzas externas. De un lado tenemos los factores macro, llamados así porque afectan a todas las organizaciones y un cambio en uno de ellos ocasionará cambios en uno o más de los otros; generalmente estas fuerzas no pueden controlarse por los directivos de las organizaciones. Por el otro tenemos los factores micro, llamados así porque afectan a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos.

Fuerzas de mercado

- Poder de negociación de los clientes
- Rivalidad entre las empresas

- Poder de negociación de los proveedores
- Amenaza de los nuevos competidores

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	PERSONAL CAPACITADO	PARISIAN CHIC		FRABRICUERO	
		Calificación	Resultado ponderado	Calificación	Resultado ponderado
PERSONAL CAPACITADO	50%	4	2	3	1,5
TECNOLOGIA DE ULTIMA GENERACIÓN	10%	3	0,3	2	0,2
RECURSO DISPONIBLES	30%	4	1,2	3	0,9
SERVICIO AL CLIENTE	20%	3	0,6	2	0,4

- Amenaza de productos sustitos

Matriz MPC

Tabla 21 *Matriz MPC*

Tabla 22 *Plan de contingencia*

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Publicidad de redes sociales	Crear paginas directas en todas las redes sociales	Márketing Digital	Facebook, Instagram	\$50	Área de marketing	Económico
Realización de volates	Entrega de volantes en puntos estratégicos	Marketing Directo	Centros comerciales, superados	\$150	Área de publicidad y diseño	Económico
Cupones de descuento	Entrega y sorteo de cupones	Marketing Directo	Centros comerciales, superados	\$200	Área de publicidad y diseño	Económico

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.4.2 Proyección de la oferta.

La proyección de la oferta ayuda a identificar en qué tipo de situación se encuentra dentro del mercado para las personas que quieren ingresar de manera positiva con un producto o servicio. Al realizar el cálculo la proyección de la oferta a partir de los datos recolectados.

La oferta se calculará en base a la proyección analizando a las empresas que ofrecen productos similares como la empresa “Civetta Ecuador” La producción estimada anualmente de la empresa es de 614 carteras anuales, determinando que sea una cartera por cliente.

Para la proyección de la oferta se toma el Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 23 Oferta de Competidores

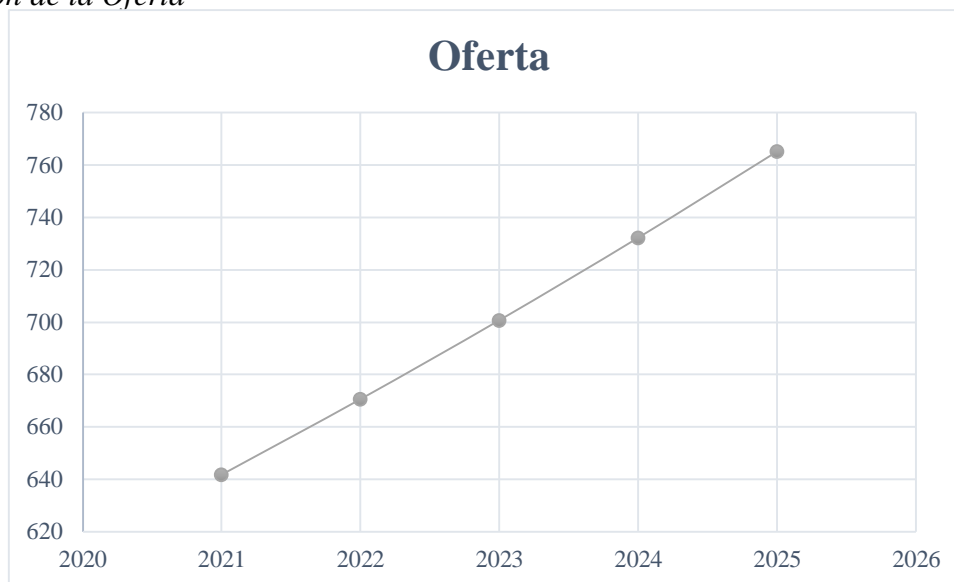
AÑO	VARIACIÓN DEL PIB	TOTAL
2021		642
2022		671
2023	4,50%	701
2024		732
2025		765

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 13

Proyección de la Oferta



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.1 Demanda Potencial Insatisfecha

Dentro de la demanda insatisfecha se toma en cuenta los resultados de la demanda y la oferta los totales de las proyecciones de cada año de tal forma se procede al cálculo de esta obtenido la demanda insatisfecha:

Tabla 24 *Demanda Potencial Insatisfecha*

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2021	301.398	615	20.656
2022	305.919	628	305.291
2023	310.508	635	309.873
2024	315.165	650	314.515
2025	319.893	664	319.229

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.5 Diseño de marca (brandign)

Nombre de la marca

PILLEY

Logotipo

Imagen 5



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

- **Eslogan**

Dale un toco de lo nuestro

- **Percepción y posicionamiento**

La empresa PILLEY es una empresa que se dedica a la elaboración de carteras personalizadas con temática étnica ubicados en el sector de pillarlo la comercialización del producto será por medio de la página web, tiene un enfoque de consumidores nacional e internacional promoviendo la cultura del país.

Es la referencia que hace el consumidor frente para alcanzar las metas establecidas en la organización dentro de estas la empresa PILEYY adoptara las estrategias de posicionamiento el de atributos y beneficios ya que las carteras serán de buena calidad y ecológicos y de precios accesibles teniendo características y beneficios y por

categorización ya que es tiene un enfoque solo para mujeres se lo puede utilizar para cualquier fechas y temporada.

1.6 Estrategias de marketing

(4 Ps)

- **Producto:** Es un producto totalmente artesanal el cual se utiliza como materiales principales los cuernos de toro o de borrego, pinturas acrílicas, yeso, alambre el diseño depende de los modelos que quieren representan los artesanos ya que lo elaboran de manera cultural representando una religión de creencias espirituales para los antepasados.
- **Precio:** El precio será un valor accesible dependiendo del tamaño de la máscara que desea adquirir el consumidor de igual manera lo precios no son tan altos para que el producto tenga más acogida.
- **Plaza:** El lugar que va estar ubicado es en la provincia de Tungurahua en el sector de Pillaro donde será comercializado
- **Promoción:** Se manejará promociones dentro de lo que son redes sociales las empresas tendrá una forma de ofrecer sus productos y servicios de modo más relajado y amable. Las redes sociales conectan con un mundo de potenciales de clientes. También se contará con un marketing directo al momento que un cliente obtenga un producto y ellos compartan información sobre nosotros obtendrán una mascar de forma gratuita.

Las estrategias de publicada que se utilizara para ofrecer serán las siguientes:

- Se realiza promociones de ofertas en redes sociales como: Facebook, Instagram aplicando el 50% de descuento en tipo de carteras estas pueden ser de cualquier tipo de material que el cliente desea incluyendo la temática que más sea de su agrado.
- Realizaremos volantes en puntos en el que se ofrecer un cupón de descuento para que puedan adquirí cualquier tipo de cartera.

- La oferta de cupos en fechas especiales como día de la madre, de la mujer entre otros.

Tabla 25 *Publicidad de redes sociales*

Objetivo: *Publicidad de redes sociales*

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Publicidad de redes sociales	Crear paginas directas en todas las redes sociales	Márketing digital	Facebook, Instagram	\$50	Área de marketing	Económico
Realización de volates	Entrega de volantes en puntos estratégicos	Marketing directo	Centros comerciales, superados	\$150	Área de publicidad y diseño	Económico
Cupones de descuento	Entrega y sorteo de cupones	Marketing directo	Centros comerciales, superados	\$200	Área de publicidad y diseño	Económico

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Canales de Distribución

El canal de distribución será de forma directa ya que no se contará con intermediarios para la comercialización del producto, por lo que la empresa tendrá un local presencial donde se realizará la venta directa hacia el consumidor.

Micro Pagos

El modelo digital de Micro Pagos tiene relación con el entorno de Internet es una forma de pago directo en este puede ser por medio de PayPal o Visa según el tipo de compra ya que la organización cuenta con una página web en la que las compras son directas, incluyendo que se pueden realizar compras mediante el teléfono móvil generando la factura correspondiente.

Paga lo que quieras

El modelo Paga lo que quieras bajo este modelo los clientes optan por pagar el precio sugerido por la empresa la organización establecerá valores accesibles dentro de un rango en el que es básicamente un caso de puro marketing.

Bundle

El modelo Bundle es la oferta de paquetes de productos estos pueden ser del mismo tipo o una combinación de productos en el cual por la compra de una máscara grande puede adquirir una pequeña con el mismo valor siendo para el consumidor una forma más accesible que si los compraran de una forma individual.

Estrategias de promoción

Se manejará promociones dentro de lo que son redes sociales las empresas tendrán una forma de ofrecer sus productos y servicios de modo más relajado y amable. Las redes sociales conectan con un mundo de potenciales de clientes.

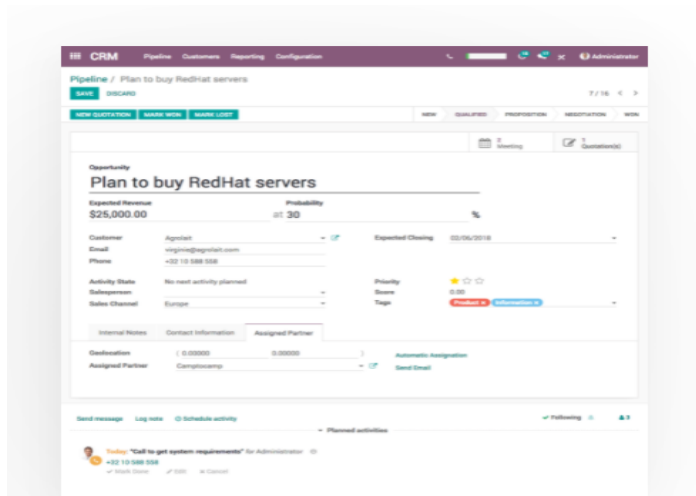
También se contará con un marketing directo al momento que una cliente obtenga un producto y ellos compartan información sobre nosotros obtendrán una mascar de forma gratuita.

1.7 Seguimiento de Clientes

El CRM ayuda a identificar los datos que se van a llevar a cabo dentro de la organización mirando los beneficios al momento de implementar

ODOO: Es un programa de actividades en función de sus guiones de ventas: llamadas, reuniones, envío de correos y presupuestos. Obtenido toda la información se necesita, directamente en la oportunidad: páginas web visitadas, correo recibido, etc.

Imagen 5



Fuente: *ODDO*

Elaborado: *La autora*

HUBSPOT: Es un programa en el que ayuda a tener estados de ventas actualizados como las ganancias y pérdidas también rastrea a los clientes de manera automáticamente y este puede ser por correo electrónicos o redes sociales

Imagen 6



BITIX 24 : Es un CRM gratuito donde abarca todas las necesidades cuenta con usuarios ilimitados es para ventas y mejorar el servicio al cliente

Imagen 7



Fuente: *Bitrix24*

Elaborado: *La autora*

Tabla 26 CRM

Objetivo: Identificar mediante programas CRM la satisfacción de los clientes

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Presupuesto	Tiempo	Responsable
Identificar los clientes potenciales	Mediante programas CRM	Invertir en un programa que abarque todos las necesidades de la organización	\$250	1 mes	Encargado de sistemas

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

1.8 Especificar mercados alternativos.

El producto innovador de carteras personalidades tiene un grupo de mercado si en este caso no tiene aceptación se le puede agregar al mercado turístico ya que en la provincia de Tungurahua hay muchos lugares turísticos en cual se puede ingresar de igual manera en centros comerciales.

CAPITULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

- Conocer los rasgos del producto ofrecido
- Conocer las técnicas que van hacer desarrollada en la organización
- Conocer la materia prima y control de calidad que van hacer utilizados

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Es un proceso donde se identifica el desarrollo de las actividades para conseguir buenos resultado, verificando que el equipo que se está utilizando ayude a tener una mejor en la productividad, equilibrando un orden determinado para reducir tiempos y problemas a futuro para la empresa.

El plan de negocio está encaminado a la producción de carteras étnicas personalizadas en la provincia de Tungurahua para la elaboración del producto con materia prima ecológica, para la comercialización será dar por medio de una página web en que el comprador puede elegir el tipo de material que desea incluyendo el diseño a la preferencia del comprador con un precio que ellos pueden verificar antes de la compra. Mediante el estudio ejecutada en la encuesta al grupo seleccionado se obtuvo que el 93.3% si estas dispuestos adquirí el producto.

Tabla 27 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Análisis del producto	Producto	Características
Características	<ul style="list-style-type: none">• Materia Prima• Diseños	<ul style="list-style-type: none">• Las elaboraciones de las carteras contarán con materia ecológico como: algodón, yute, bambú y adobe• Colorante vegetal, yeso, madera,

	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega 	<p>pedras, cartón, pegamento, hilo transparente, barniz o pintura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartón, plástico reusable, etiquetas con material reciclado.
--	---	---

Propiedades	Algodón	<ul style="list-style-type: none"> • SOSTENIBLE: Hebra derivada de un cultivo y de una cosecha 100% efectiva. • DISMINUCIÓN: Manifestación de gases de emanación invernadero por el mínimo uso de fertilizantes químicos. • REUTILIZABLE: Posee una gran resistencia y pueden ser reutilizada. • HIPOALERGÉNICOS: Mínimo peligro de señales de alergia ya que no se utilizará ningún químico.
	Yute	<ul style="list-style-type: none"> • SOSTENIBLE: 50% de hierba proveyendo nutrientes a la tierra al descomponerse. • materia prima reversibles y reciclables y locales • Baja en emisiones CO2 en la elaboración de la metería prima. • La entrega será por medio de un empaque de cartón con su respetivo logo

Logo **PILLEY**

Entrega

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

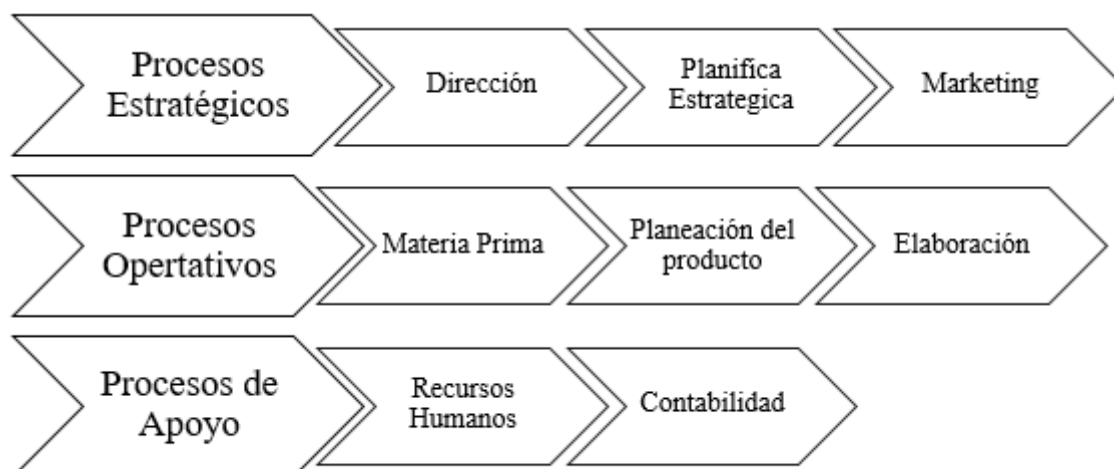
Comercialización

La comercialización se dará por medio de una página web en el que el comprador obtiene el producto de una manera más cómoda, de esta manera se elegirá el material que quiere para la creación de la cartera conteniendo el diseño de su preferencia con temática étnicas adicionalmente si el cliente desea diseñar su modelo lo puede enviar para recrearlo.

Mapa de Procesos

Es un mapa en el cual se halla todos los procesos que van hacer ejecutados con todos las actividades y recursos, dentro de la organización para identificar las entras y salidas de los procesos.

Gráfico 14 *Mapa de procesos*



Fuente: *Elaboración propia*

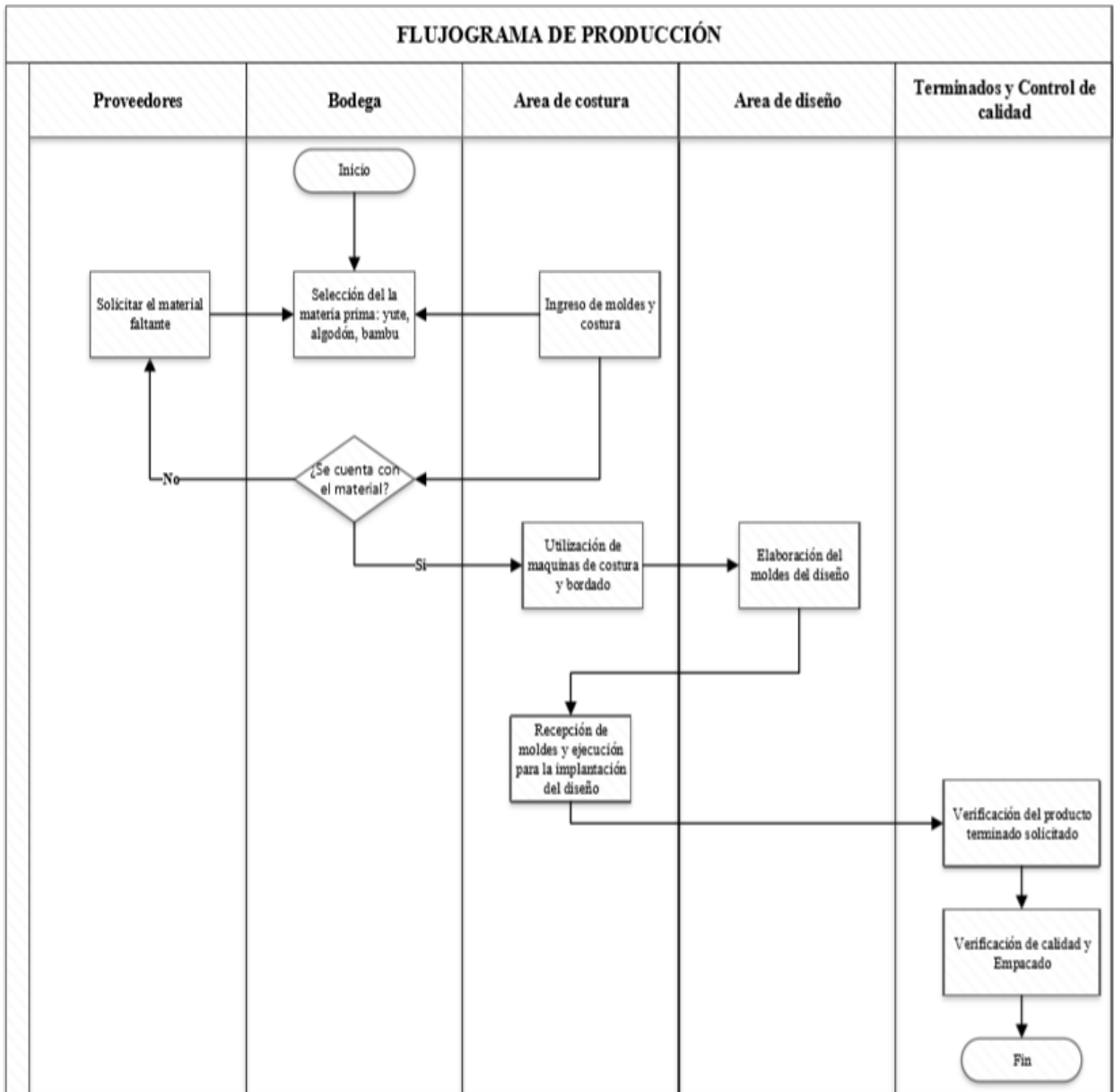
Elaborado: *La autora*

Flujograma

“Dentro de un proceso administrativos de una organización se utiliza los diagramas de flujo estos son una representación de forma gráficas a los procesos que se van a desarrollar, estos son representados por diferentes formas que contienen escritos de las etapas del proceso, están unidos entre sí de forma secuencial a los procesos planteados” (Arias, 2020).

Gráfico 15

Diagrama de flujo de Producción

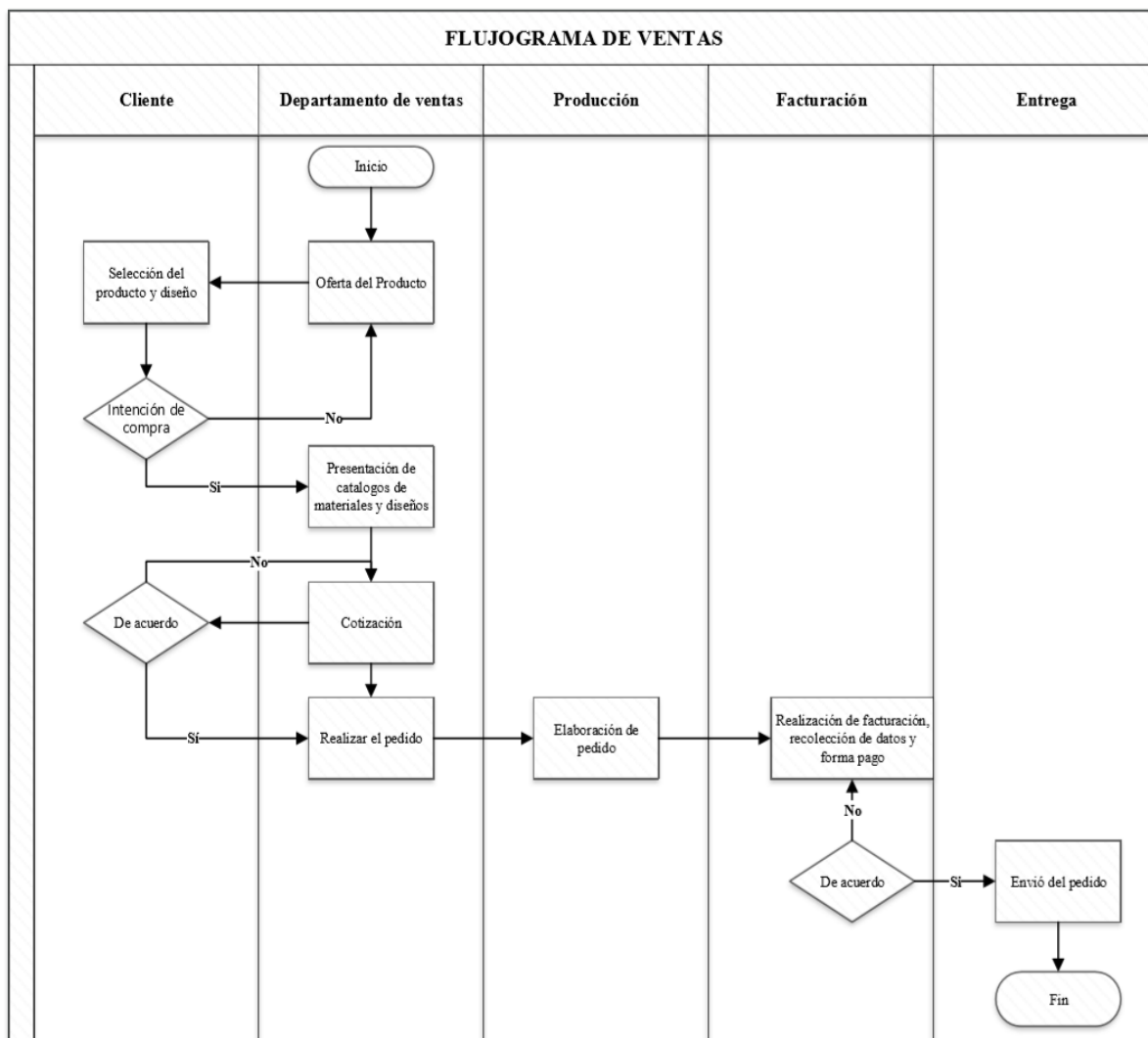


Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Gráfico 16

Diagrama de flujo de ventas



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

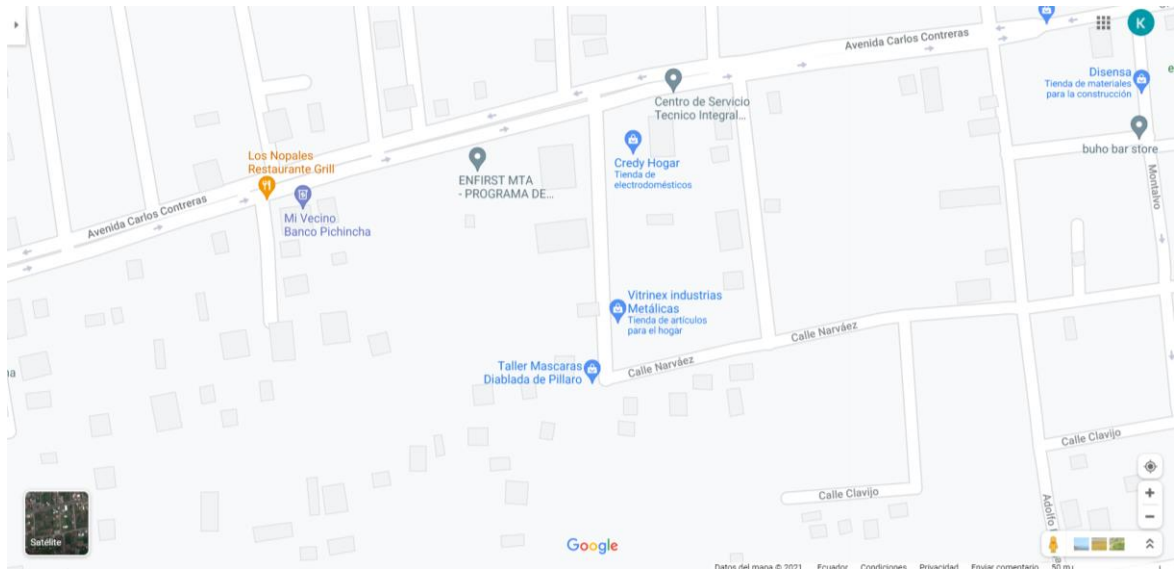
2.2.1 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Localización

La empresa estará ubicada en la provincia de Tungurahua en el sector de Pillaro donde se efectuar el proceso de elaboración en la calle Narváez y Calle Clavijo y la comercialización del producto se realizará por una con una página web donde el cliente tiene la facilidad de selección del producto.

Gráfico 17

Instalaciones

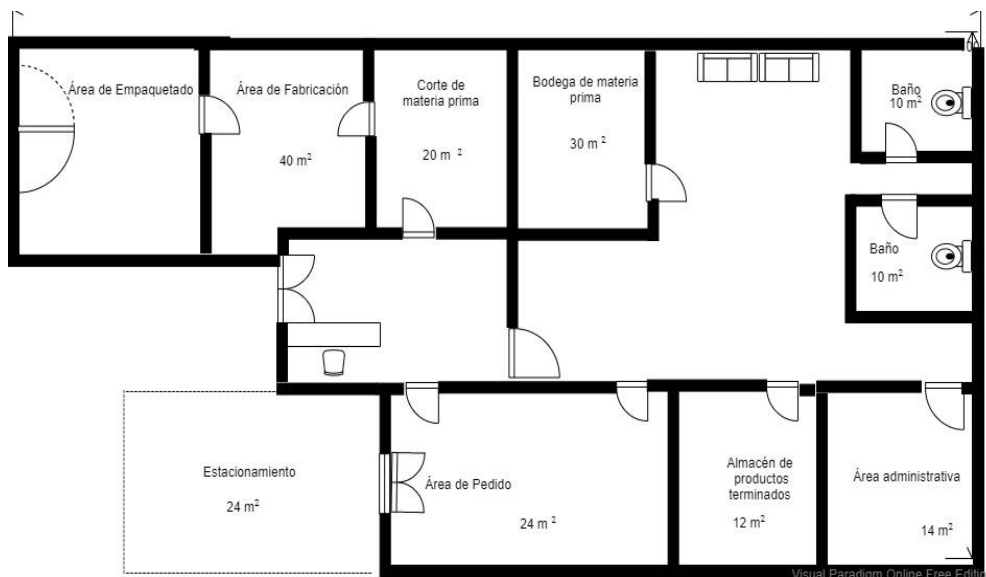


Fuente: Google Maps

Instalaciones

La elaboración del plano de la organización contará con 3 oficinas de 12m² que será de uso administrativo 1 oficina de 24m² para recepción de pedidos y entregas de forma presencial, se contará con 1 oficina para el área administrativa de 14 m² dentro del área de producción se contará con 1 bodega de almacenamiento materia prima de 30 m² y en área de fabricación corte y producto terminado será de 20 m² y un área de almacenamiento de productos terminados 12 m²

Gráfico 18 Instalaciones de producción



Fuente: *Elaboración propia*
 Elaborado: *La autora*

Tabla 28

Diagrama de recorrido

Elaboración de Carteras Personalizadas con temática de Diableada Pillareña							
Elaboración del Diagrama de recorrido			Resumen				
Empresa: PILLEY División: N/S			Acción	N	Tiempo	Tiempo	Discrepancia
Proceso: Producción Fecha: /06/06/2021			Operación ○	6	22 min	22 min	0
			Inspección □	0	0 min	0 min	0
			Espera D	2	6 min	6 min	0
			Transporte ⇨	1	2 min	2 min	0
			Almacenamiento ▽	0	60 min	60 min	0
			Observaciones:				
PROCESOS	TIEMPO minutos	Acción					OBSERVACIONES
		○	□	D	⇨	▽	
Elección de material prima	10	●					El comprador elige su pedido.
Boceto de los modelos	1	●					Presentación de los modelos.
Revisión	5	●					Se confirma la materia prima
Producción del diseño	3	●					Producción del diseño
Piezas de moldes en la materia primas	2	●					Corte de los trazos
Costura de las piezas	1	●					Unión de las piezas
Implantación de los Barbados	1			●			Detalles de la cartera
Comprobación de acabados	60					●	Se verifica la cartera finalizada
Comprobación de calidad	5			●			Final del proceso de producción
Cancelación del producto	2				●		Se le indica la forma de pago y la entrega
TOTAL	90	6	0	2	1	0	

Fuente: *Elaboración propia*
 Elaborado: *La autora*

Tabla 29 *Tiempo del trabajo realizado*

Tiempo(Minutos)	90,00
8 horas y 60 minutos	480,00
Fabricación de carteras	5,33
Tiempo en días (5 días)	26,67
Semanalmente	106,67
Anual	1280

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 30 *Tamaño del proyecto*

Ajustado al 85% de eficiencia	1088,49
--------------------------------------	---------

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 31 *Descripción de equipos*

Descripción de equipos y material

ACTIVIDAD (ETAPA DE FABRICACIÓN)	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS (VER FICHA TÉCNICA)
Realización de puntadas	Máquinas de coser	Costura de los modelos mediante el material seleccionado.
Confección de diseño	Ordenadores	Caracterización del diseño requerido en forma y tamaño
Encajes y terminados	Máquina de bordados	Encajes y rematados de puntadas

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

2.2.1.1 Tecnología a aplicar

La tecnología que va hacer utilizada es una máquina de coser y una de bordados las

dos maquina serán modernas facilitando el proceso de producción contemplando que los tiempos serán más rápidos y efectivos, contando con una reducción de tiempos y mejorando la calidad de la producción.

2.2.2 Factores que afectan las operaciones

Centralmente los factores que pueden afectar en el desarrollo de las operaciones y el progreso de la organización como

Elemento Económico:

Hace referencia a los conflictos asociados al ámbito económica, estos pueden ser internos o externos. Haciendo referencia al lugar interno hablamos de pérdidas que se da en la organización por la toma de decisiones erróneas de forma interna. En segundo lugar, es el ámbito externo es el riesgo económico de cómo se encuentre el país ya que afecta en la forma monetarios de las organizacion.

Elemento Social

Este factor es importante ya que tiene gran influencia sobre el entorno de la empresa afectando de manera directa a su estabilidad, dentro de este factor encontramos aspectos como el sector, la capacidad de las personas de receptor información, así como del impacto que causa determinado producto o servicio (Acosta, 2019).

2.2.3 Capacidad de Producción Futura.

Tabla 32 *Capacidad de Producción Futura.*

Detalle	Diario	Mensual
Nº de carteras	5	100
Nº de horas	8horas	160h
PVP	22.50	22.50
Valor total	112.5	2.250
Valor anual		27.000

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

La capacidad futura del producción , se determina que se realizara 5 carteras por día dentro de las 8 horas laborables diarias , a la semana se estima 25 cartera dentro de las 40 horas laboradas; para la proyectan de la capacidad se utilizara la tasa de crecimiento poblacional de la zona de Tungurahua que es del 1.5% para 5 años.

Al año el número de servicio sería de 21.000 este valor es utilizado para proyectar los próximos 5 años.

Tabla 33 Producción Futura

Detalle	TCP	2021	2022	2023	2024	2025
27.000	1.5%	27.405	27.816	28.233	28.656.5	290.863,5

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

2.3 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.3.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Tabla 34 Recursos Necesarios para la Producción

MATERIA PRIMA	SUSTITUTO	GRADO DE SUSTITUCIÓN	DE PROVEEDORES
Máquina de Coser	Ajuga e Hilo	Baja	Maquitex
Computadoras	Proceso Manual	Media	Novicompu
Máquina de Bordados	Maquina Manual	Baja	Importadora Universal

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

2.4 Calidad

2.4.1 Método de Control de Calidad.

El control de calidad es una forma de verificar el estándar de un producto o servicio durante su proceso de elaboración y sirve para reducir la probabilidad de insertar productos con fallas en el mercado se utilizar el Check List y diagrama de Pareto para evaluar los procedimientos (Nirian, 2020).

Tabla 35 *Check List*

Fecha Actual :		
Inspector Encargado : Persona encardada		
TÉCNICA	EFICIENCIA (SI/NO)	NOTA
¿Cuenta con un desarrolla eficiente en los procedimientos?		
La materia prima cuenta con informes de pedidos y facturas.		
Los equipos de producción se encuentran en estado oprimo para las actividades.		
MATERIA PRIMA	EFICIENCIA (SI/NO)	NOTA
La utilización de la materia prima es adecuada		
Las área de trabajo están limpias		
La maquinaria se utiliza de forma eficiente		
Existe una revisión de la maquinaria antes de ser utilizadas		
Fuente: <i>Elaboración propia</i>		
Elaborado: <i>La autora</i>		

Para la medida de control de calidad se utilizará una encuesta de satisfacción.

La encuesta de satisfacción nos permitirá evaluar la satisfacción de los clientes y cuál es el nivel de fidelidad que tienen hacia una marca o producto.

Imagen 8

Software para Control de Calidad



Nota: Imagen tomada de EVVA

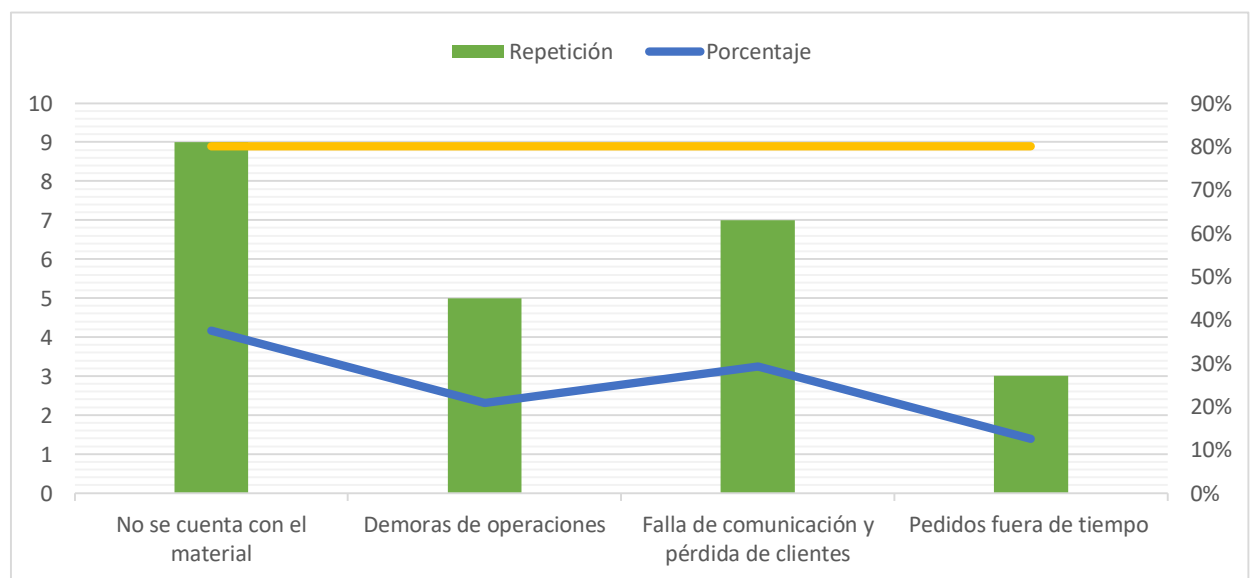
Tabla 36 Diagrama de Pareto

FALLAS	REPETICIÓN	PORCENTAJES
No se cuenta con el material	9	38%
Demoras de operaciones	5	21%
Falla de comunicación y pérdida de clientes	7	29%
Pedidos fuera de tiempo	3	13%
Total	24	100%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: La autora

Grafico 19



Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

2.5 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.5.1 Procedimientos de Salud y Seguridad laboral

Dentro de los procedimientos de salud y seguridad que se constituirán:

- Acudir a las capacitaciones sobre cómo reaccionar frente a una catástrofe y como se prevenir cualquier riesgo.
- Tener un uso educado frente a la protección personal que la empresa proporciona para el cuidado integral.
- Comunicar a los empleados de los peligros que se pueden efectuar en el trabajo.
- Contar con las medidas oportunas y adecuadas para cualquier tipo de emergencia que se de en el ámbito laboral
- Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa no introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias y colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento (Céspedes, 2013).

CAPITULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Establecer la estructura organizacional de la empresa PILEYY a través de los indicadores de gestión para el desarrollo correcto del plan de negocio.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser una empresa competitiva innovadora siendo los pioneros dentro de la Provincia de Tungurahua en la elaboración de carteras étnicas, contando con un personal capacitado y comprometido.

3.2.2 Misión de la Empresa

Ser una empresa líder dentro de 5 años en la elaboración y comercialización de carteras étnicas artesanales siendo reconocidos por la calidad y precios accesibles, tomando en cuenta características y gusto del cliente.

Tabla 37 FODA

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Contar con un equipo capacitado en todas las áreas para la creación de diseño de carteras con la temática étnica de diableada pillareña.• Poseer tecnología moderna para la realización de la comercialización• Capacitaciones en el área de producción.	<ul style="list-style-type: none">• Personal con varias funcionalidades en el área de producción• Producción con retraso por no contar con materia prima suficiente.• Equipos con fallas.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de equipos de última generación. • Distintos tipos de materia prima • Accesibilidad para ingresar al mercado. • Bajo nivel de competitividad dentro del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos en la materia prima • Factor Economía inestable. • Inclinación de los consumidores • Posicionamiento de nuevas marcas

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 38 *Matriz EFI*

Fortalezas	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Contar con un equipo capacitado en todas las áreas para la creación de diseño de carteras con la temática étnica de diableada.	0.15%	3	0.45
Poseer tecnología moderna para la realización de la comercialización.	0.20%	2	0.40
Capacitaciones en el área de producción	0.20%	3	0.60
Debilidades			
Personal con varias funcionalidades en el área de producción.	0.15%	2	0.30
Producción con retraso por no contar con materia prima suficiente	0.15%	1	0.15
Equipos con fallas	0.15%	2	0.30

TOTAL	100%	2,20
--------------	-------------	-------------

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Análisis: La empresa PILLEY cuenta con un buen avance en las fortalezas determinadas tenido como un resultado positivo, dentro de las debilidades se cuenta con un porcentaje alto en la debilidad de personal con varias funcionalidades en el área de producción afecta de forma directa a la organización.

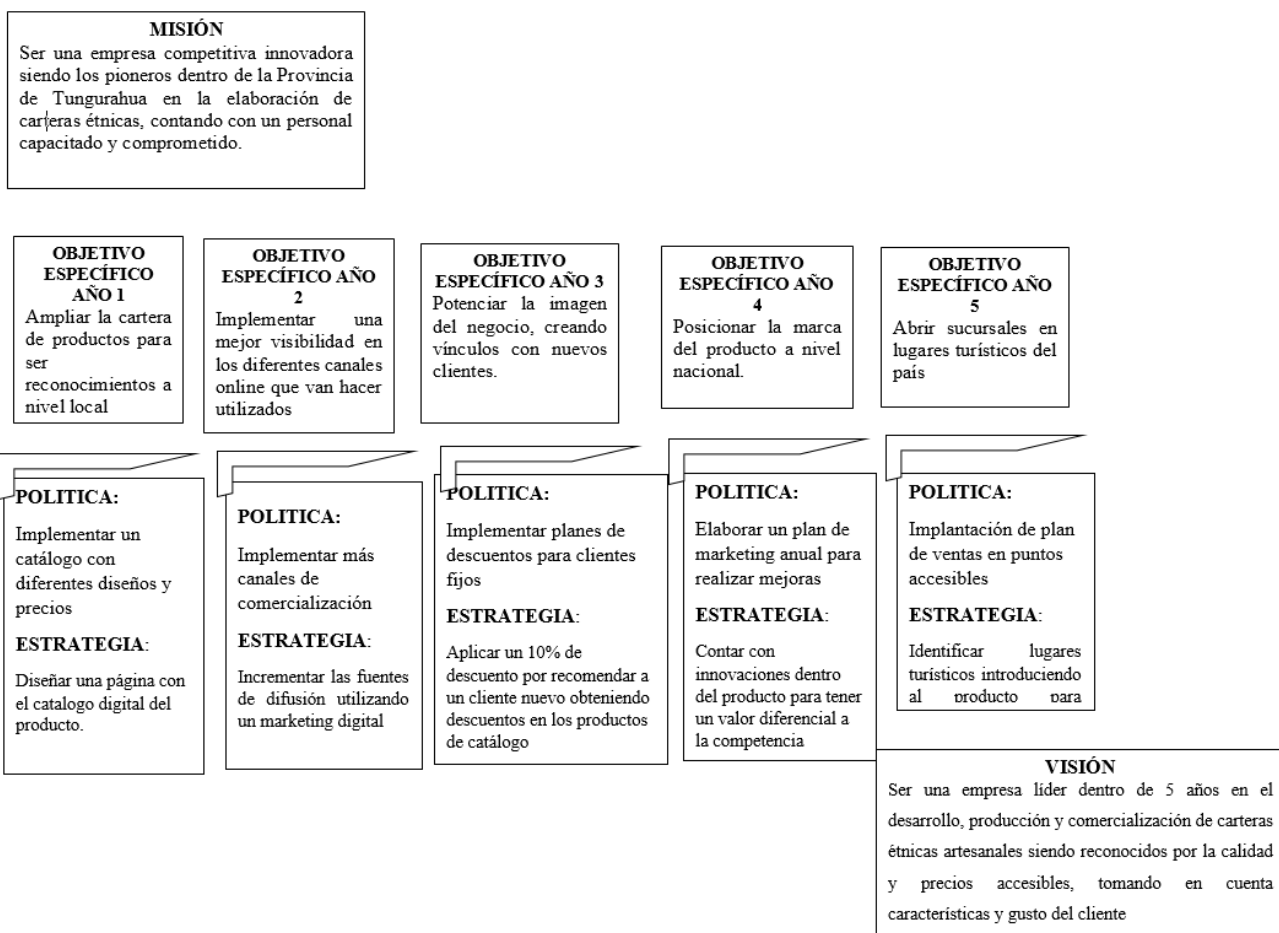
Tabla 39 *Matriz EFE*

Oportunidades	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Capacitaciones en el área de producción.	0.20%	4	0.80
Distintos tipos de materia prima.	0.10%	3	0.30
Accesibilidad para ingresar al mercado.	0.10%	3	0.30
Bajo nivel de competitividad dentro del mercado.	0.10%	3	0.30
Amenazas			
Precios altos en la materia prima.	0.10%	3	0.30
Factor económico inestable.	0.20%	3	0.60
Inclinaciones de los consumidores.	0.10%	3	0.30
Posicionamiento de nuevas marcas	0.10%	2	0.20
TOTAL	100%		2.80

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

Análisis: La empresa PILLEY dentro de sus con oportunidades ayudara al crecimiento de la organización a corto y largo plazo, una de las amenazas tiene como enfoque económico inestables por la situación de pandemia que afectado a la comercialización y producción positiva.

Los objetivos estratégicos y estrategias



Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

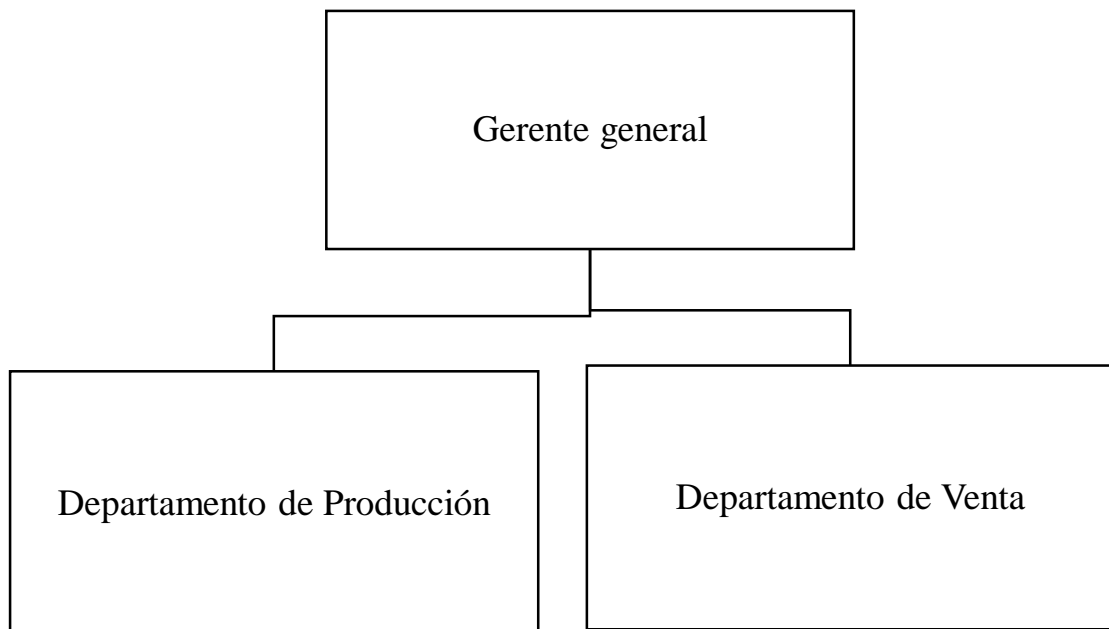
3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

Es importante considerar que cada área o departamento desarrolla funciones específicas. Puesto que cada una cuenta con un conjunto de trabajadores que realizan actividades que son similares y responden a necesidades concretas dentro de la organización **Fuente especificada no válida..**

EMPRESA “XYZ” Organigrama Estructural

Gráfico 20 *Organigrama Estructural*

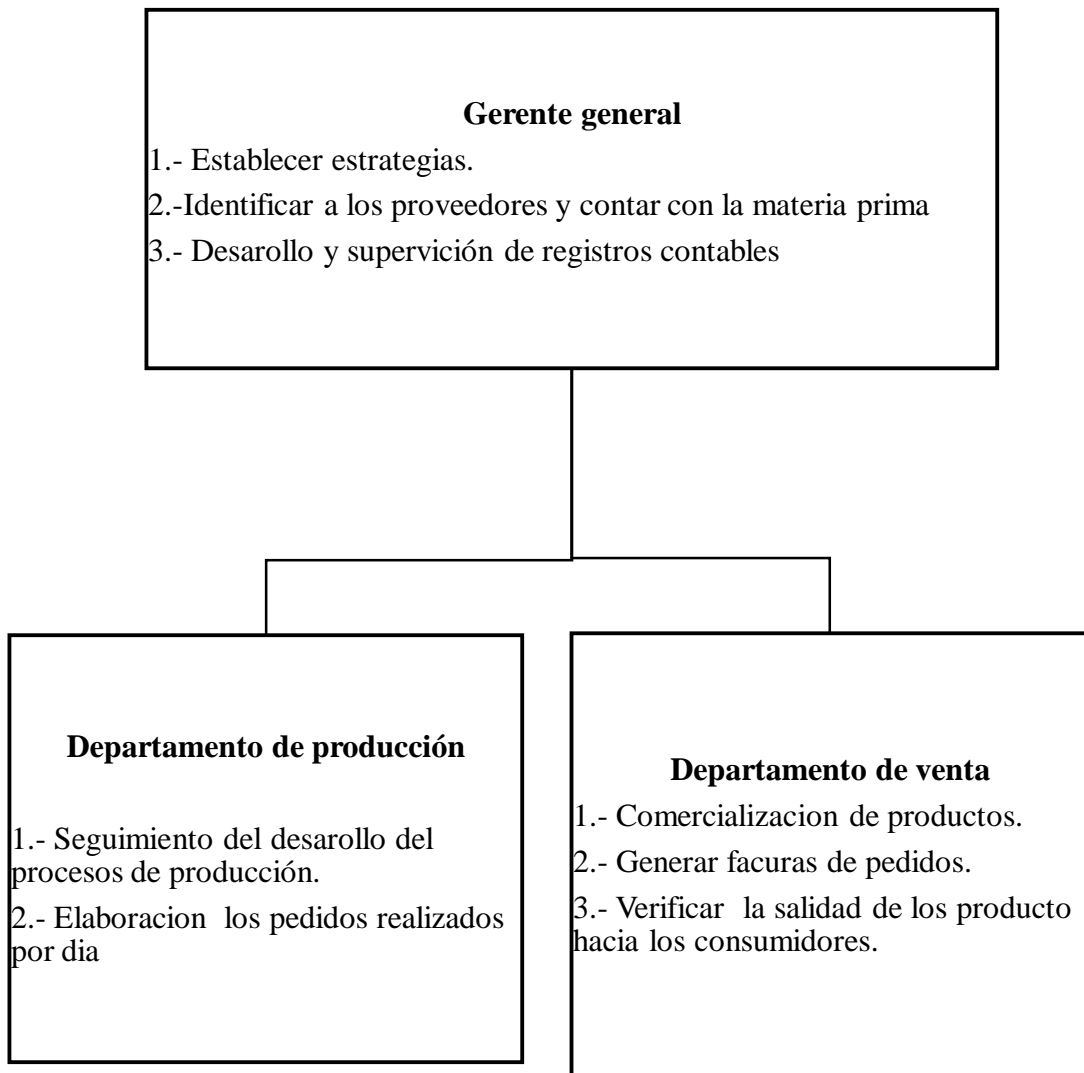


Fuente: *Elaboración propia*

Gráfico 21 *Organigrama Estructural*

EMPRESA “XYZ”
Organigrama Funcional

Gráficos 22 *Organigrama Estructural*



Fuente: *Elaboración propia*

3.3.2 Descripción de puestos.

Tabla 40 Descripción del Puesto Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Gerente
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Departamentos

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Concretar las estrategias de la organización para el cumplimiento de forma precisa.
Planear y coordinar con el área producción.
Negociar con proveedores nuevos.
Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de la empresa.
Brindar soporte y apoyo a las funciones del área administrativa y financiera.

III FUNCIONES

Negociar con proveedores.
Planificar y analizar estrategias a corto y largo plazo.
Autorización de pagos.
Control de los diferentes departamentos.
Seguimiento del desempeño de los colaboradores.
Contrato de personal.
Redactar documentos comentables y sistema.
Ejecutar declaraciones.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Licenciado en Administración de empresas
Experiencia	1 a 2 años de experiencia en el área solicitada
Habilidades	Honestidad/Trabajo en equipo/ Liderazgo .
Formación	Licenciado en Administración de Empresas

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 41 *Puesto de operador*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Producción
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisa a	Operario

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Confirmar los procesos de producción y control de calidad.

Realización productos con eficacia.

Reducción de tiempos de demora en producción

III FUNCIONES

Proponer cambios para los procesos productivos.

Preparar informes mensuales de la producción.

Revisar las máquinas para evitar retrasos en la producción.

Utilizar correctamente las herramientas.

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Licenciado en diseño de artesanías
Experiencia	1 a 2 años de experiencia cargos artesanales
Habilidades	Motivador/Trabajo en equipo/ Innovador.
Formación	Elaboración de carteras y bordados

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisa a	-

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Aconsejar al cliente para la comercialización del producto terminado.

Venta del producto.

III FUNCIONES

Asesoría al cliente

Plantear estrategias de ventas

Ofrecer información del producto

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional	Licenciado en Marketing y Comercio
Experiencia	1 a 2 años de experiencia en ventas
Habilidades	Trabajo bajo presión, buena comunicación.
Formación	Venta de productos.

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son parámetros cuantitativos que miden el comportamiento, el proceso y el desempeño de una organización. Gracias a los indicadores de gestión es posible interpretar lo que está sucediendo, conocer la magnitud de desviación de una meta y a partir de ello poder tomar medidas correctivas o en su caso preventivas **Fuente especificada no válida..**

Tabla 42 *Indicadores de gestión*

AREAS	NOMBRE DE LOS INDICADORES	FÓRMULA DE INDICADORE	FRECUEN CIA	META 2021
GERENCIA	Desarrollo de las actividades	Número de Actividades Ejecución/número de actividades Planificadas	Mensual	95%
	Evaluación	Programas utilizados/*100	Mensual	90%

	programas	Programas		
ADMINISTRACIÓN Y FINANCIERO	Eficiencia en mano de obra	Unidades producidas en hora hombre/ Unidades programadas de producción en hora hombre	Mensual	95%
	Balances Financieros	Nivel de crecimiento mensual/ Nivel del crecimiento programado	Anual	95%
	Periodo de Recuperación de la inversión	Inversión inicial/ Flujo de efectivo por período	Anual	80%
PRODUCCIÓN	Numero producción	Número de unidades producidas/ Número de unidades programas	Mensual	90%
	Período de producción	Costos de ventas/Producto almacenado	Mensual	95%
	Incidentes de salud y seguridad	Cifra de accidentes / Año	Anual	0
VENTAS	Desempeño de ventas	(Ventas reales/ Ventas Planificadas) * 100	Mensual	90%
	Incremento Clientes	Clientes nuevos/ Clientes habituales	Mensual	90%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

3.5 Necesidades De Personal

Especificar el personal necesario hasta el horizonte de duración del negocio planteado (5 o más años), incluir el cuadro de necesidades de personal.

Tabla 43 *Necesidades De Personal*

PERSONAL	2021	2022	2024	2025	Tipos de contrato	Horas de Trabajo
Gerente	1	1	1	1	Contrato permanente	8 horas
Administrador	1	1	1	1	Contrato permanente	8 horas
Contador	0	1	1	1	Contrato permanente	8 horas
Operario	1	2	2	3	Contrato permanente	8 horas
Vendedor	1	1	2	2	Contrato permanente	8 horas

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

CAPITULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Especificar las medidas jurídicas y legal con los cuales van hacer formada la empresa PILLEY para el funcionamiento correcto en la Provincia de Tungurahua.

4.2 Determinación de la forma jurídica

“PILLEY estará constituida como una empresa de Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), regidas por los lineamientos que rigen a este tipo de actividades por leyes ecuatorianas, tomando la ley del registro oficial órgano de la republica de ecuador Suplemento-Registro oficial N° 151 del viernes 28 de febrero de 2020 pg:14, es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre mercantil independiente de las actividades a desempeñar en la provincia de Tungurahua en el sector de Píllaro, la sociedad por acciones simplificadas se constituirá por una o varias personas naturales o jurídicas sólo serán responsables limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes, los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales. tributarias en que incurra la sociedad. El personal Jurídico una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas” (Asamble Nacional, 2020).

“Documentos constitutivos

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato o acto unilateral
2. Nombre, nacionalidad, acreditación de identidad, correo electrónico y domicilio de los accionistas”.
3. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplifica cada” o de las letras S.A.S.
4. El domicilio principal de la sociedad, el plazo de duración, si éste no fuere indefinido.

6. Una enunciación clara y completa de las actividades previstas en su objeto social,
7. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre completo y nacionalidad de los suscriptores del capital (Asamblea Nacional, 2020)
8. La indicación, de acuerdo con la libre estipulación de las partes conforme a la Ley, de lo que cada accionista suscribe y pagará en dinero o en otros bienes muebles, inmuebles o intangibles y, en estos últimos casos, el valor atribuido a éstos” (Asamblea Nacional, 2020).

4.3 Registros de marcas

El trámite de Registro de Marcas de Productos y Servicios está disponible para personas naturales y jurídicas dentro de un registro de la marca siendo representada de forma gráfica (Servicio Nacional de Derecho Intelectual (SENADI), 2020).

“Requisitos:

Solicitud de Registro de Signos Distintivos

Comprobante de pago de tasa

Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)” (Servicio Nacional de Derecho Intelectual (SENADI), 2020).

Fuente:<https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>

Elaborado por: *Autor*

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

4.4.1 RUC: Inscripción en el registro en el Registro Único del Contribuyente (RUC) (Servicio de Rentas Internas (SRI), 2020).

“Requisitos:

Cédula de identidad

Certificado de votación

Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Calificación artesanal emitida por el organismo competente (RUC)” (Servicio de

Rentas Internas (SRI), 2020).

Fuente: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Elaborado por: *Autor*

4.4.2 PATENTE: RAET (Municipio de Quito, 2020)

“Requisitos para personas naturales

Copia del RUC

Copia de Cédula y Papeleta de Votación

Formulario de inscripción en el RAET

Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos

Copia de una planilla de Servicios Básicos (Patente)” (Municipio de Quito, 2020).

Fuente: <https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>

Elaborado por: *Autor*

4.4.3 LUAE:

Documento para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito (LUAE) (**Gobierno Autónomo Descentralizado Metropolitano de Quito(GADDMQ), 2020**).

Requisitos: Emisión, Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro del impuesto de Patente, Emisión: Procedimiento Ordinario y Especial, (Validación de Pre existencia - ICUS Prohibido - Permitido), formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE), cédula original del titular o Representante legal, RUC original (Gobierno Autónomo Descentralizado Metropolitano de Quito(GADDMQ), 2020).

RENOVACIÓN

Previo a la obtención de la LUAE no deben presentar ningún requisito

Nota. - Las actividades económicas existentes, previo a la solicitud de renovación o emisión de la LUAE, deben cumplir con el pago del Impuesto de Patente y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior (LUAE) (Gobierno Autónomo Descentralizado Metropolitano de Quito(GADDMQ), 2020).

Fuente: <https://www.gob.ec/gadmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio->

Elaborado por: *Autor*

4.4.4 EMISION DE INFORME DE USO DE SUELO

Formulario, copia de cedula y de votación del solicitante, IRM (Informe de Regulación Metropolitana) y Pago de Impuesto Predial (Distrito Metropolitano de Quito(ICUS), 2020).

4.4.5 CUERPO DE BOMBEROS

“Requisitos: Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos, informe técnico de inspección favorable, copia del certificado de uso de suelo, copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación, copia de RUC o RISE (Gobierno Autónomo Descentralizado)” (**Cuerpo de Bomberos, 2020**)

Fuente: <https://www.gob.ec/index.php/gadgae/tramites/permiso-funcionamiento-cuerpo-bomberos-gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-general-antonio-elizalde-bucay>

Elaborado por: *Autor*

CAPITULO IV

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Calcular los análisis financieros que ayudara a la identificación de la rentabilidad y viabilidad en el plan de negocio de la empresa PILLEY para su funcionamiento.

5.2 Plan de inversiones

El Plan de inversiones es un estudio que permite tener resultado para las posibles inversiones que se van a realizar con el objetivo de identificar si es beneficioso o no el proyecto, teniendo una rentabilidad esperada (Díaz, 2021).

Tabla 44 *Plan de inversiones*

PLAN DE INVERSIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Local			
Instalaciones y remodelaciones	1	\$500,00	\$500,00
Total			<u>\$500,00</u>
Muebles y enseres			
Mesa de corte y confección	3	\$105,00	\$315,00
Silla de oficinas	3	\$44,00	\$132,00
Escritorios	3	\$129,00	\$387,00
Archivadores	4	\$89,00	\$356,00
Estantería(materia prima)	4	\$45,00	\$180,00
Cajoneras 3 Niveles	3	\$27,00	\$81,00
Total			<u>\$1.451,00</u>
Maquinaria y equipo			
Máquinas de Coser(Maquitex)	2	\$220,00	\$440,00
Máquina de Bordo (Importador Universal)	1	\$500,00	\$500,00
Instrumentos de costura		\$82,00	\$82,00
Instrumentos de bordado		\$82,00	\$82,00
Instrumentos de pintura	10	\$2,50	\$25,00
Total			<u>\$1.129,00</u>
Equipos de computación			
Laptop HP	2	\$450,00	\$900,00

Computadora de escritorio	1	\$350,00	\$350,00
Impresora	1	\$269,00	\$269,00
Total			<u>\$1.519,00</u>
Equipos de oficina			
Teléfono de escritorio	4	\$19,00	\$76,00
Total			<u>\$76,00</u>
Gastos de Constitución			
Registro de marca	1	\$200,00	\$200,00
Patente Municipal	1	\$20,00	\$20,00
Constitución S.A.S	1	\$500,00	\$500,00
Total			<u>\$720,00</u>
Inventario x 3 meses			\$2000
Total			<u>\$2000</u>
Capital de trabajo (3 meses)			<u>\$13.453,07</u>
Total			
<u>TOTAL PLAN DE INVERSION</u>		<u>\$12.000,00</u>	

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Para el inicio de PILLEY estima una inversión de \$21.149,77 para el desarrollo de las operaciones y cubrir las necesidades necesarias.

Tabla 45 *Capital de trabajo*

Descripción	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Capital de trabajo		
Costos de producto	<u>\$2.493,07</u>	\$9.972,27
Materia prima	\$898,00	\$3.592,00
Sueldo MOD	\$891,07	\$3.564,27
Materiales indirectos	\$24,00	\$96,00
Servios Básicos	\$80,00	\$320,00
Alquiler	\$600,00	\$2.400,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	<u>\$556,92</u>	\$2.227,67
Sueldos Administración	\$556,92	\$2.227,67
GASTOS DE VENTAS	<u>\$60,00</u>	\$240,00
<u>TOTAL INVERSION INICIAL</u>	<u>\$3.109,98</u>	<u>\$12.439,93</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Dentro del plan de inversión se encuentra el Capital de Trabajo siendo una soporte económico dentro de la empresa donde se cuenta costos y gastos para el buen funcionamiento operario.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

La mano de obra es un componente importante del mercado laboral, son aquellos que trabajan en el proceso de producción del producto obteniendo un salario con todas las remuneraciones de ley (Quiroa, 2019).

Tabla 46 *Calculo de mano de obra*

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	Sueldo
1	A	Gerente	PQ11	\$ 500,00
2	C	Operario	PQ12	\$ 400,00
3	E	Vendedor	PQ133	\$ 400,00
TOTAL				\$ 1.300,00

Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos	Total	Valor a pagar
			9,45%		
–	\$ 500,00	–	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
–	\$ 400,00	–	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
	\$ 400,00		\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20
	\$ 1.300,00		\$ 122,85	\$ 122,85	\$ 1.177,15

Provisiones Patronal 11,15	XIII /12	XIV salario mínimo/12	Fondo de Reserva	Vacac	Total Provisión	Costo mano de obra
\$55,75	\$41,67	\$41,67	\$41,67	\$20,83	\$201,58	\$654,33

\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$161,27	\$523,47
\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$161,27	\$523,47
\$144,95	\$108,33	\$108,33	\$108,33	\$54,17	\$524,12	\$1.701,27
TOTAL COSTO MANO DE OBRA						\$3.402,53

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Mediante la tabla realizada que corresponde al cálculo de la mano de obra se cuenta con 3 personas que se dedican a la elaboración del producto y al direccionamiento de la empresa PILLEY, contando con 2 operarios con las funciones de elaboración de las carteras etiquetado del producto y el gerente que será el supervisor y administrador de los procesos que se están desarrollando.

5.3.2 Depreciación

La depreciación es se dirige contablemente a los activos fijos es aquella que, mediante un periodo de tiempo, durante la vida útil de estos elementos tanto en valor monetario hasta la culminación de su funcionamiento

Tabla 47 *Calculo de las depreciaciones*

DEPRECIACIÓN				
Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Instalaciones	10 años	\$600,00	10%	\$60,00
Muebles y enseres	11 años	\$1.624,00	10%	\$162,40
Maquinaria y equipos	10 años	\$1.154,00	10%	\$115,40
Equipos de computación	3 años	\$1.519,00	33,30%	\$505,83
Equipo de oficina	10 años	\$76,00	10%	\$7,60
TOTAL		\$4.973,00		\$851,23

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.3.3 Proyección de la depreciación

Dados los cálculos de las depreciaciones, se realiza la proyección ajustando los valores en el tiempo de su vida útil se cuenta con el mismo valor, excepto los equipos de computación que cuenta con una depreciación de 3 años.

Tabla 48 *Proyección de la depreciación*

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Instalaciones	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Muebles y enseres	\$145,10	\$145,10	\$145,10	\$145,10	\$145,10
Maquinaria y equipos	\$112,90	\$112,90	\$112,90	\$112,90	\$112,90
Equipos de computación	\$505,83	\$505,83	\$505,83	\$505,83	\$505,83
Equipo de oficina	\$7,60	\$7,60	\$7,60	\$7,60	\$7,60
<u>TOTAL</u>	<u>\$831,43</u>	<u>\$831,43</u>	<u>\$831,43</u>	<u>\$831,43</u>	<u>\$831,43</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.3.4 Detalle de Costos

Para este tema, se detallará cada valor de costo que se relación de forma directa con la elaboración del producto y comercialización, está incluido materia prima e indirecta, mano de obra directa e indirecta servicios básicos y depreciación.

Tabla 49 *Detalle de costos – Producción*

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costo por cartera	Costos anual
Materia prima						
Yeso	Unidad	15	\$6,00	\$120,00	\$2,40	\$1.440,00
Yute (1m)	Metros	5	\$2,75	\$55,00	\$1,10	\$660,00
Cuerina (2m)	Metros	6	\$5,50	\$110,00	\$2,20	\$1.320,00

Tela (1m)	Metros	5	\$2,50	\$50,00	\$1,00	\$600,00
Cadena de bolsos	Rollo	1	\$1,95	\$39,00	\$0,78	\$468,00
Alambre	Carrete	1	\$3,50	\$70,00	\$1,40	\$840,00
Hilo	Unidad	3	\$5,00	\$100,00	\$2,00	\$1.200,00
Aguja	Unidad	5	\$1,25	\$25,00	\$0,50	\$300,00
Tijeras	Unidad	4	\$10,00	\$200,00	\$4,00	\$2.400,00
Reglas	Unidad	4	\$3,50	\$70,00	\$1,40	\$840,00
Cierres	Unidades	30	\$0,15	\$3,00	\$0,06	\$36,00
Evillas pequeñas	Unidades	30	\$0,15	\$3,00	\$0,06	\$36,00
Botones	Unidad	30	\$0,15	\$3,00	\$0,06	\$36,00
Pintura acrílicas	Unidad	10	\$2,50	\$50,00	\$1,00	\$600,00
<u>TOTAL</u>	=	=	<u>\$44,90</u>	<u>\$898,00</u>	<u>\$15,0</u>	<u>\$10.776,00</u>
Materia Indirecta						
Fundas de bolsas de papel Kraft	Unidad	30	2	\$24,00	\$0,04	\$48,00
<u>TOTAL</u>	-	<u>30</u>	<u>2</u>	<u>\$24,00</u>	<u>\$0,04</u>	<u>\$48,00</u>
Mano de Obra Directa						
Operario1	Unidad	1	\$523,47	\$523,47	\$1,74	\$6.734,16
Operario2	Unidad	1	\$523,47	\$523,47	\$1,74	\$6.281,60
<u>TOTAL</u>	-	<u>1</u>	<u>\$1.046,93</u>	<u>\$1.046,93</u>	<u>\$3,49</u>	<u>\$13.015,76</u>
Mano de Obra Indirecta						
Gerente	Unidad	1	\$654,33	\$654,33		\$7.852,00
<u>TOTAL</u>	-	<u>1</u>	<u>\$654,33</u>	<u>\$654,33</u>	-	<u>\$7.852,00</u>
Arriendo						
Arriendo	Unidad	1	\$600,00	\$600,00		\$7.200,00
<u>TOTAL</u>			<u>\$600,00</u>	<u>\$600,00</u>		<u>\$7.200,00</u>
Servicios básicos de producción						
Agua	M3	1	\$25,00	\$25,00	\$0,04	\$300,00
Energía Eléctrica	Kw/h	1	\$25,00	\$25,00	\$0,04	\$300,00
Servicio Telefónico/Internet	Minutos/Mybite	1	\$30,00	\$30,00	\$0,05	\$360,00
<u>TOTAL</u>	-	<u>3</u>	<u>\$80,00</u>	<u>\$80,00</u>	<u>\$0,13</u>	<u>\$960,00</u>
Depreciación de Producción						
Maquinaria y equipos		1	\$1.129,00	\$1.129,00	\$3,76	\$112,90
<u>TOTAL</u>	-	<u>1</u>	<u>\$1.129,00</u>	<u>\$1.129,00</u>	<u>\$1,88</u>	<u>\$112,90</u>
<u>TOTAL</u>	=	=	=	=	=	<u>\$24.912,66</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.3.5 Proyección de Costos

Ya realizada la tabla de detalles de costos se procede a la proyección de los 5 años tomando como referencia la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años que es del 0.90%

Tabla 50 *Proyección de costos*

Descripción	Costo		Costos		Total año 1
	mensual	Fijos	Variables		
Materia Prima Directa	\$898,00		\$10.776,00		\$10.776,00
Materia Indirecta	\$24,00		\$48,00		\$48,00
Mano de Obra	\$1.046,93	\$13.015,76			\$13.015,76
Mano de Obra Indirecta	\$654,33		\$7.852,00		\$7.852,00
Servicio Básicos	\$80,00	\$960,00			\$960,00
Arriendo	\$600,00	\$600,00			\$600,00
Depreciación de Producción	\$1.129,00	\$112,90			\$112,90
TOTALES	\$4.432,27	\$112,90	\$18.676,00		<u>\$33.364,66</u>

Costos		Total	Costos		Total
Fijos	Variables	año 2	Fijos	Variables	año 3
	\$10.872,98	\$10.872,98		\$10.970,84	\$10.970,84
	\$48,43	\$48,43		\$48,87	\$48,87
\$13.132,90		\$13.132,90	\$13.251,10		\$13.251,10
	\$7.922,67	\$7.922,67		\$7.993,97	\$7.993,97
\$968,64		\$968,64	\$977,36		\$977,36
\$605,40		\$605,40	\$610,85		\$610,85
\$113,92		\$113,92	\$114,94		\$114,94
\$113,92	\$18.844,08	<u>\$33.664,94</u>	\$114,94	\$11.019,71	<u>\$33.967,93</u>

Costos		Total	Costos		Total
Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
	\$11.069,58	\$11.069,58		\$11.169,20	\$11.169,20
	\$49,31	\$59,31		\$49,75	\$49,75
\$13.370,36		\$13.370,36	\$0,00		\$0,00
	\$8.065,92	\$8.065,92		\$8.138,51	\$8.138,51
\$986,15		\$986,15	\$995,03		\$995,03

\$616,35		\$616,35	\$621,89		\$621,89
\$115,98		\$115,98	\$117,02		\$117,02
\$115,98	\$19.184,80	<u>\$34.283,64</u>	\$117,02	\$19.187,80	<u>\$21.091,41</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.3.6 Detalle de Gastos

En los detalles de Gastos se basa netamente en los gastos administrativos siendo estos sueldos del personal encargado de la gerencia y las depresiones relacionadas al área administrativas. En la parte comercial los gastos en ventas a continuación la tabla desarrollada:

Tabla 51 Detalle de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTO ADMINISTRATIVO					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuenci a mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Depreciaciones					
Muebles y enseres	Unidad			\$12,09	\$145,10
Equipos de computación	Unidad			\$42,15	\$505,83
Equipos de oficina	Unidad			\$0,63	\$7,60
TOTAL				\$54,88	<u>\$658,53</u>
Sueldos Personal					
Sueldo Gerente	Dólares	654,333	1	654,333	7852
TOTAL	-	<u>654,333</u>	-	<u>654,333</u>	<u>7852</u>
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	-	-	-	<u>\$654,33</u>	<u>\$7.852,00</u>

GASTOS DE VENTAS

GASTO DE VENTA					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad					
Redes sociales	Unidad	\$30,00	1	\$30,00	\$360,00
Página web	Unidad	\$30,00	1	\$30,00	\$360,00
<u>TOTAL GASTO DE VENTAS</u>	-	<u>\$60,00</u>	-	<u>\$60,00</u>	<u>\$720,00</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.3.7 Proyección Gastos

La proyección de gastos para 5 años se calcula tomando como referencia la tasa promedio de inflación de los últimos 5 años que es del 0.90%.

Tabla 52 *Proyección de gastos*

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Descripción	Gasto		Total	Gasto		Total
	mensual	Fijos	año 1	Fijos	Variables	año 2
Muebles y enseres	\$12,09	\$145,10	\$145,10	\$146,41		\$146,41
Equipos de computación	\$42,15	\$505,83	\$505,83	\$510,38		\$510,38
Equipos de oficina	\$0,63	\$7,60	\$7,60	\$7,67		\$7,67
Sueldo Gerente	\$654,33	\$7.852,00	\$7.852,00	\$7.922,67		\$7.922,67
<u>TOTALES</u>	<u>\$709,21</u>	<u>\$8.510,53</u>	<u>\$8.510,53</u>	<u>\$8.587,12</u>	-	<u>\$8.587,12</u>

Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variabl es	año 3	Fijos	Variabl es	año 4	Fijos	Variabl es	año 5
\$147,72		\$147,72	\$149,05		\$149,05	\$150,39		\$150,39
\$514,97		\$514,97	\$519,61		\$519,61	\$524,28		\$524,28
\$7,74		\$7,74	\$7,81		\$7,81	\$7,88		\$7,88
\$7.993, 97		\$7.993, 97	\$8.065, 92		\$8.065, 92	\$8.138, 51		\$8.138, 51
<u>\$8.664,4 1</u>	-	<u>\$8.664,4 1</u>	<u>\$8.742,3 9</u>	-	<u>\$8.742,3 9</u>	<u>\$8.821,0 7</u>	-	<u>\$8.821,0 7</u>

GASTOS DE VENTAS

Descripción	Gasto		Gasto		Total	Gasto		Total
	mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2	
Redes sociales	\$30,00		\$360,00	\$360,00		\$363,24	\$363,24	
Pagina web	\$30,00		\$360,00	\$360,00		\$363,24	\$363,24	
TOTALES	\$60,00	-	\$720,00	\$720,00	-	\$726,48	\$726,48	

Gastos		Total	Gastos		Total	Gastos		Total
Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
	\$366,51	\$366,51		\$369,81	\$369,81		\$373,14	\$373,14
	\$366,51	\$366,51		\$369,81	\$369,81		\$373,14	\$373,14
-	<u>\$733,02</u>	<u>\$733,02</u>	-	<u>\$739,62</u>	<u>\$739,62</u>	-	<u>\$746,27</u>	<u>\$746,27</u>

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.4 Plan de Financiamiento

Las formas de inversión o de financiamiento es la fuente económica para el desarrollo de las funciones a desempeñar.

5.4.1 Forma de financiamiento

La forma de financiamiento que será utilizado es de recursos propios de esta forma se iniciaría el desarrollo del plan de negocio de la elaboración de carteras étnicas con la temática de la diableada pillareña.

Tabla 53 Plan de financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios			0
- Efectivo	\$12.000,00	100%	100%
- Bienes	0	0	0
TOTAL	\$12.000,00	-	100%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.4.2 Cálculo de Ingresos

A base del cálculo de ingreso se calcula el precio de venta unitario de los dos modelos de carteras que van hacer presentadas, mediante el margen de utilidad.

Tabla 54 Determinación del precio de venta unitario

Productos	Unidad de medida	Costo mensual	Margen de Utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Precio de Venta Unitario
			%	\$			
Carta de diableada modelo A	1	\$898,00	50%	\$15,00	\$898,00	100	\$22,50
Carta de diableada modelo B	1	\$898,00	50%	\$15,00	\$898,00	100	\$25,50
TOTAL							\$51,00

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

En la tabla desarrollada se calcula el precio de venta por unidad teniendo como resultado un valor de \$26,94 dólares el valor que será por cada modelo de cartera.

Tabla 55 Cálculo del ingreso anual

Precio de Venta Unitario	Unidades Producidas (anuales)	Ingresos del primer año
\$22,50	1200	\$27.000,00
\$22,50	1200	\$27.000,00

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.4.3 Proyección de Ingresos

De esta manera, obtenido el precio de venta de nuestros productos, ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser nuestros ingresos en el transcurrir del tiempo y mientras dure nuestro proyecto. Entonces se proyecta las cifras de ingresos por la tasa de inflación (promedio 5 años).

Tabla 56 Proyección de ingresos

Productos	MP	MO	CIF	Costo Total	Unidades	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario
				(mensual)	(mensual)	\$	%	
Carta de diablead a modelo A	\$10.77	\$13.468,32	\$7.900	\$898	100	\$15,0	50%	\$22,50
Carta de diablead a modelo B	\$10.776	\$13.468,32	\$7.900	\$89	100	\$15,0	50%	\$22,50
TOTAL								\$45,00

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Tabla 57 *Proyección de ingresos*

Productos	Cant	Precio Total	Total año 1	Cant	Precio Total	Total año 2	Cant
Carta de diableada modelo A	1200	\$27.000,00	\$27.000,00	1205	\$27.000,00	\$27.405,00	1210
Carta de diableada modelo B	1200	\$27.000,00	\$27.000,00	1205	\$27.000,00	\$27.405,00	1210
Total Ingresos	\$2.400,00	\$54.000,00	\$54.000,00	2410	\$54.000,00	\$54.810,00	2420

Precio Total	Total año 3	Cant	Precio Total	Total año 4	Cant	Precio Total	Total año 5
\$27.405,00	\$27.816,08	1215	\$27.816,08	\$28.233,32	1220	\$28.233,32	\$28.656,82
\$27.405,00	\$27.816,08	1215	\$27.816,08	\$28.233,32	1220	\$28.233,32	\$28.656,82
\$54.810,00	\$55.632,15	2430	\$55.632,15	\$56.466,63	2440	\$56.466,63	\$57.313,63

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.5 Punto de equilibrio

Para el punto de equilibrio se tomó los valores de los costos fijos mensuales, costos variables de manera unitaria tomando en cuenta el precio de venta unitario y se procede al cálculo de la cantidad de equilibrio obteniendo 489 unidades físicas y el ingreso de equilibrio de 13.179,15 unidades monetarias desarrolladas en la siguiente tabla.

COSTOS FIJOS MENSUALES	
Alquiler de oficina	600
Impuesto predial	0
Gastos administrativos	4398,91
TOTAL	7196,19

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

COSTOS VARIABLES unitarios	
Materia Prima (unit)	9
Mano de Obra directa(unit)	1,87
Comisiones a vendedores	0
TOTAL	12,23

Precio de venta unitario promedio **26,94**

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

CANTIDAD DE EQUILIBRIO

$$Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Prec.Vta.Unit} - \text{Costo Variable Uni}}$$

$$Q_e = \frac{7196,19}{14,71}$$

$Q_e = 489$ Unidades físicas

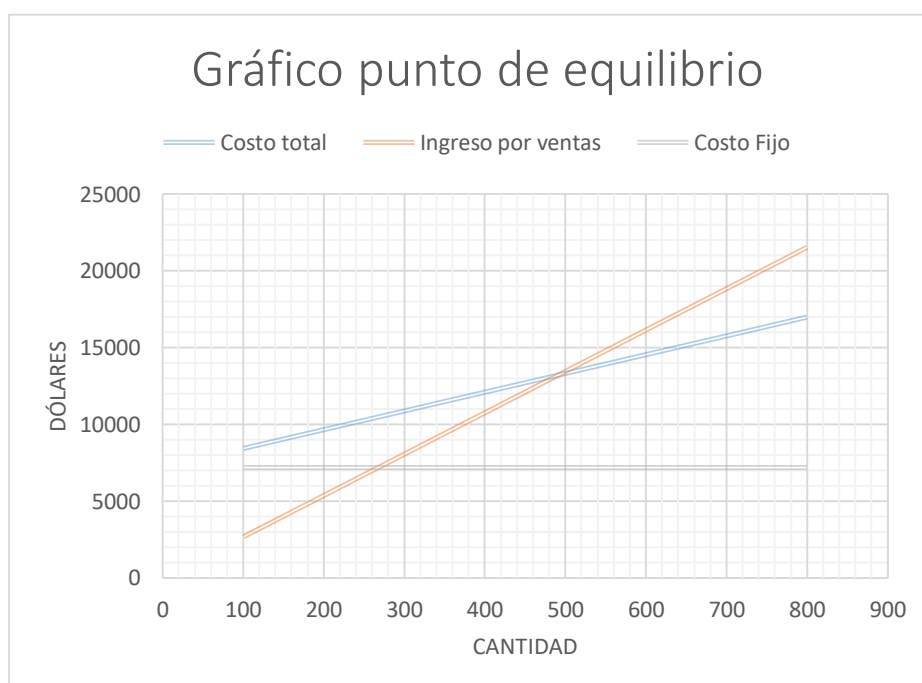
INGRESO DE EQUILIBRIO

$Q_e = \text{Cantidad de equilibrio} \times \text{Precio Venta Unit}$

$Q_e = 13.179,15$ Unidades monetarias

Dado los resultados de las fórmulas calculadas se procede a realizar la gráfica de punto de equilibrio, a continuación.

Gráfico 23



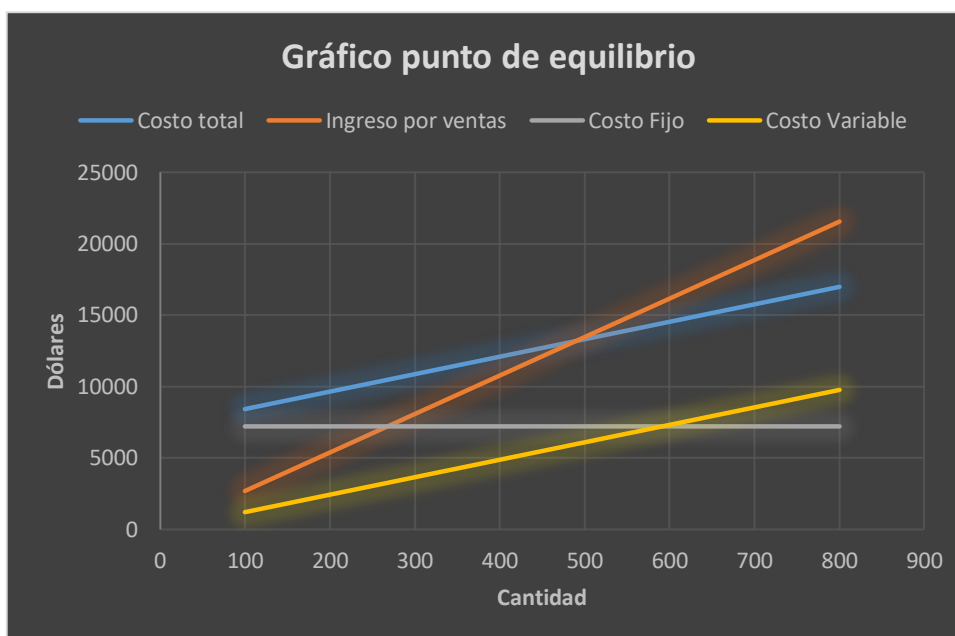


Figura. - Punto de equilibrio

5.6 Estado de Resultados Proyectado

El desarrollo del estado de resultados tiene como propósito conocer la pérdida o la ganancia que ocurra dentro de los 5 años futuros.

Tabla 58 Estado De Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$54.000,00	\$54.810,00	\$55.632,15	\$56.466,63	\$57.313,63
(-) Costo de Ventas	\$33.819,72	\$34.124,10	\$34.431,21	\$34.751,10	\$35.053,77
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$20.180,28	\$20.685,90	\$21.200,94	\$21.715,54	\$22.259,87
(-) Gastos de venta	\$720,00	\$726,48	\$733,02	\$739,62	\$746,27
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$19.460,28	\$19.959,42	\$20.467,92	\$20.975,92	\$21.513,59

(-)	Gastos Administrativos	\$8.527,83	\$8.604,58	\$8.682,02	\$8.760,16	\$8.839,00
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$10.932,45	\$11.354,85	\$11.785,90	\$12.215,76	\$12.674,60
(-)	Gastos Financieros	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+)	Otros Ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-)	Otros Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$10.932,45	\$11.354,85	\$11.785,90	\$12.215,76	\$12.674,60
(-)	15% Participación trabajadores	\$1.639,87	\$1.703,23	\$1.767,88	\$1.832,36	\$1.901,19
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$9.292,59	\$9.651,62	\$10.018,01	\$10.383,40	\$10.773,41
(-)	Impuesto a la renta 22%	\$2.044,37	\$2.123,36	\$2.203,96	\$2.284,35	\$2.370,15
(=)	UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$7.248,22	\$7.528,26	\$7.814,05	\$8.099,05	\$8.403,26

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.7 Flujo de Caja

El cálculo de flujo de caja nos permite identificar el pago en efectivo determinar los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permitirá tomar medidas afines a la recuperación de ventas, requerimientos de nuevos financiamientos, tanto en los proveedores y las instituciones crediticias, manejo de inventarios, nuevas inversiones.

Tabla 59 *Flujo de caja*

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.000,00	\$ 54.810,00	\$ 55.632,15	\$ 56.466,63	\$ 57.313,63
	Recuperación por ventas		\$ 54.000,00	\$ 54.810,00	\$ 55.632,15	\$ 56.466,63	\$ 57.313,63
B	EGRESOS OPERACIONALES		\$ 43.067,55	\$ 43.455,15	\$ 43.846,25	\$ 44.250,87	\$ 44.633,86

	Costos		\$	\$	\$	\$	\$
			33.819,72	34.124,10	34.431,21	34.751,10	35.053,77
	Gastos de ventas		\$ 720,00	\$ 726,48	\$ 733,02	\$ 739,62	\$ 741,09
	Gastos de administración		\$ 8.527,83	\$ 8.604,58	\$ 8.682,02	\$ 8.760,16	\$ 8.839,00
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 10.932,45	\$ 11.354,85	\$ 11.785,90	\$ 12.215,76	\$ 12.679,77
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 12.000,00					
	Aportes de capital	\$ 12.000,00					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 2.044,37	\$ 2.123,36	\$ 2.203,96	\$ 2.284,35	\$ 2.370,15
	Pago de impuestos (Renta 22%)		\$ 2.044,37	\$ 2.123,36	\$ 2.203,96	\$ 2.284,35	\$ 2.370,15
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 12.000,00	-\$ 2.044,37	-\$ 2.123,36	-\$ 2.203,96	-\$ 2.284,35	-\$ 2.370,15
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-\$ 12.000,00	\$ 8.888,08	\$ 9.231,49	\$ 9.581,94	\$ 9.931,42	\$ 10.309,62
H	Depreciaciones		\$ 851,23	\$ 851,23	\$ 851,23	\$ 851,23	\$ 851,23
J	SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	-\$ 12.000,00	\$ 8.888,08	\$ 9.231,49	\$ 9.581,94	\$ 9.931,42	\$ 10.309,62

Fuente: *Elaboración propia*
Elaborado: *La autora*

5.8 Evaluación financiera

Para poder fijar si los valores presentadas en las tablas anteriores son de uso para el financiamiento del proyecto a lo largo de su planeación y ejecución para el cálculo de esta se maneja los instrumentos que la técnica de Evaluación Financiera que está establecido a continuación:

5.8.1 Indicadores

5.8.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto se toma resultados obtenidos en el Flujo de Caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil

VAN

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f2}{(1+i)^{n1}} + \frac{f3}{(1+i)^{n1}} + \frac{f4}{(1+i)^{n1}} + \frac{f5}{(1+i)^{n1}}$$

$$VAN = \frac{10,932,45}{(1+0,0897)^{n1}} + \frac{11,354,85}{(1+0,0897)^{n2}} + \frac{11,785,9}{(1+0,0897)^{n2}} + \frac{12,215,76}{(1+0,0897)^{n3}} + \frac{12,679,77}{(1+0,0897)^{n4}}$$

$$VAN=57.619,16$$

TMAR

	% PARTICIPACIÓN	TASA DE INFLACIÓN	RIESGO SECTOR
FONDOS PROPIOS	100%	0,009	0.08
		TMAR	8,97%

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

5.8.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento con la tasa de inflación y riesgo valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto.

$$TIR= 71.4\%$$

5.8.1.3

5.8.1.4 Beneficio Costo

La aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1 en el cálculo:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

$$B/C = \frac{216.042,88}{170.426,15}$$

$$B/C = 1.27$$

La relación costo beneficio del proyecto es de 1.27 como es mayor a 1 se puede afirmar que el emprendimiento será rentable, así mismo que cada dólar que se invierta se obtendrá una ganancia de 0,27 centavos.

5.8.1.5 Período de Recuperación

Dentro del periodo de recuperación, se evalúa el tiempo en el que la inversión del plan de negocio se va a recuperar en los 5 años:

	0	1	2	3	4	5
SALDO FINAL DE CAJA	-\$ 12.000,00	\$ 8.888,08	\$ 9.231,49	\$ 9.581,94	\$ 9.931,42	\$ 10.309,62
SALDO FINAL DE CAJA ACTUALIZADO	-\$ 12.000,00	\$ 8.156,30	\$ 7.773,95	\$ 7.404,72	\$ 7.042,90	\$ 6.709,16
SALDO FINAL DE CAJA ACUMULADO	-\$ 12.000,00	\$ 3.843,70	\$ 3.930,25	\$ 11.334,97	\$ 18.377,87	\$ 25.087,03

Fuente: *Elaboración propia*

Elaborado: *La autora*

Realizada la proyección de recuperación en los 5 años se puede verificar que tiene un crecimiento positivo a partir del cuarto año recuperando el monto invertido.

Bibliografía

- Acosta, J. (2019). *Investigaciones Europeas de Dirección* . Obtenido de Investigaciones Europeas de Dirección : <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120247001.pdf>
- Anónimo. (2018). *CurioSfera*. Obtenido de CurioSfera: https://curiosfera-historia.com/historia-del-bolso/#Historia_del_bolso_en_el_Siglo_XX
- Anónimo. (28 de 06 de 2019). *Comercial avilés s.l.* Obtenido de Comercial avilés s.l.: <https://www.comercialaviles.com/blog/de-que-material-estan-hechas-las-bolsas-ecologicas/>
- Arias, E. R. (31 de 08 de 2020). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/flujoograma.html>
- Asamble Nacional. (28 de 02 de 2020). *Registro Oficial Organico de la República del Ecuador*. Obtenido de Registro Oficial Organico de la República del Ecuador: <https://indoamerica.instructure.com/courses/152/pages/taller-3-capitulo-iii-organizacion-y-gestion-capitulo-iv-juridico-legal>
- Céspedes, G. (2013). *SciELO*. Obtenido de SciELO: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702016000100001
- Comercial avilés s.l.* (28 de 6 de 2019). Obtenido de Comercial avilés s.l.: <https://www.comercialaviles.com/blog/de-que-material-estan-hechas-las-bolsas-ecologicas/>
- Corvo, H. S. (26 de 03 de 2019). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/demanda-potencial/>
- Corvo, H. S. (26 de 3 de 2019). *Lifer*. Obtenido de Lifer: <https://www.lifeder.com/demanda-potencial/>
- Cuerpo de Bomberos. (2020). *Portal único de tramites ciudadanos*. Obtenido de Portal único de tramites ciudadanos: <https://www.gob.ec/index.php/gadgae/tramites/permiso-funcionamiento-cuerpo-bomberos-gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-general-antonio-elizalde-bucay>
- Díaz, N. (06 de 02 de 2021). *Economipedia* . Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-inversiones.html>
- Distrito Metropolitano de Quito(ICUS). (2020). *Municipio de Quito*. Obtenido de Municipio de Quito: https://pam.quito.gob.ec/MDMQ_Tramites/Operativas/FrmFichaTramite?codtt=190
- El Diario de Misiones Primera Edicion* . (21 de 05 de 2017). Obtenido de El Diario de Misiones Primera Edicion : <https://www.primeraedicion.com.ar/nota/247020/la-apasionante-historia-de-las-carteras/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Metropolitano de Quito(GADDMQ). (2020). *Portal único de tramites ciudadanos*. Obtenido de Portal único de tramites ciudadanos: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- Marrazzi, A. L. (2009). La evaluación de las máscaras y su aporte social . *Creación y Producto en Diseño y Comunicación*, 47.
- Municipio de Quito. (2020). *Municipio de Quito*. Obtenido de Municipio de Quito: <https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>
- Nirian, P. O. (04 de 05 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/control-de-calidad.html>
- Quiroa, M. (06 de 11 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Servicio Nacional de Derecho Intelectual (SENADI). (2020). *Portal único de tramites ciudadanos*. Obtenido de Portal único de tramites ciudadanos: <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2020). *Portal único de tramites ciudadanos*. Obtenido de

<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Universidad del Pacífico. (s.f.). *Ministerio de Producción*. Obtenido de Ministerio de Producción: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crea-tu-empresa/coleccion-21-25/ficha-extendida-23-produccion-y-comercializacion-de-bolsos-artesanales.pdf>

Villanueva, D. R. (30 de 7 de 2014). *Marroquintero*. Obtenido de Marroquintero: <http://marroquineronline.weebly.com/blog/herramientas-en-la-fabricacion-de-bolsos-de-piel>

Anexos

Anexo 1: Encuesta

- INFORMACION PRIMARIA
 - ENCUESTA

1. ¿En cuál de estas edades se encuentra usted?

- a) 18 a 25
- b) 25 a 30
- c) 35 a 45
- d) 45 a más

2. ¿Compra productos artesanales?

- a) Si
- b) No

3. ¿Con que frecuencia compra carteras artesanales al año?

- a) Quincenal
- b) Mensual
- c) Anual

4. ¿Cuándo gasta o ha gastado en la compra de carteras personalizadas en el año 2021?

- a) \$20
- b) \$40
- c) \$60

5. Para comprar un producto ¿ toma en cuenta?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Marca del producto
- d) Variedad

6. Conoce la cultura del Ecuador

- a) Si
- b) No

7. ¿Le gustaría adquirir una cartera personalizada a su gusto con la temática étnica de la diablo pillareña?

- a) Si
- b) No

8. ¿Qué temática le gustaría diseñar para su cartera?

- a) Culturas antiguas
- b) Fiestas tradicionales
- c) Monumentos tradicionales

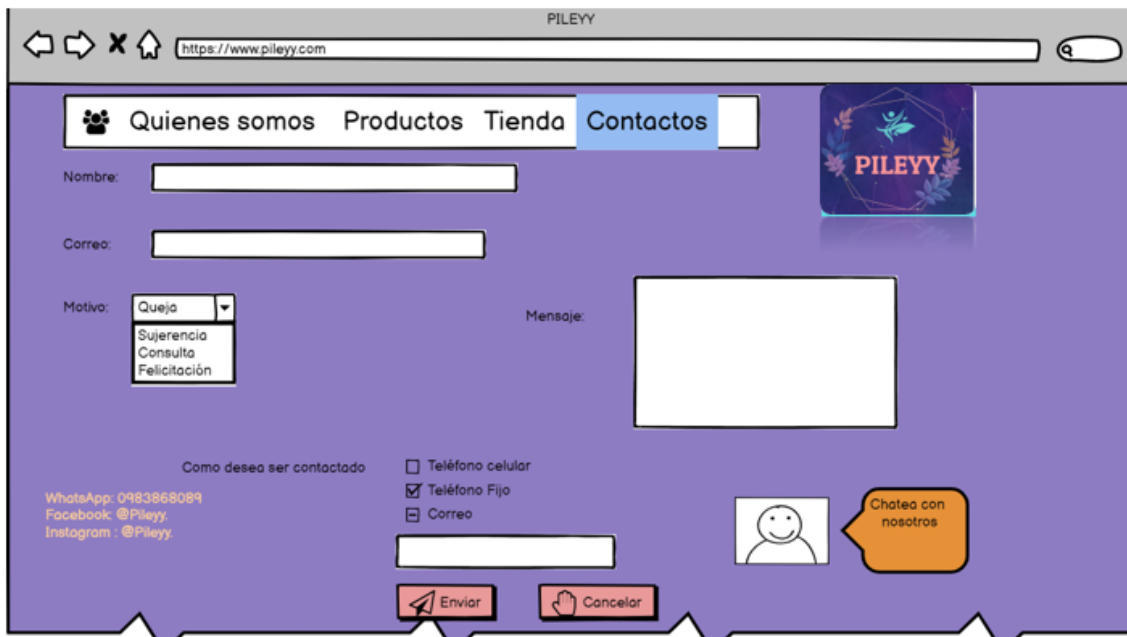
9. ¿Por qué medio diseñaría el estilo de su cartera?

- a) Páginas Web
- d) Asistiendo al local físico
- e) Mediante diseños en redes sociales

10. ¿Por qué medio le gustaría adquirir el producto?

- a) Puntos de ventas
- b) Fabricas
- c) Vendedores ambulantes

Anexo 2: Plataforma digital



Anexo 3: Producto



Anexo 4: Instrumentos para la elaboración

