



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL  
DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE,  
UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2012.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: MARITZA LEONOR MEREJILDO LAINEZ**

**TUTORA: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.**

**LA LIBERTAD ó ECUADOR**

**2012**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL  
DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE,  
UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2012.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: MARITZA LEONOR MEREJILDO LAINEZ  
TUTORA: ING LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.**

**LA LIBERTAD ó ECUADOR**

2012

**La Libertad, Agosto del 2012.**

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE, UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012.**” elaborado por la Srta. MARITZA LEONOR MEREJILDO LAINEZ, egresada de la Escuela de Administración de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

---

**ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.  
TUTORA.**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, porque creyeron en mi, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera y en especial a ti madre mía, porque el orgullo que sientes por mi, fue lo que me hizo llegar hasta el final.

A mis hermanos, sobrinos y amigos, por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Va por ustedes, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

MARITZA

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios por darme la sabiduría, la voluntad y la oportunidad de obtener este título universitario.

Por el apoyo incondicional de mi madre Leonor Lainez, mis hermanas Katty y Carmen, también de amigos Juan y Lourdes quienes fueron las personas que durante este proceso estuvieron a mi lado.

Les agradezco los consejos recibidos a lo largo de los años de estudios a todos los facilitadores de la Universidad Estatal Península de Santa Elena que me impartieron sus conocimientos.

MARITZA

## TRIBUNAL DE GRADO

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA DE LA FACULTAD  
C.C. ADMINISTRATIVAS

---

Eco. Pedro Aquino Caiche, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
ADMINISTRACIÓN

---

Ing. Linda Núñez Guale, MSc.  
PROFESORA-TUTORA

---

Ing. Soraya Linzán, MSc.  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.  
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL**  
**DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE,**  
**UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA,**  
**PROVINCIA DE SANTA ELENA,**  
**AÑO 2012.**

Autora: Maritza Merejildo Lainez.  
Tutora: Ing. Linda Núñez Guale, MSc.

**RESUMEN**

El presente trabajo se elabora en función de promover la actividad que realiza el sector artesanal dedicado a la confección de prendas de vestir, el estudio se desarrolla en base a fuentes e investigación, este documento constituye el objeto de orientación que busca el incremento con los aportes técnicos de los involucrados e interesados en la participación de la formulación de una propuesta de apoyo para este sector artesanal, orientados hacia la efectiva optimización de su productividad, competitividad y apoyo al desarrollo local.

Se mencionan los antecedentes de la actividad artesanal, los avances que han tenido para considerarlos actualmente como microempresa y la influencia en el medio; se considera los planes de negocios debido a que es necesario realizar un análisis sobre la importancia, características, los modelos existentes y elaborar la propuesta del Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde; otro aspecto a considerar es la fundamentación legal que permite respaldar legalmente la propuesta y hacer un análisis del marco referencial.

La metodología para el desarrollo de la investigación se definió con la modalidad, el tipo, métodos y técnicas que permiten la selección del instrumento a aplicar a la muestra que resulta del total de la población y permite la recolección de la información y determinar el procedimiento de la investigación, procediendo a su posterior análisis y la interpretación de los resultados de la encuesta para efectuar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Por último se desarrolla la propuesta del Plan de Negocios que consiste y tiene por objetivo, la estructura organizacional interna, analizar con detalle los insumos a utilizar en el proceso de confección, perfil de los gerentes y operarios, maquinaria a utilizar y el análisis financiero que describe la situación financiera de la Asociación Artesanal con la propuesta del plan.

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS	xix

## MARCO CONTEXTUAL

1. INTRODUCCIÓN	1
2. TEMA	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	14
6. JUSTIFICACIÓN	15
7. OBJETIVOS	17
7.1. OBJETIVO GENERAL	17
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
8. HIPÓTESIS	17
VARIABLE INDEPENDIENTE	18
VARIABLE DEPENDIENTE	18
8.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES	19

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA	21
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22



## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
<b>1.2.1. COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>1.2.1.1. DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>1.2.1.2. ETAPAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>23</b>
<b>1.2.1.2.1. PLAN DE MARKETING</b>	<b>23</b>
<b>1.2.1.2.2. TEST DE MERCADO</b>	<b>24</b>
<b>1.2.1.2.3. LANZAMIENTO DEL MERCADO</b>	<b>24</b>
<b>1.2.2. PLAN DE NEGOCIOS</b>	<b>25</b>
<b>1.2.2.1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>25</b>
<b>1.2.2.2. AUTORES DE LOS PLANES DE NEGOCIOS</b>	<b>25</b>
<b>1.2.2.3. IMPORTANCIA DE LOS PLANES DE NEGOCIO</b>	<b>26</b>
<b>1.2.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS PLANES DE NEGOCIOS</b>	<b>28</b>
<b>1.2.2.5. MODELOS DE PLANES DE NEGOCIOS</b>	<b>29</b>
<b>1.2.2.6. LOS PLANES DE NEGOCIO Y SU INFLUENCIA EN</b>	
<b>LAS ASOCIACIONES</b>	<b>30</b>
<b>1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL</b>	<b>31</b>
<b>CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR</b>	<b>31</b>
<b>LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO</b>	<b>34</b>
<b>CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN</b>	<b>36</b>
<b>LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA</b>	<b>37</b>
<b>ACUERDO MINISTERIAL 0005 DEL MINISTERIO DE</b>	
<b>RELACIONES LABORALES</b>	<b>39</b>
<b>CÓDIGO DE TRABAJO</b>	<b>42</b>
<b>PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR</b>	<b>44</b>
<b>REGLAMENTO DE APLICACIÓN A LA LEY DEL RÉGIMEN</b>	
<b>TRIBUTARIO INTERNO</b>	<b>47</b>
<b>1.4. MARCO REFERENCIAL</b>	<b>49</b>
<b>1.4.1. COMUNA RÍO VERDE</b>	<b>49</b>

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

<b>2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>51</b>
<b>2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>52</b>

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
<b>2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>52</b>
<b>POR EL PROPÓSITO</b>	<b>52</b>
<b>POR EL LUGAR</b>	<b>53</b>
<b>2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>53</b>
<b>OBSERVACIÓN</b>	<b>53</b>
<b>ANALÍTICO</b>	<b>53</b>
<b>INDUCTIVO</b>	<b>53</b>
<b>2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>54</b>
<b>OBSERVACIÓN</b>	<b>54</b>
<b>ENCUESTA</b>	<b>54</b>
<b>2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>54</b>
<b>ENCUESTA</b>	<b>54</b>
<b>2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<b>55</b>
<b>POBLACIÓN</b>	<b>55</b>
<b>MUESTRA</b>	<b>55</b>
<b>2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>57</b>

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

<b>3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN</b>	<b>58</b>
<b>3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>	<b>59</b>
<b>PREGUNTA 1: ¿HAY DEMANDA LOCAL PARA LAS PRENDAS DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL?</b>	<b>60</b>
<b>PREGUNTA 2: ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN?</b>	<b>61</b>
<b>PREGUNTA 3: ¿DE ACUERDO A SU CRITERIO, ES SUFICIENTE LAS ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA COMERCIALIZACIÓN DE LA VESTIMENTA DE LAS ASOCIACIÓN?</b>	<b>62</b>
<b>PREGUNTA 4: DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS. ¿CUÁLES CONSIDERA QUE PERMITEN DESARROLLAR LA COMUNICACIÓN Y EVALUAR EL COMPORTAMIENTO?</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
<b>PREGUNTA 5:</b> ¿LAS MEDIDAS Y ACCIONES PERMITEN DETERMINAR LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZARAN EN LA ASOCIACIÓN?	64
<b>PREGUNTA 6:</b> CONSIDERANDO PRIORIDADES. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS CON QUE CUENTA LA ASOCIACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR?	65
<b>PREGUNTA 7:</b> ¿QUÉ BENEFICIOS LE BRINDA EL LIDERAZGO DE LOS DIRECTIVOS DE LA ASOCIACIÓN?	66
<b>PREGUNTA 8:</b> ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA PUEDEN FORMAR PARTE DE LA ASOCIACIÓN SEGÚN LAS NORMAS ESTABLECIDAS?	67
<b>PREGUNTA 9:</b> ¿DE QUÉ MANERA SE REALIZAN ACTUALMENTE EL PROCESO DE CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS DENTRO DE LA ASOCIACIÓN?	68
<b>PREGUNTA 10:</b> ¿LAS GESTIONES DE LA ASOCIACIÓN PERMITEN QUE EL PRODUCTO SEA RECONOCIDO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA?	69
<b>PREGUNTA 11:</b> ¿TIENE UD. CONOCIMIENTOS SOBRE LAS VENTAJAS DE APLICAR UN PLAN DE NEGOCIOS DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES?	70
<b>PREGUNTA 12:</b> ¿ESTARÍA DE ACUERDO QUE LA ASOCIACIÓN PLANTEE UN INSTRUMENTO QUE LE PERMITA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA, DEFINIENDO BENEFICIOS A CORTO Y LARGO PLAZO?	71
<b>3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	72
<b>CONCLUSIONES</b>	72
<b>RECOMENDACIONES</b>	74

## CAPÍTULO IV PROPUESTA

<b>1. PRESENTACIÓN</b>	76
<b>2. NATURALEZA DEL PROYECTO</b>	77
<b>2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO</b>	77
<b>2.2. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS</b>	78
<b>2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS</b>	78
<b>2.4. UBICACIÓN Y TAMAÑO DEL NEGOCIO</b>	79

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
2.5. MISIÓN	80
2.6. VISIÓN	80
2.7. OBJETIVO DEL NEGOCIO	80
General	80
Corto plazo	80
Mediano plazo	81
Largo plazo	81
3. ORGANIZACIÓN	81
3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	81
3.2. FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS	82
3.3. DESARROLLO DEL PERSONAL	85
3.4. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	89
✓ Políticas de evaluación	89
✓ Medidas correctivas para desempeño deficiente	90
✓ Formato de evaluación	90
4. MERCADO	91
4.1. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA	91
4.2. PUNTOS DE VENTA	91
4.3. PUBLICIDAD	92
4.4. PROMOCIÓN DE VENTAS	93
✓ Descuento inmediato	93
✓ Concursos	93
✓ Juegos y sorteos	93
4.5. MARCA	93
4.6. ESTRATEGIAS DE VENTAS	94
✓ Visitas empresariales	94
✓ Comercio electrónico	94
✓ Imagen corporativa	94
✓ Fidelización del cliente	94
✓ Calidad en atención al cliente	94
5. PRODUCCIÓN	95
5.1. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	95
Talla	95
Colores	95
5.1.1. DESCRIPCIÓN DE TELAS Y CARACTERÍSTICAS	96

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
<b>5.2. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS</b>	<b>97</b>
<b>5.3. SECUENCIA DE LAS ACTIVIDADES REQUERIDAS PARA LA CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR</b>	<b>97</b>
<b>5.4. DIAGRAMA DE FLUJO</b>	<b>100</b>
<b>5.5. EQUIPOS E INSTALACIONES</b>	<b>101</b>
<b>5.6. MATERIALES DE ARMADO Y ACABADO DE LAS PRENDAS</b>	<b>103</b>
Telas	103
Hilos	104
Utensilios	104
<b>5.6.1. ESPACIO PARA LA CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS</b>	<b>104</b>
<b>5.6.2. REQUERIMIENTO INSTALACIONES O FACILIDADES         PARA LLEVAR A CABO CADA ACTIVIDAD</b>	<b>105</b>
<b>5.6.3. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO</b>	<b>105</b>
<b>5.6.4. CARACTERÍSTICAS DE TECNOLOGÍAS</b>	<b>106</b>
Máquina de dos agujas	106
Máquina para botones	106
Máquina para puntada invisible	107
Máquina para ojales	107
Máquina overlock 4 hilos	107
Máquina plana	107
Máquina para presillas	107
Máquina zigzag	107
Termofijadora	107
Plancha industrial	107
Internet	108
Sistema informático	108
<b>5.6.5. ASPECTOS TÉCNICOS</b>	<b>108</b>
Instalaciones	108
Especificaciones técnicas del producto	109
Cálculo de la capacidad de producción	109
<b>5.7. MANEJO DE INVENTARIO</b>	<b>110</b>
<b>5.8. DISEÑO DE OFICINAS</b>	<b>111</b>
<b>6. FINANZAS</b>	<b>112</b>
<b>6.1. INVERSIÓN</b>	<b>112</b>
Activos Fijos	112

## ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
Activos Diferidos	112
Capital de Trabajo	113
6.2. PRESUPUESTO DE INGRESO POR VENTAS	113
Costo de Mano de Obra Directa	113
Costo Indirecto de Fabricación	114
6.3. PRESUPUESTO DE GASTOS	114
Gastos Administrativos	114
6.3.1. SUELDOS Y SALARIOS	115
COSTO TOTAL DE OPERACIÓN	116
COSTO UNITARIO	116
6.4. PRECIOS DE VENTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR	117
6.5. BALANCE GENERAL	118
6.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	119
6.7. FLUJO DE EFECTIVO	120
6.8. EVALUACIÓN VAN, TIR Y ANÁLISIS DE RECUPERACIÓN	121
6.9. INDICADORES FINANCIEROS	121
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIÓN	124
BIBLIOGRAFÍA	125

## ÍNDICE DE CUADROS

	PÁGINA
CUADRO N°. 1 ARTESANOS CONFECCIONISTAS DEL ECUADOR	5
CUADRO N°. 2 POBLACIÓN POR TIPO ARTESANAL	5
CUADRO N°. 3 TONELADAS PRENDAS DE VESTIR	6
CUADRO N°. 4 MILES DE DÓLARES EN PRENDAS DE VESTIR	6
CUADRO N°. 5 ARTESANOS REGISTRADOS EN LA JNDA	8
CUADRO N°. 6 VARIABLE INDEPENDIENTE	19
CUADRO N°. 7 VARIABLE DEPENDIENTE	20
CUADRO N°. 8 BENEFICIOS ARTESANOS CALIFICADOS	35
CUADRO N°. 9 POBLACIÓN	55
CUADRO N°. 10 MUESTRA	56
CUADRO N°. 11 FICHA DE OBSERVACIÓN	58
CUADRO N°. 12 ADMINISTRADOR	82
CUADRO N°. 13 JEFE DE RECURSOS HUMANOS	82
CUADRO N°. 14 JEFE DE MARKETING	83
CUADRO N°. 15 PERSONAL DE VENTAS	83
CUADRO N°. 16 JEFE DE PRODUCCIÓN	84
CUADRO N°. 17 OPERARIOS	84
CUADRO N°. 18 JEFE FINANCIERO	85
CUADRO N°. 19 DESARROLLO DEL PERSONAL 1	86
CUADRO N°. 20 DESARROLLO DEL PERSONAL 2	87
CUADRO N°. 21 DESARROLLO DEL PERSONAL 3	88
CUADRO N°. 22 POLÍTICAS DE EVALUACIÓN	89
CUADRO N°. 23 PARÁMETROS Y CRITERIOS	89
CUADRO N°. 24 MEDIDAS CORRECTIVAS PARA DESEMPEÑO DEFICIENTE	90
CUADRO N°. 25 FORMATO DE EVALUACIÓN	90

## ÍNDICE DE CUADROS

	PÁGINA
<b>CUADRO N°. 26 SISTEMA DE PUNTUACIÓN</b>	<b>90</b>
<b>CUADRO N°. 27 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA</b>	<b>91</b>
<b>CUADRO N°. 28 TALLAS</b>	<b>94</b>
<b>CUADRO N°. 29 TELAS Y CARACTERÍSTICAS</b>	<b>96</b>
<b>CUADRO N°. 30 CAMISAS, BLUSAS Y SACOS</b>	<b>98</b>
<b>CUADRO N°. 31 PANTALONES</b>	<b>98</b>
<b>CUADRO N°. 32 FALDAS</b>	<b>99</b>
<b>CUADRO N°. 33 IMPLEMENTOS</b>	<b>103</b>
<b>CUADRO N°. 34 INVENTARIO</b>	<b>110</b>



## ÍNDICE DE TABLA

	PÁGINA
TABLA N°. 1 SEXO – NIVEL DE INSTRUCCIÓN	59
TABLA N°. 2 DEMANDA LOCAL	60
TABLA N°. 3 ASPECTOS PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	61
TABLA N°. 4 ESTRATEGIAS SUFICIENTE	62
TABLA N°. 5 CARACTERÍSTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN	63
TABLA N°. 6 MEDIDAS Y ACCIONES	64
TABLA N°. 7 RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN	65
TABLA N°. 8 BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN	66
TABLA N°. 9 FAMILIARES EN LA ASOCIACIÓN	67
TABLA N°. 10 MANERA DE REALIZAR ACTIVIDADES LA ASOCIACIÓN	68
TABLA N°. 11 GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN	69
TABLA N°. 12 VENTAJAS DEL PLAN	70
TABLA N°. 13 INSTRUMENTO PARA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA	71
TABLA N°. 14 DESCRIPCIÓN DE PROCESO POR TIEMPO	97
TABLA N°. 15 CONSUMO APROXIMADO DE TELA (MEDIDA EN METROS)	103
TABLA N°. 16 CONSUMO APROXIMADO DE HILO	104
TABLA N°. 17 UTENSILIOS	104
TABLA N°. 18 PROGRAMA DE MANTENIMIENTO	106
TABLA N°. 19 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	110
TABLA N°. 20 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	112
TABLA N°. 21 ACTIVOS DIFERIDOS	112
TABLA N°. 22 INVERSIÓN TOTAL	113
TABLA N°. 23 PRESUPUESTO DE INGRESO POR VENTAS	113
TABLA N°. 24 COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	114
TABLA N°. 25 COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN	114
TABLA N°. 26 GASTOS ADMINISTRATIVOS	115
TABLA N°. 27 SUELDOS Y SALARIOS	115

## ÍNDICE DE TABLA

	<b>PÁGINA</b>
<b>TABLA N° 28 COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>116</b>
<b>TABLA N° 29 COSTO UNITARIO</b>	<b>116</b>
<b>TABLA N° 30 PRECIO DE VENTA</b>	<b>117</b>
<b>TABLA N° 31 BALANCE GENERAL</b>	<b>118</b>
<b>TABLA N° 32 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>119</b>
<b>TABLA N° 33 FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>120</b>
<b>TABLA N° 34 EVALUACIÓN VAN, TIR Y ANÁLISIS DE RECUPERACIÓN</b>	<b>121</b>
<b>TABLA N° 35 INDICADORES FINANCIEROS 1</b>	<b>121</b>
<b>TABLA N° 36 INDICADORES FINANCIEROS 2</b>	<b>122</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		PÁGINA
GRÁFICO N°. 1	DEMANDA LOCAL	60
GRÁFICO N°. 2	ASPECTOS PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	61
GRÁFICO N°. 3	MOTIVACIÓN SUFICIENTE	62
GRÁFICO N°. 4	CARACTERÍSTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN	63
GRÁFICO N°. 5	MEDIDAS Y ACCIONES	64
GRÁFICO N°. 6	RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN	65
GRÁFICO N°. 7	BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN	66
GRÁFICO N°. 8	FAMILIARES EN LA ASOCIACIÓN	67
GRÁFICO N°. 9	MANERA DE REALIZAR ACTIVIDADES LA ASOCIACIÓN	68
GRÁFICO N°. 10	GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN	69
GRÁFICO N°. 11	VENTAJAS DEL PLAN	70
GRÁFICO N°. 12	INSTRUMENTO PARA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA	71
GRÁFICO N°. 13	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	81
GRÁFICO N°. 14	MARCA	93
GRÁFICO N°. 15	PALETA DE COLORES	95
GRÁFICO N°. 16	PROCESO DE ACTIVIDAD CONFECCIÓN DE PRENDA	100
GRÁFICO N°. 17	MÁQUINA DE DOS AGUJAS	101
GRÁFICO N°. 18	MÁQUINA PARA BOTONES	101
GRÁFICO N°. 19	MÁQUINAS PUNTADA INVISIBLE	101
GRÁFICO N°. 20	MÁQUINAS PARA OJALES	101
GRÁFICO N°. 21	MÁQUINAS OVERLOCK 4 HILOS	101
GRÁFICO N°. 22	MÁQUINA PLANA	102
GRÁFICO N°. 23	MÁQUINAS PARA PRESILLAS	102
GRÁFICO N°. 24	MÁQUINAS ZIGZAG	102
GRÁFICO N°. 25	TERMOFIJADORAS	102
GRÁFICO N°. 26	DISEÑO DE OFICINAS	111

## ÍNDICE DE ANEXOS

	PÁGINA
<b>ANEXO N° 1</b> MODELO DE ENCUESTA	<b>127</b>
<b>ANEXO N° 2</b> GUÍA DE OBSERVACIÓN	<b>129</b>
<b>ANEXO N° 3</b> SELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	<b>130</b>
<b>ANEXO N° 4</b> MAQUINARIA	<b>131</b>
<b>ANEXO N° 5</b> MUEBLES	<b>132</b>
<b>ANEXO N° 6</b> ENSERES	<b>133</b>
<b>ANEXO N° 7</b> EQUIPOS	<b>134</b>
<b>ANEXO N° 8</b> DEMANDA POR PRENDAS	<b>135</b>
<b>ANEXO N° 9</b> VOLANTE	<b>136</b>
<b>ANEXO N° 10</b> HISTORIA COMUNA RÍO VERDE	<b>137</b>
<b>ANEXO N° 11</b> CROQUIS DE LA COMUNA RÍO VERDE	<b>138</b>

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **1. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de titulación es previo a la obtención del título de tercer nivel en Ingeniería en Administración de Empresas, incluye opiniones, esfuerzo y voluntad de reflejar lo aprendido durante los cinco años de preparación académica y de las enseñanzas de cada uno de los facilitadores.

En el capítulo I se describe la fundamentación teórica de la comercialización y sus etapas; plan de negocios, con los aspectos considerados como relevantes y la fundamentación legal que antecede a la descripción del presente material escrito.

El capítulo II la metodología de investigación que incluyo la elaboración de una encuesta que ayude los puntos de vista de los miembros de la asociación artesanal sobre la elaboración de un Plan de Negocios.

En el capítulo III, sobre el análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada para de acuerdo a ello realizar la propuesta del Plan de Negocios para la Asociación Artesanal.

En el capítulo IV, es la elaboración del Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde, es para dar más énfasis a la comercialización de las prendas de vestir que allí confeccionan, debido que al momento de realizar las negociaciones para la venta de la ropa lo hacen sin tomar en cuenta el margen de ganancia que debe generarles pues, lo efectúan sin ningún tipo de conocimiento técnico, lo cual les representa una ganancia mínima, y esto se convierte en una barrera para su desarrollo económico y profesional, que poco aporta al desarrollo de la comuna.

## **2. TEMA.**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE, UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012.

## **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

El Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultura indica en una publicación virtual en 2009, acerca de los artesanos lo siguiente: ñen Ecuador los artesanos caracterizan su condición en función económica, valores éticos y en bienestar del desarrollo social, con los cuales son reconocidos, sin dejar de considerar que la población artesanal tiene una situación socioeconómica limitada.

Las asociaciones en nuestro país tienen limitaciones complejas que son precisamente para las que se busca solución mediante la generación de políticas públicas y de una estrategia legislativa que motive su desarrollo, sus ventas no representan el costo y el gasto del trabajo que efectúan.

En la página virtual de TV ECUADOR, en el año 2008, en una de sus publicaciones indica que: ñlas asociaciones artesanales en el Ecuador, se da por grupos que lograron y soportaron el proceso al que se enfrentan día a día en su limitado desarrollo socioeconómico, las artesanías que producen es la de mayor acogida que ha sostenido confrontando la oferta de innovación y los nuevos desarrollos.

La historia muestra en el transcurso del tiempo y en las estrategias de desarrollo, la necesidad de asociarse con la finalidad de obtener beneficios es decir, con relación a la propiedad de los medios de producción, del capital y del trabajo.

Es una población que mantuvo el contacto popular cuando les fue posible y que mantenía relación con su lugar de origen; y, así continuó creciendo de a poco, también ha representado un segmento del desarrollo socioeconómico. Tuvo la ocasión de aprovechar las crisis económicas mundiales para inducir el desarrollo industrial y resolver los vacíos comerciales que dejaba el conflicto de los países desarrollados.

El resultado de un trabajo desarrollado como parte de las estrategias del sector de las asociaciones artesanales. Ésta es una opción complementaria al ejercicio de la artesanía tradicional, que enriquece el ámbito de los valores culturales con novedosas y eficaces expresiones de fortalecimiento de la identidad cultural.

El ejercicio de la producción artesanal vinculada al valor de la experiencia tradicional, indica que la globalización, obtiene presencia a través de la diferencia que la identifica y que la hace notable.

El turismo está asociado a la artesanía en la medida que los productos artesanales, han tenido acogida, convirtiéndose en un espacio de intercambio y una oportunidad a la creación que radica en la relación de las fases productivas con el campo de la creación por transformación.

El diario HOY en su edición virtual, menciona en publicación de junio del 2009: ñla Subsecretaría de Pymes y Artesanías y la Junta Nacional de Defensa del Artesano dictaron capacitaciones para líderes gremiales en temas de exportación, contratación pública y tributación, se esperó llegar a cerca de 32.000 y un crecimiento del 30% del sector artesanal del Ecuadorö.

El Ministerio de Industrias y Productividad, por mandato, protege la producción nacional y en ese marco brinda su apoyo legal y técnico al sector con el fin de proceder al registro artesanal y conformación de grupos asociativos.

Estos grupos de artesanos han sido capacitados y se encuentran en proceso de legalización de sus asociaciones, para acceder a los diferentes programas que el MIPRO desarrolla en pro de fomentar la actividad y elevar la calidad de los productos artesanales.

En el 2008 el sector industrial contribuyó con el 13,91% del producto interno bruto total del país. En este año la industria manufacturera, excluyendo el procesamiento de petróleo, creció 4.71% y durante los últimos cuatro años ha crecido 4.0% en promedio.

La Cámara de Industrias de Guayaquil acerca de las exportaciones, indica: el sector industrial representan el 23% de las exportaciones totales del país, y el 46% de las exportaciones totales no petroleras.

En relación al PIB por rama del sector industrial en el año del 2008 los productos textiles representaban el 14% lo que equivalía a 553 millones de dólares incluidos en el PIB industrial del 2008.

La actividad artesanal de la confección de ropa en el Ecuador, es una labor considerada tradicional, con mayor representatividad en la región Sierra, la aspiración de aprender una tarea como la Sastrería o la Modistería ha dado lugar a que muchas personas tengan ingresos limitados estables, debido a que no requiere de fuertes inversiones para su funcionamiento, además el desenvolvimiento del negocio puede llegar a depender casi de la habilidad del artesano para elaborar la prenda de vestir que se requiere, dejando en libertad que hagan uso de la tecnología..

En Ecuador existen aproximadamente 3.423 artesanos, según investigaciones realizadas por la ESPOL en el 2009, los dedicados a la actividad de la confección de ropa, se encuentran repartidos en todas las provincias y regiones del país.



En datos de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador incluyen las ramas de la actividad artesanal de la confección, como: tejidos de punto, modistería, sastrería, corte y confección, etc. La Región Sierra existe mayor concentración de artesanos a nivel nacional, pues se localizan el 49.2% del total de artesanos confeccionistas del país. No obstante, la Región Costa incluye también a un importante segmento artesanal, ya que en su territorio se asienta el 47.3% del total de artesanos confeccionistas. Juntas, estas dos regiones representan el 96.5% del total, lo que haría que las regiones Oriente e Insular prácticamente sean irrelevantes en el contexto nacional; estas dos regiones en conjunto apenas representan el 3.7% del total.

**CUADRO N°. 1  
ARTESANOS CONFECCIONISTAS DEL ECUADOR**

<b>REGIÓN</b>	<b>N° ARTESANOS</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
<b>SIERRA</b>	1683	49.3 %
<b>COSTA</b>	1618	47.3 %
<b>ORIENTE</b>	121	3.5 %
<b>INSULAR</b>	7	0,2 %
<b>TOTAL</b>	<b>3423</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: www.AITE.com.ec*

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

De acuerdo a la información de la revista electrónica NEGRETEXPORT del 2010, que indica que actualmente el área artesanal a nivel nacional representa el 25% de la población económicamente activa, está constituida por:

**CUADRO N°. 2  
POBLACIÓN POR TIPO ARTESANAL**

<b>Tipo</b>	<b>Cantidad</b>
Talleres artesanales	261.000
Artesanos titulados	1600.000
Organizaciones	980
Ramas de producción y servicios	168
Establecimientos de formación	92

*Fuente: Revista NEGRETEXPORT – 16/Julio/2010*

*Elaborado por: Maritza Merejildo M.*

Los principales problemas que enfrenta este sector artesanal son administrativos y financieros por el bajo nivel de preparación de los dirigentes ya que utilizan los recursos económicos para cubrir gastos familiares; también necesitan preparación que abarquen las diferentes áreas de su organización, limitando su competitividad.

El Estudio del Sector Textil y Confecciones de la Escuela Superior Politécnica del Ejercito (ESPE) en el 2006 dice: ño hay que descuidar, el tema de la invasión de la industria extranjera ya que debemos estar a la vanguardia de lo que puede suceder, esta es una situación que también le compete al estado, siendo responsable de las reglas de juego de la competencia.ö

En las cifras de exportación tanto en toneladas como en dólares, el Banco Central del Ecuador en el 2007 dispone de la siguiente información:

**CUADRO N° 3  
TONELADAS PRENDAS DE VESTIR**

Producto	Años				
	1997	1998	1999	2000	2001
Prendas de vestir	3.391	28.359	6.978	3.373	4.211
Producto	Años				
	2002	2003	2004	2005	2006
Prendas de vestir	3.597	3.587	3.467	3.839	2.425

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborador por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N° 4  
MILES DE DÓLARES EN PRENDAS DE VESTIR**

Producto	Años				
	1997	1998	1999	2000	2001
Prendas de vestir	22.367	20.723	17.520	19.377	23.546
Producto	Años				
	2002	2003	2004	2005	2006
Prendas de vestir	20.985	27.681	28.234	27.760	21.598

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborador por: Maritza Merejildo.*

En información de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador indica que: el sector textil del Ecuador representa uno de los mayores generadores de empleo con cerca de 3.000 empresas en el encadenamiento textil que representan a más de 140 mil empleos directos. La inversión, reinversión, expansión y modernización de las plantas de producción contribuyen al crecimiento del sector, así como su capacidad de innovación, diversificación e ingreso a nuevos mercados.

La agenda productiva del sector textil - confección 2011, emitida por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) fue presentada, donde se detallan resultados esperados, también resalta cinco ejes claves sobre los que se debe trabajar en una primera etapa que se extenderá hasta el 2013, son:

- ✓ Formación, capacitación y asistencia técnica para el sector textiló confección;
- ✓ Generar normalización para productos textiles y de confección;
- ✓ Levantar una línea base sectorial y elaborar un censo manufacturero sectorial;
- ✓ Fortalecer y crecer la cadena productiva textilóconfección; y
- ✓ Sugerir políticas públicas que permitan implementar esta agenda.

Estos puntos desarrollados pretenden tener una cadena productiva integrada en el proceso de la confección de prendas de vestir y lencería de hogar. El compromiso del Gobierno actual con la agenda del sector textil-confección es fundamental para lograr los objetivos identificados. Si no contamos con políticas públicas que estimulen la producción nacional, difícilmente se logrará el objetivo deseado de desarrollar esta cadena productiva.

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), las capacitaciones se las realiza para brindar oportunidades, beneficios y un nivel de estandarización en la labor de los artesanos. En el 2012 impartirá capacitación en Plan de Negocios y cómo Acceder a Financiamiento del Sector Público, Manejo de Páginas Gubernamentales y Tecnificación Artesanal, dentro del Plan Anual del SECAP, Junta Nacional de Defensa del Artesano (JNDA) y Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (MIPRO).

En la provincia de Santa Elena según datos proporcionados por la Junta Provincial del Artesano el 24 de Mayo del 2012. Alrededor de 40 actividades artesanales ejercen los habitantes de este sector del país entre los más conocidos están: las de belleza, ebanistería, sastrería, panadería, serigrafía, bisutería, refrigeración, entre otras; con un número de 396 artesanos calificado y registrados en la JNDA.

#### **CUADRO N°. 5**

##### **ARTESANOS REGISTRADOS EN LA JNDA**

<b>CANTONES</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>SANTA ELENA</b>	186
<b>LA LIBERTAD</b>	222
<b>SALINAS</b>	52
<b>TOTAL</b>	460

*Fuente: Junta Provincial del Artesano  
Elaborado por: Maritza Merejildo*

La presidenta de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de la Provincia de Santa Elena, Sra. Araceli Ramírez el 24 de Mayo del 2012 reconoce que en la provincia, las personas dedicadas a esta actividad, tienen sus conocimientos basados en la experiencia, lo cual no fue impedimento para que tengan esta actividad como su fuente de trabajo.

Cabe mencionar que la Junta Provincial del Artesano, actualmente están preparando los módulos dictados por capacitadores de la JNDA, entre los cuales los sastres y modistas también están haciendo parte de este ciclo de tecnificación.

La escasa inversión extranjera directa que recibe este sector y también los bajos niveles de inversión realizadas por los propios ecuatorianos provoca que la condición del artesano en la provincia sea poco estable, por tanto, existe el compromiso de todos, en especial de quienes gobiernan, propiciar las condiciones mínimas de seguridad para que la inversión empiece a fluir.

El 18, 19 y 20 del mes de mayo del 2012 en un evento organizado por la Subsecretaría Regional del MIPRO del Litoral, Banco Nacional de Fomento y el Servicio de Rentas Internas (SRI), cuyo objetivo era el promover la participación del sector artesanal en el Sistema de Contratación Pública. Durante esta capacitación, se socializó del sistema de identificación de personas naturales con obligaciones tributarias RUC y al servicio crediticio impulsado por el Banco Nacional de Fomento; esto permitirá que los artesanos sean debidamente registrados y sean sujetos de crédito.

La materia prima que adquieren los artesanos provinciales en ciertos casos son comprados directamente a los proveedores, logrando con ello disminuir el costo de su producción, mientras que otro grupo de artesanos que no disponen de los recursos les resulta más complicado, por lo cual limitan su desarrollo.

La comuna Río Verde del cantón Santa Elena, tiene como actividad la confección de prendas de vestir, que es solicitada por personas que llegan a la localidad, inicialmente los artesanos trabajaban de modo independiente, sin embargo en busca de lograr mayores beneficios, decidieron formar una Asociación para mejorar sus ingresos y optimizar recursos que les ayude en su calidad de vida.

Conformada la Asociación han canalizado y gestionado actividades que han brindado beneficios, destacando la colaboración del Club Rotario de Guayaquil por las capacitaciones sobre alta costura a los artesanos dedicados a la sastrería y modistería a través del Instituto Artesanal de la comuna, durante 4 meses.

De igual forma, la Universidad de Guayaquil ha colaborado con charlas y talleres teórico-prácticos, las mismas que han servido para perfeccionar técnicas en la confección de diversos tipos de prendas de vestir elaboradas en la comuna.

Como producto del análisis a la situación de la Sociedad de Artesanos de la Comuna Río Verde, se describen la siguiente problemáticas:

- **Limitados conocimientos.-** Al referirse a este punto, se trata del ingreso de nuevos socios a la institución artesanal que tienen pocas habilidades y mínimos conocimientos de la labor; sintiéndose limitados por falta de práctica, lo que se contrapone con los años de experiencia de los socios fundadores, creando una debilidad interna al momento ejercer la actividad, a su vez está ocasionando retrasos en la entrega de los trabajos encomendados por los clientes.
  
- **Inexperiencia técnica.-** El personal que es parte de la Asociación a pesar de las capacitaciones recibidas, no cuentan con el suficiente conocimiento técnico, además de trabajar con herramientas y maquinarias antiguas, lo que genera errores de fabricación, modelos desactualizados y poco atractivos. Esta falta de experiencia se deriva en una falta de responsabilidad por parte de los asociados, que hace que se limite el desarrollo de la institución.
  
- **Desinterés de los artesanos.-** En la institución gremial de sastres y modistas, se presenta esta situación porque sus integrantes pocas veces son convocados y consultados sobre la organización de la misma.

Otra situación que origina el desinterés de los artesanos, es la falta de evaluación y socialización de los riesgos económicos e inversiones de la actividad productiva. Además de la carencia de comunicación o información sobre cambios y decisiones que se toman a nivel institucional.

- **Poca motivación laboral.-** Una de las causas que produce el poco rendimiento de los colaboradores que conforman esta institución es que carecen de un sitio adecuado que cumpla con las mínimas características de un lugar propicio para un agradable ambiente de trabajo, que cuente con las seguridades básicas y esenciales para el desarrollo de sus labores cotidianas. Además el trabajo que efectúan es mal remunerado y carecen de los beneficios de ley, tales como: afiliación al seguro, seguro de vida, etc.
  
- **Poco desarrollo profesional.-** Esto se origina por diversos motivos, entre ellos, el conformismo personal, prestando poca atención al progreso y futuro profesional, además la falta de acción por parte de las máximas autoridades de la Asociación para buscar los medios o estrategias necesarias para un desarrollo profesional íntegro. También la escasa presentación de proyectos o cualquier otra gestión que permita su superación como profesionales.
  
- **Reducida gestión administrativa de la directiva.-** Debido a los escasos conocimientos administrativos, el sentido de la responsabilidad y la voluntad de trabajar con un objetivo en común se ha perdido a nivel institucional, lo que limita la gestión de parte de los directivos.

Es posible que presenten nuevas alternativas que preserven la equidad en las relaciones y el apoyo al desarrollo interno de la Asociación y que esto ayude al progreso de la comunidad, siempre que la gestión de la directiva de la institución, le proporcionen al capital humano, capacidades, reconocimiento y credibilidad.

Los eventos inesperados que se originan por la falta de una planificación administrativa genera que haya demora en el progreso de la Asociación; y, que la inseguridad provoque falta de acciones para evitar sucesos que conlleven a tener elevados gastos operacionales y sufrir pérdidas económicas.

La Asociación carece de una estructura organizacional, con áreas como: administrativas. Donde se puedan acercan a dar sus sugerencias u opiniones; financiero, para un acertado control de ingresos y egresos; de compras, que es de importancia para elegir a proveedores y cumplir con las expectativas, satisfacer las necesidades de los clientes, lograr el desarrollo del negocio.

- **Falta de organización para la búsqueda de fuentes de financiamiento.-** Otra causa del poco desarrollo institucional, es que debido a la naturaleza del negocio da como resultado que el financiamiento requerido a las entidades financieras, haya sido negado, haciendo desistir a los socios, por las garantías excesivas para otorgar los créditos, provocando que el trámite sea agotador y engorroso; esto ocasiona que los socios opten por alternativas en contra de la ley, recursos provistos por comercios informales, que carecen de garantías legales.

La ausencia de financiamiento eficiente y efectivo es reconocida como un factor clave que impide que la Asociación, en proceso de crecimiento, pueda expandirse y ser competitiva. Las dificultades de acceso al crédito no se refieren simplemente al hecho de que no se pueda obtener fondos a través del sistema financiero sino también porque la gestión es insuficiente.

- **Escasa participación en el mercado.-** La Asociación Artesanal en la provincia de Santa Elena tiene una participación mínima en la distribución de prendas de vestir. La falta de una estrategia de acción que describa el mercado hacia donde desean proyectarse, limita el desarrollo económico e institucional.

Carecer de los conocimientos de la diversidad, tendencias de la moda actual ya sea nacional o internacional y el espacio físico para exponer su producto terminado, minimizan su participación en el mercado y con ello su proyección como una entidad reconocida a nivel nacional.



Al momento de realizar la comercialización del producto terminado, lo hacen sin tomar en cuenta la ganancia que debe generarles, lo efectúan sin procesos que les garanticen utilidades sobre sus transacciones productivas, es decir que minimizan su rentabilidad, desvalorizando su trabajo, lo cual se convierte en una barrera para el impulso económico y profesional que se necesita para lograr el desarrollo de la comuna.

- **Inexistencia de un Plan de Negocios.-** El Plan de Negocios es una herramienta que muestra en este caso, las actividades a realizar en beneficio del crecimiento empresarial de la Asociación Artesanal.

La ausencia de un Plan de Negocios que permita incrementar el trabajo que se realiza en la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, le impide contar con un instrumento que les ayuda a la identificación y análisis del mercado en el que actualmente se encuentran y en el cual escasamente tienen participación.

Al mismo tiempo que no les permite realizar una planificación acorde a la actividad que tienen, lo cual representa una barrera para desarrollarse como una institución sólida, con un crecimiento y una estabilidad económica y laboral, que procure disponer de una administración con capacidades y aptitudes, que aporten al desarrollo de su labor productiva.

#### **4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Qué incidencia tiene la inexistencia de un Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2012?

## **5. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.**

1. ¿Cuáles son las causas de la falta de preparación técnica y poco conocimiento en la confección de prendas de vestir en la Asociación Artesanal?
2. ¿Por qué se origina el desinterés de los socios en las actividades que realizan en la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna de Río Verde?
3. ¿Por qué en la actualidad la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna de Río Verde carece de recursos para su desarrollo profesional y laboral?
4. ¿Cuáles son las causas para una reducida gestión administrativa?
5. ¿Cuáles son los factores que impiden que sean reconocidos en el medio, de acuerdo a la actividad que realizan?
6. ¿Qué medios o estrategias han utilizado hasta ahora para la comercialización de sus prendas de vestir?
7. ¿Por qué es necesario que este grupo tenga una guía para desarrollar esta actividad de manera que puedan obtener las ganancias?
8. ¿Qué técnicas utilizará en la recolección de datos que dirija la propuesta?
9. ¿Cuál es el diseño metodológico que se desarrollará en la investigación?

## 6. JUSTIFICACIÓN

La importancia del artesano ecuatoriano es que, no solo son productores sino que se han convertido en maestros formadores y para lograr eso, deben estar preparados en la parte teórica, legal y práctica. Se encuentran agremiados de acuerdo a sus especialidades y representadas por la Junta Nacional de Defensa al Artesano.

La provincia de Santa Elena, acoge una variada actividad artesanal reconocida a nivel local, nacional e internacional. La comuna Río Verde del cantón Santa Elena alberga a la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas, dedicada a la confección de prendas de vestir, cuyo mercado principal es el cantón Guayaquil.

A pesar del territorio ganado, la institución detecta varias falencias; por ello, la **importancia** del presente trabajo de investigación debido a que necesita ejercer liderazgo en su propio entorno que permita mayor confianza, credibilidad y estabilidad tanto para su personal, la organización y la comunidad.

El trabajo de investigación cumple con la **necesidad** de identificar fortalezas y debilidades de la Asociación Artesanal de la comuna Río Verde, plasmando las debidas estrategias a través de un plan de negocios coherente con la realidad del sector, permitiendo a sus directivos tomar las decisiones más idóneas que permitan mejorar la situación actual de sus asociados.

Los habitantes dedicados a la actividad de confección de ropa se encuentran limitados en el desarrollo profesional, debido a que necesitan varios recursos para aumentar su comercialización y sus dividendos, considerando **oportuno** la propuesta de un Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde, generando varias alternativas, desde el punto de vista de sus integrantes en el presente trabajo de titulación.

Se busca que la actividad que realiza la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde, sea un referente de impulso económico de este sector de la provincia de Santa Elena, para que sea reconocido por la calidad de las prendas de vestir que confeccionan, esto es **pertinente** para que los habitantes de esta localidad puedan vivir ese desarrollo participativo, capaz de introducir elementos necesarios para el crecimiento económico, resultando atractivo para el consumidor de la localidad y del país.

La aplicación del plan se considera **factible** por aportar ventajas económicas por los costos que se determinarán en el análisis financiero y también en lo comercial, a la vez que generan beneficios para los miembros de la Asociación y a la comunidad. Permite determinar si las prendas de vestir que ofrecen tienen un mercado adecuado y su rentabilidad no como posibilidad, debe ser algo real, entonces: se establecerá posibles estrategias para explotarlo y lograr que se descubra a la competencia existente y evaluar la posición en el medio comercial.

Con la presente propuesta se logrará llegar a nuevos sectores, mediante la venta de las prendas de vestir, confeccionadas por sastres y modistas de la localidad, **beneficiando** a 80 socios, mejorando las condiciones de vida de la comuna, sea a corto, mediano o largo plazo, además se considera como beneficiarios a los clientes que dispondrán de un lugar cercano para la compra de su vestimenta y proveedores por el aumento de los pedidos del material para la confección.

## **7. OBJETIVOS**

### **7.1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un Plan de Negocios considerando el proceso administrativo para la mejora de la comercialización de la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2012.

### **7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar teóricamente el Plan de Negocios para la Asociación Artesanal, considerando los criterios científicos que aporten a las mejores decisiones.
- Diagnosticar la situación actual de la Asociación, a través de la aplicación de herramientas de investigación oportunas y adecuadas.
- Recopilar la información mediante la aplicación de herramientas determinando las fortalezas y debilidades de la Asociación existentes en el área de comercialización.
- Diseñar un Plan de Negocios que permita contrarrestar las debilidades para la formación de una estructura estable y competitiva.

## **8. HIPÓTESIS**

La elaboración de un plan de negocios mejorara la comercialización de la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, en el año 2012.

**Variable Independiente:**

Plan de Negocios.

**Variable Dependiente:**

Mejorará la comercialización.

## 8.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES

**CUADRO N°. 6  
VARIABLE INDEPENDIENTE**

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
<b>INDEPENDIENTE</b> Plan de Negocios	Es la guía de una institución, que facilita reconocer los riesgos y las oportunidades y a través de un estudio de mercado determinando las estrategias de marketing, los recursos e inversión necesaria.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Institución.</li> <li>✓ Estudio de Mercado.</li> <li>✓ Recursos e Inversiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Procedimientos del negocio.</li> <li>✓ Descripción.</li> <li>✓ Características.</li> <li>✓ Objetivos.</li> <li>✓ Tamaño del mercado.</li> <li>✓ Competencia.</li> <li>✓ Publicidad.</li> <li>✓ Identificación de Cliente.</li> <li>✓ Ventajas competitivas.</li> <li>✓ Gustos y preferencias.</li> <li>✓ Humano.</li> <li>✓ Financiero.</li> <li>✓ Materiales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Conoce usted sobre la existencia de procedimientos internos que se apliquen en la Asociación?</li> <li>✓ ¿Cómo describiría la labor que realiza?</li> <li>✓ ¿De qué manera determina las características de organización de la Asociación?</li> <li>✓ ¿Conoce la misión, visión y objetivos de la Asociación?</li> <li>✓ ¿Existe en la localidad algún taller que confeccione prendas de vestir?</li> <li>✓ ¿A quiénes considera como sus clientes?</li> <li>✓ ¿Dispone de una cartera de clientes fijos?</li> <li>✓ ¿Cómo identifica las necesidades de los clientes?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Observación</li> <li>✓ Encuesta</li> </ul>

**CUADRO N°. 7  
VARIABLE DEPENDIENTE**

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS
<b>DEPENDIENTE</b> Comercialización	Comercialización de las prendas de vestir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comercialización</li> <li>✓ Elaborar y producir las prendas de vestir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marketing</li> <li>✓ Mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Qué estrategias utilizan para cumplir con los planes de comercialización?</li> <li>✓ ¿La estructura organizacional permite ordenar el recurso humano?</li> <li>✓ ¿Existe motivación que desarrolle el liderazgo?</li> <li>✓ ¿La comunicación permite evaluar el comportamiento?</li> <li>✓ ¿Qué considera para establecer el precio de las prendas?</li> <li>✓ ¿Han creado alguna marca para el producto que ofrece la Asociación?</li> <li>✓ ¿Cuáles son las estrategias de la comercialización?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Observación</li> <li>✓ Encuesta</li> </ul>



# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.**

La Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, ubicada en el cantón Santa Elena, es creada en el 2006, por un grupo de habitantes que ejercían esta actividad de manera independiente desde el año de 1980; decidieron por lo tanto formar una Asociación que los ayude a mejorar su estatus económico y a recibir mayores beneficios.

Logrando que los socios empiecen a tener conocimientos técnicos a través de diversos convenios gestionados por sus directivos con instituciones que brinden conferencias, charlas que ayuden a mejorar técnicamente la confección de la ropa.

La actividad que realiza la Asociación radica en la confección de diversas prendas de vestir sean estas: blusas, faldas, pantalones, sacos y camisas.

Para llevar a cabo esta labor, disponen del espacio físico necesario, de la maquinaria, herramientas y el personal operativo que se requiere durante el proceso de fabricación de las vestimentas.

Cada socio tiene una tarea asignada, que comienza con la selección de la tela, la misma que es comprada o solicitada directamente a los proveedores que al igual que su mercado consumidor son de la provincia del Guayas, específicamente de la ciudad de Guayaquil, esto se debe a que el precio de sus prendas son vendidas en un valor que por lo general no representa un ingreso significativo para ello, razón por la cual la capacitación de sus trabajadores es mínima.

## **1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **1.2.1 COMERCIALIZACIÓN.**

Es posible que las personas asocien la comercialización a la distribución o logística de un producto, lo cual se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final. El objetivo de la comercialización, en este sentido, es el de ofrecer el producto en el lugar y momento en que el consumidor desea adquirirlo, de acuerdo a la necesidad que posea.

#### **1.2.1.1 DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN.**

Para determinar la definición de estos términos se considera los siguientes escritos realizados por diversos autores:

#### **COMERCIALIZACIÓN.**

La comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa que desea dar a conocer los productos o servicios que están ofertando.

CÓRDOBA, 2006, indica que la comercialización es fundamental para determinar las estrategias del proyecto. Pág. # 183.

Según CÓRDOBA, 2006, expresa: δEl potencial de comercialización comprende:

- Capacidad de investigación y desarrollo.
- Grupos de clientes con poder adquisitivo.

- Partes de gama de productos o servicios.
- Cooperación con conductos de abastecimiento y distribución de productos.  
Pág. # 184.

El criterio de RODRÍGUEZ, 2003, dice lo siguiente: El concepto de comercialización, debe ser aplicado a una organización, pero es función de mercadotecnia, determinar la demanda de los productos de la empresa, generar interés y finalmente atenderla. Pág. # 486.

KOTLER - ARMSTRONG, 2003, indica que: òEl mercado proporciona a los directores la información que necesitan para tomar la decisión en cuanto a si lanzar o no el producto nuevo.

Si la empresa decide proceder con la comercialización, la introducción del producto en el mercado. Pág. # 333.

### **1.2.1.2 ETAPAS DE COMERCIALIZACIÓN.**

#### **1.2.1.2.1 PLAN DE MARKETING.**

MUNUERA - RODRÍGUEZ, 2012, en su libro Estrategias de Marketing, expresa: que es preciso confeccionar un plan de marketing para la comercialización del producto. Tal plan debe incluir descripción del mercado objetivo y posicionamiento del producto. Pág. # 293.

En su libro Estrategias de marketing, MUNUERA y RODRÍGUEZ, 2012, indican que durante la fase inicial de la empresa se debe recoger información sobre el tamaño del mercado, crecimiento, consumidores, competencia, entorno, lo que permite seleccionar el mercado objetivo. Pág. # 293

#### **1.2.1.2.2 TEST DE MERCADO.**

MUNUERA y RODRÍGUEZ, 2012, indica que consiste en seleccionar determinadas ciudades y establecimientos en que la empresa desee competir y poner en ellos el nuevo producto. Pág. # 295.

Los objetivos de un teste de mercado son:

- Realizar ajustes pertinentes.
- Determinar el mejor de varios planes alternativos.
- Permitir la detección y búsqueda de soluciones.
- Cuantificar los costes. Pág. # 295

#### **1.2.1.2.3 LANZAMIENTO DEL MERCADO.**

Para MUNUERA y RODRÍGUEZ, 2012, el lanzamiento es: la etapa final del proceso y consiste en la ejecución del plan de marketing, con las mejoras tras el test y con el producto definido. Pág. # 298.

Según MUNUERA y RODRÍGUEZ, 2012, se consideran dos etapas:

- Entrada en todos los mercados simultáneamente. Es cuando la competencia reacciona ágilmente y la empresa se beneficia de las ventajas.
- Despliegue progresivo del producto. El producto es introducido en cadena en los diferentes segmentos del mercado objetivo. Pág. # 299.

## **1.2.2 PLAN DE NEGOCIOS.**

### **1.2.2.1 INTRODUCCIÓN.**

El plan de negocios es vital para la operación del día a día de los negocios, sin embargo no precisamente sirven para solicitar préstamos o inversiones, se necesitan los planes para optimizar el crecimiento y desarrollo de las empresas, sean estas grandes, medianas o pequeñas, de acuerdo a los planes y prioridades planteados.

Debido a que contiene proyecciones financieras, las previsiones sobre el rendimiento de su negocio y un plan de negocios, es una herramienta útil para la planificación empresarial y para cualquier persona que desea iniciar un negocio, es un primer paso vital.

Cabe destacar que todo plan es diferente, dependiendo de las ideas o productos y, por ello, al analizar varios modelos, unos contengan ciertos puntos que difieren de otros o coincidir con todos, esto es de acuerdo a lo que se desea conseguir con el plan.

Es la puntualización de las ideas del emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto. También es la guía básica que nos lleva a plasmar las ideas y a contestar las preguntas que todo proceso de creación conlleva.

### **1.2.2.2 AUTORES DE LOS PLANES DE NEGOCIOS.**

Un Plan de negocios ayuda a definir el propósito de su negocio, a planificar los recursos prioritarios y necesidades para llevar a la práctica el plan, es fundamental para la búsqueda de financiamiento y permite evaluar las oportunidades de negocio.

Según lo expresado por Carlos BALDELLI, 2008 dice que "Es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio dado y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los mismos; también menciona que "Es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha". Pág. # 15.

Con el fin de obtener capital de inversionistas externos, es necesario que el plan de negocios deba hablar el lenguaje del inversionista. Se debe saber lo que es importante y lo que no es importante para los inversionistas y como presentar su idea o concepto de una forma que tenga sentido para ellos.

De otra manera, FLORES Julio, 2007 menciona que: "perderá credibilidad de inmediato y una potencial fuente de financiamiento". Pág. # 220.

Un plan de negocios es un documento que resume los objetivos operacionales y financieros de una empresa que se va a crear o que ya está en funcionamiento y que contiene los planes detallados y los presupuestos que muestran cuales son los objetivos que se persigue y es considerado un documento interno.

Los aspectos teóricos, constituyen uno de los principales elementos conceptuales que resultan necesarios y suficientes para que se pueda preparar de manera correcta un proyecto de negocios en forma operativa, que ayude al desarrollo interno de una empresa.

### **1.2.2.3 IMPORTANCIA DE LOS PLANES DE NEGOCIO.**

Un Plan de Negocio es importante, no solo para los gerentes noveles sino también para todas las empresas en general y en especial de las nuevas iniciativas empresariales, radica en que es la carta de navegación de la firma, que guiará su rumbo desde el puesto de salida hasta el de llegada.

La importancia del plan se debe a la información que este documento proporciona también es necesario mencionar que existe una diversidad de elementos importantes que hacen parte de un plan de negocios, debido a que se describe la actividad empresarial.

VELASCO Félix, 2007, la expresa: "En él se consignan las estrategias más importantes en aspectos claves como el mercado y las finanzas. Además, es una herramienta imprescindible para encontrar el capital necesario". Pág. # 13 -14.

Para la elaboración del Plan se debe considerar las necesidades, objetivos y alcances para lo cual hay que tener en cuenta que las condiciones de los mercados cambian rápidamente.

En la provincia de Santa Elena, la actividad más considerable es la turística y la pesquera, por lo cual se debe buscar la manera de impulsar la actividad de la confección de ropa, evaluando el desempeño de la Asociación de Sastres y Modistas, definiendo los logros que se desean alcanzar, asegurando que va a ser factible y decidir la asignación apropiada de recursos.

De acuerdo a Julio FLORES, 2007, los planes de negocios tienen su importancia debido a que:

- ✓ Brinda la posibilidad de explicar, proyectar y evaluar los supuestos de base del negocio.
- ✓ Permite reducir los riesgos del proyecto, tomar decisiones con más información y de mejor calidad.
- ✓ Establece un plan estratégico para la empresa y una serie de metas que permiten evaluar el desarrollo del plan estratégico.

- ✓ Permite conocer en detalle todas las facetas del negocio.
- ✓ Evalúa el estado actual y futuro de la empresa y del entorno.
- ✓ Establece objetivos y metas de corto y largo plazo.
- ✓ Define los requerimientos de todo tipo, en un panorama de tiempo establecido y las formas de consecución de ellos

#### **1.2.2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS PLANES DE NEGOCIOS.**

Es necesario que se resuelva que esto constituye una prueba experimental de lo que será la realidad. Si en la fase de creación del plan de negocio, se descubre que existe la posibilidad de fracasar, no se habrá producido ningún daño irreparable. MUÑIZ Luis, 2010, dice: òsi se descubre más tarde, dicha posibilidad podrá tener efectos desastrosos en el negocio, para los clientes, para los inversores y para los empleados de la empresaö. Pág. # 24 ó 25.

Existen características de los Planes de Negocios, de acuerdo a las necesidades de las personas u organizaciones que deseen elaborarlo, es así que para el desarrollo del presente trabajo, se consideró las siguientes:

- Obliga a las personas que están creando la empresa a analizar su idea de negocio, lo que asegura que esta tenga realmente un gran impacto.
- Muestra las carencias en el conocimiento existente y ayuda a mejorar de forma eficaz y estructurada.
- Aseguran que se toman decisiones, de forma que se adopte un método.



- Sirve como herramienta central de comunicación para los diversos participantes del proyecto.
- Hacer surgir la lista de recursos que se van a necesitar y de este modo, permite conocer los recursos necesarios.

#### **1.2.2.5 MODELOS DE PLANES DE NEGOCIOS.**

En esta etapa del proceso, cuando la idea de negocio está definida, es momento de establecer los marcos de acción sobre los cuales la empresa funcionará. Wallace Stettinius, del año 2009, explica, òpara formular e implantar una estrategia, hay que tener un conocimiento profundo del modelo de la empresaö. Pág. # 51.

El modelo de negocio de una organización tiene en cuenta las realidades que determinan la rentabilidad de la empresa: volumen e ingresos, costes y rentabilidad, y capitalización.

El modelo del Lic. Carlos Baldelli, de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa, en su libro, Como armar un plan de negocios, del año 2009, indica que el plan de negocios es: òun documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio dado y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los mismosö. òEl Plan de Negocios es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marchaö. Pág. # 15.

En el libro de Mogens Thomsen, El plan de negocios dinámico, del año 2009, dice que òel plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado ó en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores, y fuentes de financiamientoö. Pág. # 7.

Los modelos de plan de negocios antes mencionados por diversos autores, sirven de referencia y por lo tanto se resuelve combinarlos, incluyendo en el modelo final de la propuesta: la naturaleza del negocio, organización, el mercado, producción y la evaluación financiera, etc.

Esta guía permitirá que la Asociación artesanal, disponga con un plan por escrito y detallado de los pasos a seguir, para tenerlo como un punto de referencia en el análisis del estado actual y futuro de la institución, para luego realizar investigaciones comparativas de la evolución y tener datos sobre la aceptación que ha alcanzado desde el inicio de sus actividades artesanales en la sastrería y modistería.

#### **1.2.2.6 LOS PLANES DE NEGOCIO Y SU INFLUENCIA EN LAS ASOCIACIONES.**

El plan de negocios facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados empresariales actuales, ninguna clase de empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible.

Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo.

El hecho de contar con un plan de negocios no asegura el éxito de una empresa o negocio, ni tampoco el no contar con uno nos condena al fracaso, simplemente nos hace el camino más fácil y más certero; VINIEGRA Sergio, 2007, indica: ñque nos ayuda a anticipar todos los aspectos claves que vamos a encontrar en el camino pudiendo desarrollar una estrategia anticipada de cómo enfrentarlos y superarlos para alcanzar de manera más eficiente nuestros objetivos. Pág. # 19.

Los planes de negocios influyen en las asociaciones artesanales, de manera positiva, por lo tanto Oscar MODOERY, 2007 en su libro Ciudadanía, territorio y desarrollo endógeno, en emprendimiento textiles ó indumentarias artesanales, hace mención de lo que genera esta influencia y donde hace mención a lo siguiente:

- ✓ Promover el fortalecimiento y crecimiento de emprendimientos textiles artesanales a través de la asistencia técnica en diseño para la innovación de producto.
- ✓ Promover la creación y el desarrollo de nuevos emprendimientos mediante la asistencia técnica y capacitación en gestión de negocios.
- ✓ Promover la instauración de una marca regional de identificación de productos textiles.
- ✓ Diseñar un plan comercial para colocar en los mercados los productos textiles artesanales. Pág. # 77.

### **1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.**

#### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Octubre del 2008.**

En la **Constitución de la República del Ecuador**, en el **título I** sobre los **elementos constitutivos**, en el **capítulo I** en su **art. 3**, en el **literal 5** dice que se debe planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir y el **literal 6** del mismo capítulo: el de promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

En el **Título II de Derechos** en el **Capítulo Sexto** en su **art. 66** indica en sus literales 2, 15, 16, 17, 26 y 27, los derechos a una vida digna, como también al de acceder a trabajo libremente, que implica una libre contratación, derecho a la propiedad según las políticas públicas vigentes y el estar en un ambiente sano.

En el **art. 276** del régimen de desarrollo tendrá el siguiente objetivo descrito en el **literal 2**: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

En el **Título VI del Régimen de Desarrollo, el Capítulo tercero** en el **art. 281**, en el **literal 1** menciona: impulsar la producción de las pequeñas y medianas unidades de producción, y el literal 5 se refiere a los mecanismos de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras.

**El Capítulo cuarto de Soberanía económica, Sección primera**, en el **art. 283** indica: El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

El **Art. 284** sobre la política económica en el **objetivo 7** que dice sobre mantener la estabilidad económica, y el **objetivo 8** que es propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

**El Capítulo cuarto de Soberanía económica** en su Sección segunda que refiere a la Política fiscal, tiene como objetivos establecido en el **art. 285**, descritos en los literales 1, 2 y 3 que habla del financiamiento de servicios, redistribución del ingreso por medio de transferencias y en la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía.

El **Capítulo cuarto de Soberanía económica** en el art. **304** en su **literal 1** expresa: Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo y en el **art. 306**: El Estado promoverá las exportaciones con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El **Capítulo sexto de Trabajo y producción** en su Sección primera sobre las Formas de organización de la producción y su gestión en el **art. 319** expresa: Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El **Art. 320**: En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente y el **art. 328**: La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia.

El **Capítulo sexto de Trabajo y producción** en el **art. 334** indica: El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá de acuerdo al **literal 1** que dice: Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.

El **Capítulo sexto de Trabajo y producción** en la sección quinta Intercambios económicos y comercio justo el **art. 335** dice: El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El **Art. 336** habla sobre el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

### **LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO, 7 – Septiembre – 1998.**

La Ley de Defensa al Artesano entre sus artículos hace referencia a las actividades en que están enmarcados como: artes, oficios y servicios; los mismos que deben estar organizados como asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales. Se definen los siguientes términos, dentro del art. 2:

a) **Actividad artesanal:** Como la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;

b) **Artesano:** El el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo, desarrolla su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implemento de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios.

d) **Operario:** Persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y dejando de ser aprendiz, contribuye a la colaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro taller.

La **Ley de Defensa del Artesano** concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

**CUADRO N° 8**

<b>BENEFICIOS ARTESANO CALIFICADOS</b>	
<b>LABORALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exoneración de pago de décimo tercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices.</li> <li>- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices.</li> <li>- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.</li> </ul>
<b>SOCIALES</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.</li> <li>2. Acceso a las prestaciones del seguro social.</li> <li>3. Extensión del seguro social al grupo familiar.</li> <li>4. No pago de fondos de reserva.</li> </ol>
<b>TRIBUTARIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Facturación con tarifa 0% (I.V.A.).</li> <li>✓ Declaración semestral del I.V.A.</li> <li>✓ Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías.</li> <li>✓ Exoneración del pago del impuesto a la renta.</li> <li>✓ Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales.</li> <li>✓ Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal</li> </ul>

El **art. 18** hace mención a la obligatoriedad la afiliación de trabajador artesanos al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social; lo que comprende a este seguro social lo indica el art. 19 que menciona el seguro de enfermedad, maternidad, invalidez, vejez, muerte, accidentes de trabajo y enfermedades profesionales que protegerá a artesanos y sus operarios y aprendices.

En el **art. 20** se refiere a las prestaciones de los seguros que otorga el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a sus actuales afiliados; y el art. 21 expresa que fondos del Seguro del Artesano son:

a) El aporte personal del ocho por ciento de la renta líquida de cada artesano. La recaudación de este aporte se realizará de acuerdo con el Reglamento que, al efecto, dicte el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;

b) El aporte estatal del trece por ciento de la renta líquida del artesano, que se computará y pagará anualmente con cargo a la partida del Presupuesto del Estado, que se creará para el efecto; y,

c) Las primas del Seguro de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales que serán pagadas por el Estado y que se fijarán por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de acuerdo con el dictamen de su Departamento Matemático Actuarial, a base de tarifas que cubran las prestaciones, los capitales constitutivos de las rentas líquidas y los gastos administrativos. Las primas se fijarán en proporción al monto de los sueldos y salarios, a los riesgos inherentes a la artesanía y a la actividad peculiar del trabajador.

**Art. 22.-** El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social destinará anualmente un tanto por ciento de los fondos que aportaren los artesanos, operarios y aprendices de acuerdo con cálculos actuariales, para la construcción de viviendas, casas y departamentos baratos para el uso exclusivo de tales afiliados.

## **REGLAMENTO DEL CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN, 29 de Diciembre del 2010.**

En el **TÍTULO II del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria** en el **art. 22** indica que se establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia, en el **literal e** expresa: financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.



En el código de la producción en su **art. 53** expresa que la micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales.

En la **reforma al reglamento Tributario** en el **título I** de las definiciones aplicables del desarrollo productivo y órganos de competencia en su capítulo I indica que Artesanos es la persona natural o jurídica que de acuerdo a su tamaño serán considerados como micro, pequeñas o medianas empresas tomando en cuenta el nivel de ventas anuales y el número de empleados con los que cuente.

**De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción** el **Art. 57** en concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y recursos productivos y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas.

El **art. 58** que se refiere a la **implementación de procesos de democratización de la transformación productiva** el **art. 59** se toma en cuenta los literales c y e, que se trata de apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES y el apoyo al desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas.

#### **LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 10 de Mayo del 2011.**

En la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas.

En el **Título II, capítulo I**, el **art. 15** define al sector comunitario como al conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

En la **sección 3 del título II De las Organizaciones del Sector Cooperativo** el **art. 24** indica que las Cooperativas de producción son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, entre las que se consideran las artesanales.

El **art. 25** indica acerca de las organizaciones del sector cooperativo sobre las cooperativas de consumo que tienen por objeto abastecer a sus socios de cualquier clase de bienes de libre comercialización; tales como: de consumo de artículos de primera necesidad, de abastecimiento de semillas, abonos y herramientas, de venta de materiales y productos de artesanía.

En el **capítulo II** de las **Unidades Económicas Populares**, el **art. 73** expresa que son las dedicadas a emprendimientos unipersonales, comerciantes minoristas y talleres artesanales, etc.; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios, fomentando la Asociación y la solidaridad.

En el **art. 77** define al artesano como el trabajador manual, que desarrolla su actividad y trabajo personalmente, de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia.

**ACUERDO MINISTERIAL 0005 DEL MINISTERIO DE RELACIONES  
LABORALES, REGISTRO OFICIAL No. 629 Enero 30 de 2012.**

Expresa acerca de los requisitos para la Aprobación Estatutos de las Organizaciones Artesanales Simples Gremios de Maestros o Asociaciones Interprofesionales de Maestros y Operarios que deben cumplir son:

1. la Solicitud de aprobación del Estatuto dirigida al Sr. Ministro, señalando con precisión la dirección completa, número de calle, parroquia, cantón, provincia, número telefónico, fax, casilla postal, si tuviere; (con el auspicio de un abogado en libre ejercicio profesional);
2. Tres ejemplares del acta constitutiva, las mismas que contendrán: Lugar fecha de la reunión constitutiva, la constancia expresa de asociarse, nombres y apellidos y firma autógrafa de los socios fundadores. Esta acta deberá ser debidamente legalizada por el Secretario provisional de la entidad en formación.

Otros de los requisitos que debe presentar son:

- ✓ Tres ejemplares del Estatuto, certificados y firmados por el Secretario Provisional, con la indicación de que el mismo fue discutido y aprobado en dos sesiones de fechas diferentes por parte de la Asamblea General;
- ✓ Nómina de los socios fundadores por duplicado, con la indicación en orden alfabético de: nombres y apellidos completos, domicilio, nacionalidad, profesión u oficio, número de cédula de ciudadanía y firmas autógrafas si son personas naturales, debiendo adjuntarse copias fotostáticas de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación de la última elección.

En el caso de un Gremio de maestros de Taller, deben presentar copias certificadas, mínimo 15 títulos de maestros de taller de la misma rama artesanal.

Para las asociaciones interprofesionales de maestros y operarios, deben presentar copias certificadas de mínimo 8 títulos de maestros de taller en diferentes ramas artesanales, para los operarios certificación de los maestros de taller; y, Nómina de la directiva provisional, por duplicado, con la indicación de nacionalidad, sexo, profesión u oficio, lugar o centro de trabajo y domicilio de cada uno de ellos.

**Del salario digno** en el **art. 1** se lo determina dividiendo el costo promedio de la canasta básica familiar del año 2011, para el número de perceptores del hogar determinados por el INEC, que servirá de base para calcular la compensación económica que cancelará el empleador al trabajador hasta marzo 31 del 2012.

**Art. 2.- De la compensación económica.-** Se define como tal al valor de la diferencia entre el salario digno definido en el artículo anterior y el ingreso mensual percibido por el trabajador, de acuerdo a los componentes establecidos en el artículo 9 del COPCI, durante el año 2011. Esta compensación económica deberá pagar el empleador a los trabajadores que durante el año 2011 no hubieren percibido el monto del salario digno determinado en el presente acuerdo.

Los empleadores, sociedades o personas naturales obligadas a llevar contabilidad, que hubieren generado utilidades en el ejercicio económico 2011 o que hubieren pagado anticipo al impuesto a la renta inferior a la utilidad, estarán obligados a cancelar la compensación económica para alcanzar el salario digno.

Para la aplicación de lo anterior, se entenderá como utilidades a aquellas que resultan de restar de la utilidad contable los siguientes rubros teniendo en cuenta la información registrada en la declaración de impuesto a la renta presentada al Servicio de Rentas Internas:

- a) La participación de utilidades a trabajadores;
- b) El impuesto a la renta causado o el anticipo de impuesto a la renta, el que fuere mayor; y
- c) Reserva legal.

**Art. 5.- Control del Cumplimiento.-** Todos los empleadores al momento de registrar el Informe Empresarial sobre participación de utilidades 2011, en la página web del Ministerio de Relaciones Laborales, completará la información solicitada por el sistema para identificar a los trabajadores que deben recibir la compensación económica por no haber alcanzado el salario digno.

Una vez que el empleador ingrese la información de los trabajadores al sistema, se generará el reporte de la compensación económica de salario digno con el respectivo valor que el empleador debe pagar a cada uno de sus trabajadores.

Imprimirá dicho reporte que deberá hacer firmar a los trabajadores que recibieron el pago, y lo presentará en el Ministerio para su legalización, junto al informe empresarial de participación de utilidades, de acuerdo al cronograma de legalización que es publicado anualmente por el Ministerio de Relaciones Laborales en su página web.

**Art. 6.- Sanciones.-** De identificarse el no pago de la compensación económica para el salario digno por parte del empleador, en los términos señalados en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y en el presente acuerdo ministerial, a cada uno de sus trabajadores, el empleador será sancionado con un valor igual al 25% de la compensación económica no pagada a los trabajadores, en la forma y medios que el Ministerio lo establezca, sin perjuicio del correspondiente pago de la compensación a la cual está obligado.

## **CÓDIGO DE TRABAJO, 16 de Diciembre del 2005.**

En el **Código De Trabajo** en el **capítulo III** sobre los artesanos en el **art. 285** comprende a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos. Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller.

En las facultades de artesanos y aprendices el **art. 290** dice que los maestros titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado y mantener sus talleres. Los aprendices u operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo que organice la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

El **art. 295** sobre la responsabilidad del artesano dice que todo artesano es responsable de la entrega de la obra que se compromete a ejecutar. Caso de no entregarla el día señalado, el contratista tendrá derecho a la rebaja del 1% sobre el precio pactado, por cada día de retardo, hasta la fecha de la entrega.

El monto de la rebaja no puede exceder del precio de la obra, el **art. 296** habla sobre las normas para el caso de que el contratista no retire la obra dentro de los ocho días siguientes a su vencimiento, indica las siguientes reglas:

1. El artesano que hubiere suministrado los materiales podrá, a su arbitrio, exigir que se le reciba la obra o venderla por su cuenta. Del producto de la venta devolverá, sin interés, los anticipos y tendrá derecho a una indemnización equivalente al diez por ciento del precio pactado, sea cual fuere el valor en que la vendiere;

2. Si los materiales hubieren sido suministrados en su totalidad por el contratista, el artesano no podrá venderla y la consignará ante el Juez del Trabajo, quien notificará a la otra parte para que la retire pagando su precio. Transcurridos cinco días desde la notificación, dicha autoridad ordenará la venta de la obra en subasta.

Del producto de la venta se pagará al artesano el precio estipulado deducidos los anticipos, más una indemnización del uno por ciento sobre el precio de la obra, por cada día de retardo en el pago. El saldo, si lo hubiere, se entregará al contratista;

3. Si los materiales hubieren sido suministrados por las dos partes, el artesano no podrá vender la obra por su cuenta y deberá consignarla, procediéndose como en el caso anterior. Del producto de la venta se descontará a favor del artesano el valor de sus materiales.

Si el valor de los materiales proporcionados por el artesano fuere considerablemente superior al de los suministrados por el contratista, el juez podrá ordenar la venta después de tres días de hecha la notificación a que se refiere el inciso primero del numeral anterior;

4. En los casos de las reglas 1 y 3 de este artículo, el contratista podrá retirarla en cualquier tiempo antes de la venta, pagando al artesano el precio pactado y la correspondiente indemnización; y,

Los artesanos jefes de taller están sometidos, con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas e indemnizaciones legales por despido intempestivo.

Los operarios gozarán también de vacaciones y rige para ellos la jornada máxima de trabajo, de conformidad con lo dispuesto en este Código.

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009 – 2013, 5 de Marzo del 2010.**

El **Objetivo 1** que dice **Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad** se refiere a la necesidad de contar con mecanismos de distribución y redistribución de la riqueza con la inclusión social y productiva de los grupos menos favorecidos reconociendo la diversidad en un sentido amplio, y promoviendo la gestión sostenible del patrimonio natural.

Entre las políticas y lineamientos que se consideran de este objetivo está el **1.3.**, que habla de promover la inclusión social y económica con enfoque de género, intercultural e intergeneracional para generar condiciones de equidad, donde indica que se debe fortalecer el sector financiero público y popular y solidario para el desarrollo de actividades productivas y para satisfacer las necesidades de la población.

En la política **1.8** donde habla de impulsar el Buen Vivir rural dice sobre mejorar las condiciones para el abastecimiento de insumos productivos, la producción primaria, el procesamiento, la comercialización y distribución, se deben generar espacios y mecanismos de intercambios de bienes y servicios y promover cadenas cortas de comercialización para generar mercados con precios justos y promover la soberanía alimentaria y las complementariedades entre el campo y la ciudad.

El **Objetivo 2** que explica sobre **mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía** indica que se requiere de acciones armónicas e integrales en cada ámbito. Mediante la atención adecuada y oportuna de la salud, se garantiza la disponibilidad de la máxima energía vital; una educación de calidad favorece la adquisición de saberes para la vida; con la cultura, se define el sistema de creencias y valores que configura las identidades colectivas; el deporte, constituye un soporte importante de la socialización, en el marco de la educación, la salud y, en general, de la acción individual y colectiva.



En este objetivo la **política 2.4.**, sobre **generar procesos de capacitación y formación continua para la vida, con enfoque de género, generacional e intercultural articulados a los objetivos del Buen Vivir** indica que se debe diseñar y aplicar procesos de formación profesional y capacitación continua que consideren las necesidades de la población y las especificidades de los territorios.

El **objetivo 6** que enuncia sobre **Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas** indica que el trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias.

Dentro de este objetivo la **política 6.1** cuyo enunciado dice: **Valorar todas las formas de trabajo, generar condiciones dignas para el trabajo y velar por el cumplimiento de los derechos laborales** en sus literales a, b, y e, se refiere a los derechos laborales, la legislación laboral, los mecanismos de control y a las prestaciones de seguridad social eficiente, transparente, oportuna y de calidad para las personas trabajadoras, sean las formas de trabajo que desempeñen.

En la **política 6.2** que manifiesta el de **impulsar el reconocimiento del trabajo autónomo, de cuidado humano, familiar y de autoconsumo, así como la transformación integral de sus condiciones** para lo cual el cuantificar y visibilizar el aporte del trabajo de cuidado humano, autoconsumo y autosustento, así como incrementar la cobertura de seguridad social y capacitación a quienes cuiden a personas con discapacidad que requieran atención permanente

**Fomentar la asociatividad como base para mejorar las condiciones de trabajo, así como para crear nuevos empleos** es la **política 6.3**, donde indica el apoyo a las iniciativas de producción y de servicios de carácter asociativo y comunitario con mecanismos específicos de acceso al crédito y a otros factores productivos, compras y contratación pública con condicionalidades positivas para promover la asociatividad.

**Política 6.4. Promover el pago de remuneraciones justas sin discriminación alguna, propendiendo a la reducción de la brecha entre el costo de la canasta básica y el salario básico** que indica revisar anualmente el salario básico establecido en la ley, por sectores de la economía.

La **política 6.5**, acerca de impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, en los literales b, c, h, i y j habla sobre la adopción de políticas fiscales, tributarias y arancelarias que estimulen y protejan a los sectores de la economía, incluida la actividad artesanal, fortalecer, promover iniciativas económicas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, apoyar líneas de producción artesanales, generar condiciones que promuevan la permanencia en el país de profesionales, técnicos y artesanos, y promover los talleres artesanales como unidades de organización del trabajo.

En el **objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible**, el cual tiene su Fundamento en la Constitución del 2008 dice: que el sistema económico ecuatoriano es social y solidario; sin embargo, esta no es una caracterización exacta de la realidad actual sino un gran objetivo a alcanzar.

Para llegar a un sistema económico soberano regido por el òBuen Vivirò, que supere estas injusticias y desigualdades e impulse una economía endógena para el Buen Vivir, es decir, un desarrollo con y para todas y todos los ecuatorianos, de todas las regiones, sectores, pueblos y colectividades. El camino para este cambio estructural está señalado por las orientaciones constitucionales.

En el diagnóstico indica que el resultado del crecimiento económico se basa en un sistema productivo caracterizado por la extracción de recursos naturales y el cultivo de bienes agrícolas destinados a la exportación. Hay un énfasis predominante en la producción y el crecimiento económico en detrimento de la distribución del ingreso o los impactos ambientales de los procesos productivos.

En la **política 11.2** se refiere a **Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan**, cuyos literales b, c y f dice impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, apoyar la producción artesanal de calidad en todas las ramas, y capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, privilegiar la complementariedad y la solidaridad es lo que dice la **política 11.6**.

La **política 11.7** expresa **promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida**, indica que se debe manejar eficiente y transparentemente los servicios aduaneros para facilitar el comercio de exportación y de importación y aplicar aranceles selectivos, subsidios y otras medidas para regular el comercio en función de los intereses nacionales.

#### **REGLAMENTO DE APLICACIÓN A LA LEY DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO, 28 de Mayo del 2010**

En el **art. 154** indica que los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en la venta de los bienes producidos por ellos y en la prestación de sus servicios, emitirán sus comprobantes de venta considerando la tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado (IVA), siempre que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.

2. Mantener actualizada su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.
3. No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.
4. Prestar exclusivamente los servicios, a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de Defensa del Artesano.
5. Vender exclusivamente bienes de su propia elaboración y a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de Defensa del Artesano.
6. Emitir los comprobantes de venta debidamente autorizados y que cumplan los requisitos previstos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.
7. Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
8. Llevar su registro de ingresos y gastos de acuerdo con lo dispuesto por la Ley de Régimen Tributario Interno.
9. Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado y, anualmente, su declaración de impuesto a la renta.

El artesano que reúna los requisitos señalados en los numerales del 1 al 5, el Servicio de Rentas Internas le conferirá el certificado que indique que está facultado a emitir comprobantes de ventas con el IVA tarifa 0%. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones previstas en los numerales anteriormente mencionados, determinará que el artesano deba emitir en lo posterior sus comprobantes con el IVA tarifa 12%, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar.

## **1.4 MARCO REFERENCIAL.**

### **1.4.1 Comuna Río Verde.**

La provincia de Santa Elena geográficamente se encuentra ubicada al suroeste de la cuenca hidrográfica del río Guayas, dentro de la región costera del Ecuador y al oeste de Guayaquil. Está constituida por los cantones: La Libertad, Salinas conformado por 6 parroquias y Santa Elena con 7 parroquias. Tiene como límites a la provincia de Manabí por el Norte; al Sur y al Oeste con el Océano Pacífico y al Este con el cantón Guayaquil, posee una extensión territorial de 6050 Km<sup>2</sup>.

La comuna Río Verde, se encuentra asentada en el kilómetro 28 de la vía Guayaquil ó Salinas, la misma debe su nombre porque el río que atravesaba la población poseía abundante vegetación a sus costados, en la década de los años 70 y 80. Antiguamente sus habitantes se dedicaban a la actividad de la ganadería y al tejido de sombrero de paja toquilla, sin embargo con el pasar de los años fue decayendo su rentabilidad hasta que finalmente dejaron de ser actividades laborales productivas para la zona, debido que las personas se dedicaron a otros tipos de labores económicas para obtener mayores ingresos.

El Proyecto Hilando el Desarrollo del Ministerio de Educación entrega gratuitamente uniformes escolares, los cuales son confeccionados por el sector productivo artesanal y por pequeños empresarios, tal es el caso que en la comuna Palmar del cantón Santa Elena, las modistas de esa localidad participan en el programa, este grupo está conformado por 41 personas, las cuales aportaron con \$ 200,00 cada una y recibieron por parte del Ministerio de Inclusión Económica y Social, la contraparte para adquirir las 21 máquinas y los implementos necesarios incluida los materiales para empezar con su labor. Siendo de tal forma que Los artesanos del país ven en el programa "Hilando el Desarrollo" una alternativa para mejorar su economía y productividad.

El taller de mujeres artesanas de la comuna Palmar, aseguran que su objetivo es ser una empresa formal que le permita tener trabajo todo el año.

La Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, se creó en el año 2008, con el objetivo de agrupar a los habitantes de la comuna que tienen como actividad económica a la costura, las mismas que se dedican a la confección de prendas de vestir para todas las edades, las personas de este sector realizan esta actividad económica desde el año de 1980.

Actualmente esta labor productiva genera trabajo para aproximadamente 80 personas de la localidad, las cuales trabajan bajo la modalidad de elaboración de prenda sobre pedido, el mismo que tiene un tiempo de duración de una semana para la entrega a los compradores que en su mayoría son de la ciudad de Guayaquil. A través de los años esta labor productiva se ha convertido en el medio económico que les ayuda a subsistir y a obtener el ingreso a las familias que dependen de ella.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El diseño del Plan de Negocios se desarrolló con una investigación cualitativa que necesitaba de la recolección de información sobre el problema, ésta se obtuvo durante la indagación, mediante lo cual se dieron las estrategias básicas, con esto se obtuvo la cantidad de personas que van a intervenir en el proceso de la investigación y determinar el nivel de beneficio que se logrará con la propuesta de un modelo operativo viable que dará solución a los problemas, para satisfacer necesidades de la Asociación Artesanal de la Comuna Río Verde.

Al momento de realizar las reuniones se lo hizo en lugar de trabajo de los miembros de la Asociación, logrando con ello que se efectúe una reunión colectiva y se pueda establecer una comunicación fluida, indicando a los involucrados que el propósito de la investigación era determinar cuales es la opinión que tienen de la manera que están trabajando en la Asociación y los puntos a mejorar.

El diseño del estudio cualitativo es el que mejor se adaptó a la investigación debido a que permite tener un contacto directo con los socios quienes son la fuente directa para la recolección de datos, para lo cual se realizó una identificación del problema que existe, considerando para ello que los resultados que se lograron se determinaron las causas que están limitando el desarrollo de la Asociación; los miembros de la Asociación fueron las personas indicadas en ayudar a descifrar la problemática existente, mediante el planteamiento de ciertas suposiciones que se despejaron en el transcurso de la investigación e incluso se haciendo los ajustes y sacar provecho a la información reunida.

## **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

Existe una diversidad de modalidades que se emplean en una investigación, por lo tanto se debe analizar para realizar una elección y que se ajuste a las necesidades considerando la investigación de campo, porque permitió la participación directa del investigador en el lugar de los hechos.

También se consideró la investigación documental porque se revisaron diferentes documentos, donde detallaron información de la Asociación, de la comuna y del tema de la propuesta de tesis, para cual se registraron como fuentes bibliográficas o documentales. En esta modalidad de la investigación predominó, el análisis, la interpretación, las opiniones, las conclusiones y recomendaciones de los autores.

En el desarrollo del Trabajo de Titulación, la modalidad de investigación es el proyecto factible que permitió la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, cuyo propósito es solucionar un problema.

Para el desarrollo de esta investigación se consultó a expertos que tienen amplios conocimientos acerca del tema del Trabajo de Titulación, para que evalúen si la propuesta es viable y que permita dar solución a la problemática de la Asociación de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde, del Cantón Santa Elena.

## **2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

**POR EL PROPÓSITO**, para establecer las fases del proceso de investigación.

- ✓ **APLICADA.-** Explorando situación actual de la Asociación de artesanos de la comuna Río Verde, la aplicación de nuevas tecnologías en el proceso y para obtener una mejora, se concluye que es necesaria la aplicación del plan de negocios para el logro de los objetivos.



**POR EL LUGAR**, se utilizó la investigación documental porque se apoyó en documentos.

- ✓ **BIBLIOGRÁFICA**, por las consultas en libros, por el uso de artículos, revistas y periódicos y la archivística por información en los archivos.
- ✓ **CAMPO**, haciendo uso de cuestionario, encuesta y las observaciones que produjeron información.
- ✓ **CONOCIMIENTO**, en la cual se usó la exploratoria para determinar los aspectos del problema y poder elaborar la investigación que se realizó; también la descriptiva porque permitió agrupar a los socios y conocerla actividad artesanal que realizan para encaminar el proceso de la investigación.

#### **2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

La **OBSERVACIÓN** permitió reconocer cual era la realidad y determinar las posibles causas de los problemas existente de la Asociación, se eligió para llevarla a cabo el ambiente laboral de los socios, para transcribir en notas la información.

El método **ANALÍTICO** es uno de los métodos de investigación que permitió dividir en algunas partes la investigación para analizarlas y de esta manera descubrir cuál era la relación común existente entre ellos consiguiendo datos importantes acerca de la investigación.

Con el método **INDUCTIVO** se dio la descripción y registro de la información que se hizo a través de la observación directa a la Asociación artesanal con procedimientos interpretativos, como el conocimiento directo de la actividad artesanal y también se percibió la experiencia de los socios.

## 2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

En el desarrollo de la investigación se emplearon técnicas, considerando las fuentes primarias y las fuentes secundarias como libros, revistas, documentos escritos, que fueron parte primordial y facilitaron la investigación, durante este proceso se consideraron las siguientes:

**Observación.-** Para aplicar este método se tuvo como público objeto a los socios de la Asociación de Artesanos de la Comuna Río Verde, con esto se determinó las debilidades que tienen y se estableció las posibles soluciones a las falencias que existentes, registrando los datos de forma minuciosa como apuntes de respaldo con lo que posteriormente se pudo dar un criterio lógico, analizando e interpretando los datos de forma coherente y con las conclusiones del trabajo efectuado. Este método se lo realizó de forma directa e individual.

**Encuesta.-** Esta técnica es uno de los recursos más generalizado y usado en la mayoría de las investigaciones, el entrevistado expone mediante sus propias palabras, hechos, razones y opiniones sobre la investigación, de tal forma que el entrevistador logrará formular a una conclusión válida.

## 2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El instrumento de investigación en este caso fue escrito y para quienes fueron consultadas, plasmen sus respuestas y sean analizadas de forma lógica y precisa. (Anexo N°. 1)

**Encuesta-** Permite obtener información en forma verbal, a través de preguntas, las personas que respondieron proporcionaron datos importantes para la elaboración de la propuesta. Las preguntas fueron de tipo cerrado, es decir que en encuestado debía optar solo por una de las opciones que contenía el documento.

## 2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.

### **Población.**

El total de la población a considerar en este trabajo de titulación, hace referencia a los sastres y modistas pertenecientes a la comuna Río Verde del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. En la actualidad ese considera a una población de 159 personas, el mismo que involucra a sastres y modistas, colaboradores, clientes y proveedores.

**CUADRO N°. 9**  
**POBLACIÓN**

REPRESENTACIÓN	#
<b>Directivos</b>	4
<b>Sastres y Modistas</b>	11
<b>Operarios</b>	65
<b>Clientes</b>	75
<b>Proveedores</b>	4
<b>Total.....</b>	159

*Fuente: Sr. Evaristo Villón; miembro de la Asociación.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

### **Muestra.**

Esta técnica de muestreo, es la que se empleó para determinar la muestra que permitió realizar la encuesta y hacer el posterior análisis de resultados que se obtuvieron al final. Fue necesario utilizarla para saber con certeza las cantidades de personas, al hacer uso de la fórmula del muestreo probabilístico, se obtuvo los resultados que se detallan a continuación:

**Datos**

N = 159  
e = 0,05

**Fórmula**

$$m = \frac{N1}{e^2*(N-1)+1}$$

$$m = \frac{159}{(0,05)^2*(159-1)+1}$$

$$m = \frac{159}{1,395}$$

$$m = 113,978495$$

$$\frac{m}{N} = \frac{113,978495}{159}$$

$$\frac{m}{N} = 0,71684588$$

Para obtener el resultado de la muestra se aplica la fórmula de la muestra probabilística, cuyo resultado es de 113,978495 como total de la muestra, a este valor se le divide el total de la población (159). Esto da como resultado 0,71684588

**Resultado de la muestra:**

0,71684588 *	11 Sastres y modistas	=	7,88530466	=	8
0,71684588 *	65 Operarios	=	46,5949821	=	47
0,71684588 *	75 Clientes	=	53,7634409	=	54

El valor que se obtuvo de la fórmula de la muestra probabilística se multiplica de manera individual por la cantidad de sastres y modistas, de operarios y de clientes para tener la cantidad de la muestra para realizar la entrevista.

**CUADRO N° 10**  
**MUESTRA**

REPRESENTACIÓN	#
Sastres y Modistas	8
Operarios	47
Clientes	54
<b>Total.....</b>	<b>109</b>

*Fuente: Sr. Evaristo Villón.  
Autora: Maritza Merejildo*

El total de la población para realizar la encuesta fue de 109 personas, en este caso la muestra está representado por los directivos, sastres, modistas y operarios que están inmersos en el desarrollo del trabajo de la Asociación, este grupo de encuestados proporcionaron valiosa información a través de la encuesta para obtener conclusiones y efectuar acciones correctivas que ayuden al éxito de esta Asociación.

## **2.8 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

A continuación se detalla la secuencia que se aplicó para el desarrollo de la investigación del presente trabajo de titulación:

1. Elaboración del anteproyecto.
2. Diseño de la estrategia de investigación.
3. Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
4. Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
5. Discusión de los instrumentos utilizados para el estudio.
6. Recolección de datos.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

En la metodología de la investigación se determinó los instrumentos necesarios que serían utilizados para la recopilación de la información, considerando que los datos que se obtengan serán de gran utilidad y para ello se hace uso de los gráficos con una interpretación clara y precisa. Los instrumentos utilizados en este proceso fueron: la ficha de observación y la ficha de encuesta que abarcó parte de los sastres y modistas, operarios y los clientes.

#### 3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

A partir del resultado de la ficha de observación se procede al análisis del grupo que conforman los socios, para determinar las causas que provocan que carezca de recursos, identificando comportamientos en cada una de la áreas y aplicar medidas correctivas para el desarrollo estructural y físico de la institución, logrando con la propuesta minimizar las debilidades y aprovechar las oportunidades.

CUADRO N°. 11  
FICHA DE OBSERVACIÓN

DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	SI		NO		TOTAL	
		#	%	#	%	#	%
Actividad, habilidades y funciones de los artesanos.	Habilidades comunicativas	45	41,28	64	58,72	109	100,00
	Participación en grupo	37	33,94	72	66,06	109	100,00
	Trabajo individual	78	71,56	31	28,44	109	100,00
	Tiempos para la producción	101	92,66	8	7,34	109	100,00
	Secuencia en actividades	98	89,91	11	10,09	109	100,00
Recursos	Materiales para la gestión	85	77,98	24	22,02	109	100,00
	Materiales para la venta	105	96,33	4	3,67	109	100,00

*Fuente:* Miembros de la Asociación de Sastres y Modistas.

*Elaborado por:* Maritza Merejildo

En las dimensiones relacionadas con las actividades, habilidades y funciones dentro de la Asociación artesanal, resulta que el 58,72% es poco comunicativo con sus compañeros, el 66,06% representa a la poca participación en grupo, el 71,56% prefiere realizar su trabajo de manera individual, el tiempo que tiene destinado para la producción está muy bien establecido por lo cual el 92,66% dijo que si, así mismo un 89,91% tiene establecida la secuencia de las actividades; los recursos, como los materiales para la gestión el 77,98% dijo que si disponen de los mismos y en los materiales para la venta el 96,33% expresó que cuentan con lo necesario para esta actividad.

### 3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

La edad promedio de un total de 109 personas encuestadas resultó de 46 años, siendo en total 60 hombres equivalentes al 55,05% y de mujeres fueron 49 lo que en porcentaje resultó de 44,95%; en el nivel de instrucción el 22,94% tiene una educación de nivel primaria, el 35,78% nivel secundaria, el 14,68% nivel técnico, el 10,09% nivel superior y el 16,51% no tiene ningún nivel estudio académico.

**TABLA N° 1**

<b>SEXO</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Masculino	60	55,05%
Femenino	49	44,95%
<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Primaria	25	22,94%
Secundaria	39	35,78%
Técnica	16	14,68%
Superior	11	10,09%
Ninguna	18	16,51%

*Fuente: Miembros de la Asociación de Sastres y Modistas.*

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

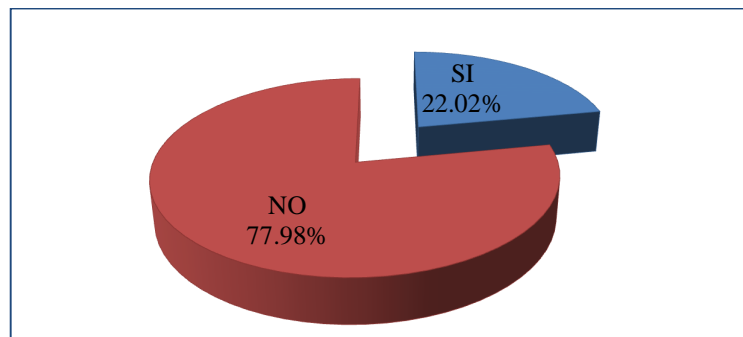
**PREGUNTA 1: ¿HAY DEMANDA LOCAL PARA LAS PRENDAS DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL?**

**TABLA N° 2  
DEMANDA LOCAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
NO	24	22,02%
SI	85	77,98%
TAL VEZ	0	0,00%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N° 1  
DEMANDA LOCAL**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si los miembros de las Asociación tienen conocimiento de la demanda local de las prendas.

Al realizar esta pregunta se puede observar que dentro de la Asociación los encuestados, indicaron en un 77,98% que *“Sí* conoce sobre la demanda local que tienen las prendas que confeccionan, mientras que el 22,02% indicaron que *“No* conocen si existe la suficiente demanda a nivel de la provincia.



**PREGUNTA 2: ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERAR PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN?**

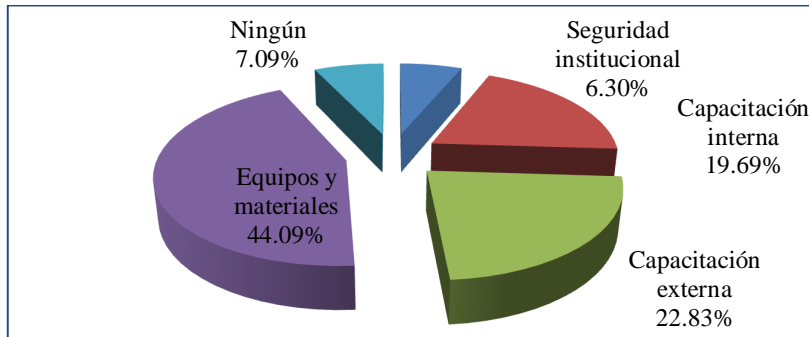
**TABLA N°. 3**  
**ASPECTOS PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Seguridad institucional	8	6,30%
Capacitación interna	25	19,69%
Capacitación externa	29	22,83%
Equipos y materiales	56	44,09%
Ningún	9	7,09%
<b>SUMAN</b>	<b>127</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.*

*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 2**  
**ASPECTOS PARA EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO**



*Fuente: Encuestados.*

*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar los aspectos para el desarrollo del talento humano.

Para la administración del recurso humano, las personas encuestadas dijeron que entre los aspectos para el desarrollo del talento humano, el 44,09% se inclinó a los equipos y materiales, la capacitación externa el 22,83%, el 19,69% se refirió a la capacitación interna, en un 7,09% dijo que ningún mecanismo ayuda a su desarrollo y el 6,30% expresó que aplica la seguridad institucional.

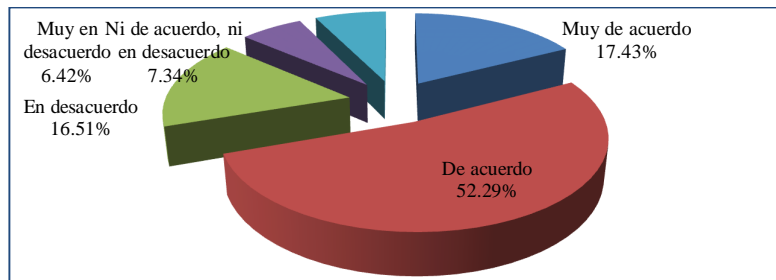
**PREGUNTA 3: ¿DE ACUERDO A SU CRITERIO, ES SUFICIENTE LAS ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA COMERCIALIZACIÓN DE LA VESTIMENTA DE LA ASOCIACIÓN?**

**TABLA N°. 4  
MOTIVACIÓN SUFICIENTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy de acuerdo	19	17,43%
De acuerdo	57	52,29%
En desacuerdo	18	16,51%
Muy en desacuerdo	7	6,42%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	7,34%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 3  
MOTIVACIÓN SUFICIENTE**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar el criterio que tienen sobre la motivación para el desarrollo del liderazgo.

Las personas encuestadas, en un 52,29% de los asociados encuestados está òde acuerdoò que las estrategias que realizan es suficiente para que desarrollen el liderazgo comercialización, sin embargo se evidencia que es necesario buscar la forma de mejorar, pues solo el 17,43% que están òmuy de acuerdoò, un 16,51% en òdesacuerdoò, los que están òni de acuerdo, ni en desacuerdoò un 7,34% y en un 6,42% muy en òdesacuerdoò.

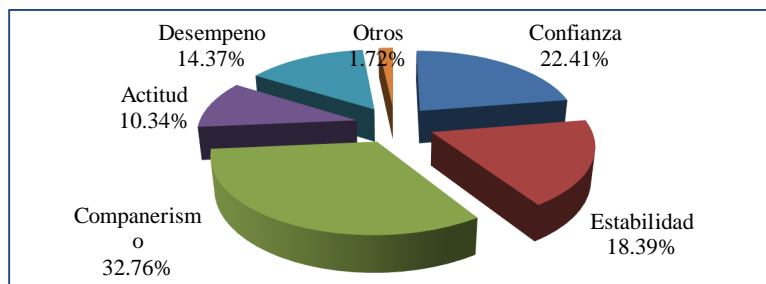
**PREGUNTA 4:** DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS. ¿CUÁLES CONSIDERA QUE PERMITEN DESARROLLAR LA COMUNICACIÓN Y EVALUAR EL COMPORTAMIENTO?

**TABLA N°. 5**  
**CARACTERÍSTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Confianza	39	22,41%
Estabilidad	32	18,39%
Compañerismo	57	32,76%
Actitud	18	10,34%
Desempeño	25	14,37%
Otros	3	1,72%
<b>SUMAN</b>	<b>174</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 4**  
**CARACTERÍSTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN**



*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si la comunicación permite realizar una evaluación del comportamiento.

Se puede apreciar que el 32,76% dijeron que el *compañerismo* es esencial para una adecuada comunicación, en un 22,41% que es por la *confianza*, el 18,39% está en la *estabilidad*, el 10,34% por el *desempeño*, la *actitud* obtuvo el 14,37% y el 1,72% que son *otras* características.

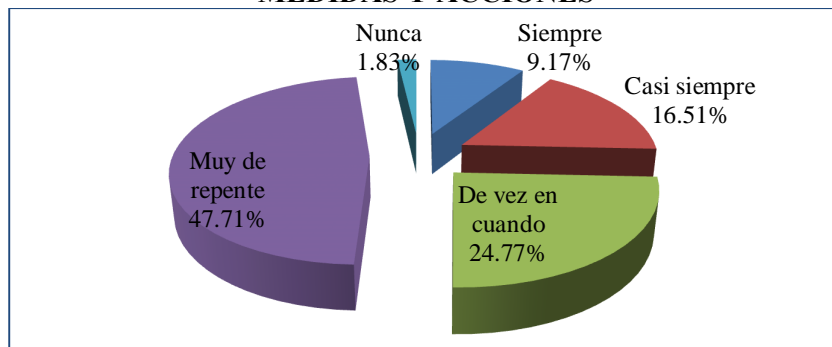
**PREGUNTA 5: ¿LAS MEDIDAS Y ACCIONES PERMITEN DETERMINAR LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZARAN EN LA ASOCIACIÓN?**

**TABLA N° 6  
MEDIDAS Y ACCIONES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	10	9,17%
Casi siempre	18	16,51%
De vez en cuando	27	24,77%
Muy de repente	52	47,71%
Nunca	2	1,83%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N° 5  
MEDIDAS Y ACCIONES**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si las medidas y acciones permiten que se dé a conocer de la actividad de la Asociación.

De las personas encuestadas sobre las medidas y acciones para el desarrollo de las actividades de la Asociación dijeron en un porcentaje de 47,71% que esto se hace muy de repente, el 24,77% que esto solo es de vez en cuando, casi siempre alcanzó en porcentaje el 16,51%, solo un 9,17% dijo que siempre y el 1,83% dijo que nunca se lo realiza.

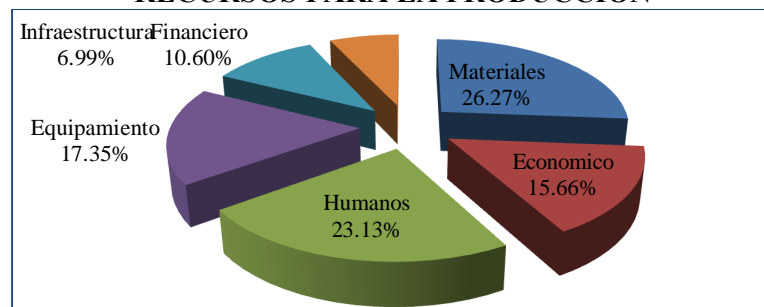
**PREGUNTA 6:** CONSIDERANDO PRIORIDADES. ¿CUÁLES SON LOS RECURSOS CON LOS QUE CUENTA LA ASOCIACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR?

**TABLA N° 7  
RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Materiales	109	26,27%
Económico	65	15,66%
Humanos	96	23,13%
Equipamiento	72	17,35%
Financiero	44	10,60%
Infraestructura	29	6,99%
<b>SUMAN</b>	<b>415</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N° 6  
RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si los recursos son los indicados para la producción de las prendas.

En cuanto a recursos para la producción el 26,27% expresó que cuenta con los materiales necesarios, en un porcentaje del 23,13% que también dispone del recurso humano; el 17,35% disponen del equipamiento, en un 15,66% que tienen el recurso económico, el 10,60% es el financiero y el 6,99% que la infraestructura es uno de los recursos importante para la producción.

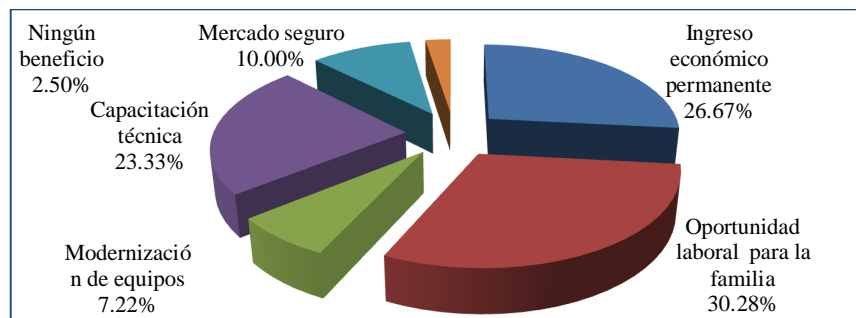
**PREGUNTA 7: ¿QUÉ BENEFICIOS LE BRINDA EL LIDERAZGO DE LOS DIRECTIVOS A LA ASOCIACIÓN?**

**TABLA N° 8  
BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ingreso económico permanente	96	26,67%
Oportunidad laboral para la familia	109	30,28%
Modernización de equipos	26	7,22%
Capacitación técnica	84	23,33%
Mercado seguro	36	10,00%
Ningún beneficio	9	2,50%
<b>SUMAN</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N° 7  
BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si los socios están de acuerdo con los beneficios que reciben.

Entre los beneficios que consideran que reciben de parte de la institución el 30,28% expresó que el principal beneficio es la "oportunidad laboral para la familia", el 26,67% que el "ingreso económico permanente" es uno de los beneficios, la "capacitación técnica" en un 23,33%, mientras que el 10,00% porque lo consideran un "mercado seguro", en un 7,22% que es la "modernización de equipos" y el 2,50% dijo que "no reciben beneficio alguno".

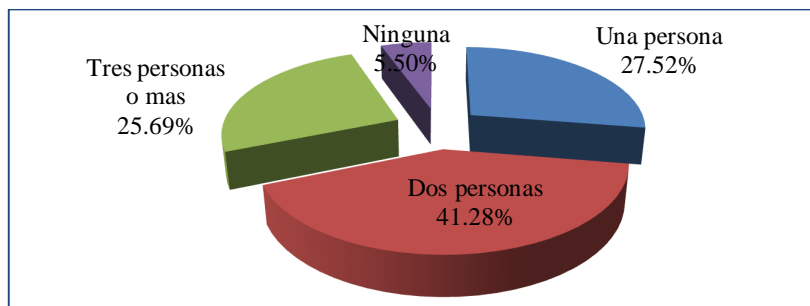
**PREGUNTA 8:** ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA PUEDEN FORMAR PARTE DE LA ASOCIACIÓN SEGÚN LAS NORMAS ESTABLECIDAS?

**TABLA N° 9  
FAMILIARES EN LA ASOCIACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una persona	30	27,52%
Dos personas	45	41,28%
Tres personas o mas	28	25,69%
Ninguna	6	5,50%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N° 8  
FAMILIARES EN LA ASOCIACIÓN**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si dentro de la Asociación hay más de un miembro de una misma familia.

Los encuestados al ser consultados sobre si tienen familiares dentro de la Asociación expresaron el 41,28% que están todos miembros de su familia Asociación, el 27,52% expreso que esta una sola persona, en un 25,69% de los encuestados dijo que hay 3 o más de sus familiares que laboran en el lugar, y el 5,50% que no tienen a ningún familiar como socio de la institución.

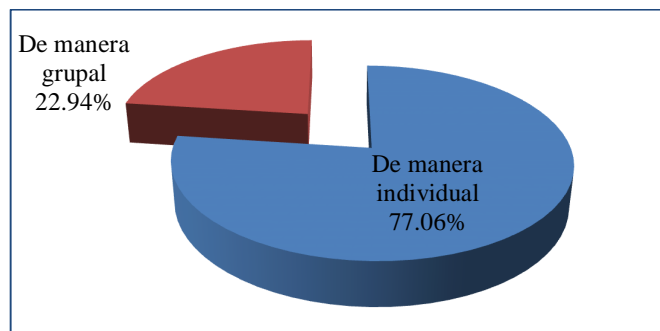
**PREGUNTA 9:** ¿DE QUÉ MANERA SE REALIZAN ACTUALMENTE EL PROCESO DE CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS DENTRO DE LA ASOCIACIÓN?

**TABLA N°. 10**  
**MANERA DE REALIZAR ACTIVIDADES LA ASOCIACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De manera individual	84	77,06%
De manera grupal	25	22,94%
Resulta indiferente	0	0,00%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 9**  
**MANERA DE REALIZAR ACTIVIDADES LA ASOCIACIÓN**



*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar la manera que realizan actividades en la Asociación.

El proceso de confección de las prendas de vestir que se realizan dentro de la Asociación actualmente el 77,06% expresó que se realizan de manera individual y el 22,94% que esto se lo hace de manera grupal, por lo tanto se deduce que prefieren en su mayoría trabajar solos.



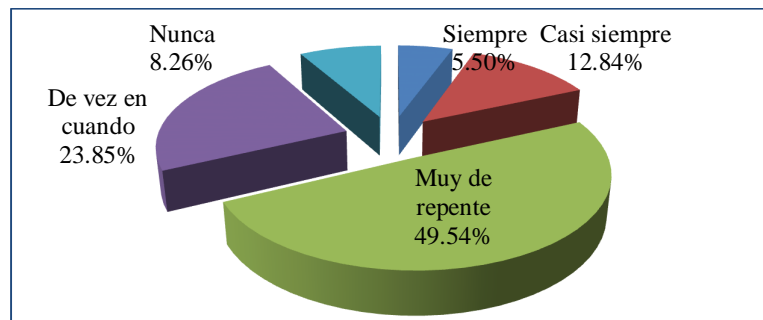
**PREGUNTA 10:** ¿LAS GESTIONES DE LA ASOCIACIÓN PERMITEN QUE EL PRODUCTO SEA RECONOCIDO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA?

**TABLA N°. 11  
GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	6	5,50%
Casi siempre	14	12,84%
Muy de repente	54	49,54%
De vez en cuando	26	23,85%
Nunca	9	8,26%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 10  
GESTIÓN DE LA ASOCIACIÓN**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si las gestiones que se realizan ayudan para que el producto sea reconocido

De acuerdo a la gestión que realizan para dar a conocer las actividades de la Asociación el 49,54% dijo que esto se realiza "muy de repente", en un 23,85% lo hacen "de vez en cuando", el 8,26% consideran que "nunca" hacen gestiones para que la actividad sea reconocida, así también el 12,84% dijo que "casi siempre" y en un porcentaje del 5,50% que "siempre".

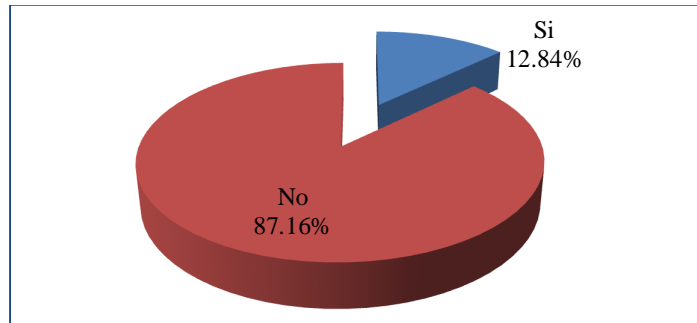
**PREGUNTA 11:** ¿TIENE UD. CONOCIMIENTOS SOBRE LAS VENTAJAS DE APLICAR UN PLAN DE NEGOCIOS DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES?

**TABLA N°. 12  
VENTAJAS DEL PLAN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	14	12,84%
No	95	87,16%
Quizás	0	0,00%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 11  
VENTAJAS DEL PLAN**



*Fuente: Encuestados.  
Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si los socios tienen conocimientos de las ventajas del plan de negocios.

Al preguntar sobre los conocimiento que poseen acerca de las ventajas de la aplicación del plan de negocios el 87,16% expresó que carecen de ideas sobre las ventajas que proporcionaría y solo un 12,84% dijo que si conoce de las ventajas que obtendrían si se aplicara el plan de negocios.

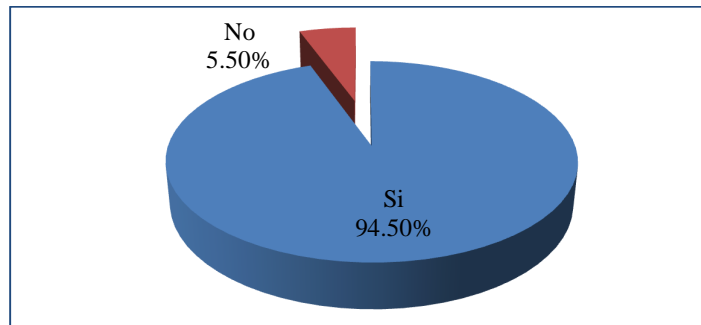
**PREGUNTA 12:** ¿ESTARÍA DE ACUERDO QUE LA ASOCIACIÓN PLANTEE UN INSTRUMENTO QUE LE PERMITA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA, DEFINIENDO BENEFICIOS A CORTO Y LARGO PLAZO?

**TABLA N°. 13**  
**INSTRUMENTO PARA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	103	94,50%
No	6	5,50%
Tal vez	0	0,00%
<b>SUMAN</b>	<b>109</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

**GRÁFICO N°. 12**  
**INSTRUMENTO PARA TRABAJAR DE MANERA ORGANIZADA**



*Fuente: Encuestados.*  
*Elaborado por: Maritza Merejildo.*

La siguiente pregunta es para determinar si los socios están de acuerdo que se plantee un instrumento para trabajar de manera organizada.

Para conocer si están de acuerdo sobre la aplicación de un instrumento se planteó una interrogante a la cual el 94,50% expresó que está de acuerdo con que se plantee el mismo y obtener mayores beneficios a diferencia que el 5,50% dijo que no estaría de acuerdo.

### 3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

#### CONCLUSIONES.

Como conclusión según los aspectos más relevantes se menciona lo siguiente:

1. **Organización interna.-** Que la mayoría de los miembros de la Asociación poseen escaso conocimiento sobre la misión, visión y objetivos ya que según los resultados obtenidos en la investigación realizada, esto no es considerado relevante para los socios.
2. **Desarrollo y beneficios del capital humano.-**Cabe destacar, que durante el estudio realizado, se verificó sobre los mecanismos para el desarrollo del capital humano contando para ello con lo necesario para su progreso y que se los beneficie de manera directa.
3. **Niveles de Producción y su característica.-**Las actuales necesidades dan a conocer que no todos están de acuerdo sobre la producción que hasta el momento se están dando en la Asociación para satisfacer la demanda de las prendas de vestir.
4. **Recursos.-** Los recursos que actualmente poseen son los materiales y el talento humano como base para llevar a cabo la confección de las prendas, haciendo necesario fortalecer lo económico, financiero, estructura y equipos.
5. **Características diferenciadoras.-**También se debe considerar que entre las características diferenciadoras destacan la calidad y el precio con las que se ofertan a los clientes, seguido de los diseños, tiempo de entrega y los insumos utilizados durante el proceso.

6. **Medios.**-Una vez realizado el análisis sobre la búsqueda de los medios para dar a conocer los productos que confeccionan, se observó, que es importante darle mayor énfasis para que se conozca sobre la actividad que realizan.
  
7. **Beneficios y socios miembros de una misma familia.**-Así mismo se toma en consideración los beneficios que la Asociación brinda a sus integrantes lo que determina cual es de mayor relevancia así como también el de menor importancia pero que es necesario que se tome en cuenta; dentro de la Asociación existen socios que son miembros de una misma familia por lo tanto se deduce que esta actividad va de una generación a otra.
  
8. **Trabajo individual y en grupo.**- Unas de las situaciones observadas dentro de la Asociación es que al momento de efectuar el trabajo lo efectúan de manera individual debido a que inicialmente trabajaban de manera independiente y se desenvuelven mejor que realizándolo de manera grupal ya que todos no poseen las mismas técnicas o métodos de costura.
  
9. **Gestión.**- La gestión que hasta ahora se ha estado llevando de parte de los directivos de la Asociación, para dar a conocer su trabajo dentro de la provincia no ha sido suficiente debido a que esto se ve reflejado en lo poco que en la localidad saben sobre ellos.
  
10. Considerando los análisis respectivos de cada uno de los ítems se concluye que la elaboración de la propuesta del Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde los beneficiará, ya que las personas encuestadas manifestaron interés sobre las ventajas que representa el plan para el desarrollo de su actividad.

## **RECOMENDACIONES.**

1. Socializar con los socios la misión, visión y objetivos de la Asociación artesanal, al mismo tiempo que se logre ofrecer una mayor seguridad interna para que se sientan tranquilos de realizar cada una de las actividades que efectúan.
2. Promocionar diversos cursos de capacitación que se dicten en la Asociación o en algún otro lugar, ya sea para perfeccionar las técnicas o preparar a los nuevos integrantes de la Asociación.
3. Realizar un cronograma de actividades, con la finalidad de llevar un control del proceso de confección de las prendas de vestir para de esta manera incrementar el nivel de producción, logrando optimizar los recursos y el tiempo.
4. Disponer de los recursos necesarios, de tal manera que el recurso humano cuente con todo lo que se requiere para que el proceso de confección sea eficiente.
5. Estableciendo estrategias necesarias con el fin de cubrir la demanda de manera efectiva en el mercado de la moda y que la diferencia que se marca entre las prendas confeccionadas por la Asociación y los de la competencia se mantengan de manera permanente ganando fidelidad de parte de los clientes.
6. Determinar cuáles serán las estrategias a usar para que las prendas confeccionadas sean ofrecidas en la localidad, fortaleciendo y procurando que cada uno de los recursos y los beneficios disponibles sean de la completa confiabilidad para los integrantes de la institución.

7. Promover convenios con diversas instituciones de la localidad para que se incrementen los beneficios que se generen en favor de los socios de la institución y de sus familiares.
8. Lograr que las labores que se realizan durante el proceso de confección de las prendas comiencen a efectuarlo de forma grupal, logrando que se elimine el individualismo que existe y así alcanzar la efectividad en el trabajo.
9. Que los directivos de la institución y también los socios realicen gestiones que ayuden a la Asociación para que dentro de la provincia de Santa Elena se reconozca la labor que realizan.
10. Dar a conocer de manera detallada los beneficios de tener un Plan de Negocios y en qué medida logrará esto mejorar la actividad de la Asociación.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS DE LA COMUNA RÍO VERDE, UBICADA EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2011.**

#### **1. PRESENTACIÓN.**

El sector informal es muy extenso en el caso de las confecciones y además muy variado, por ello el desarrollo de la industria textil y de confecciones ha mejorado en su administración lo que aporta al desarrollo de la economía del Ecuador.

El presente Plan de Negocios busca encaminar las acciones administrativas, técnicas, económica y financieras de la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas como una institución orientada a la confección de prendas de vestir para abastecer en el corto plazo, el mercado local; en el mediano plazo, regional; y luego, a largo plazo, a nivel nacional. El establecimiento estará ubicado en la comuna Río Verde del cantón Santa Elena.

Pensando en la necesidad de las personas que compran ropa, se propone la idea de ampliar la actividad artesanal que se desarrolla en este sector de la provincia de Santa Elena, donde se diseña y confecciona ropa, con esto se pueden ofrecer servicios de calidad y entregar un excelente producto a los clientes. Las industrias dedicadas a la confección de ropa ubicadas en diferentes ciudades del país, fabrican prendas de vestir de acuerdo a los factores climáticos de su ciudad, sin tener en cuenta que los climas son variados y la cultura es diferente. De esta forma aprovecharemos para entrar en el mercado.



Es de gran importancia resaltar que para el desarrollo del proyecto se cuenta con la presencia de los artesanos de la localidad, con experiencia y reconocida trayectoria en la confección de prendas de vestir, que conocen el manejo de las maquinarias y diseño, facilitando la producción y reducción de costos. El proyecto que se realizará tiene como fin, generar empleos directos e indirectos que incluyan principalmente a las personas interesadas. En primera instancia se contará con personal idóneo preparado para este tipo de trabajo, en la comercialización se incluirá a todo el personal que esté dispuesto a vender y comercializar, exigiéndole un mínimo de ventas con buenas utilidades y así incluir a todas las personas que quieran ser parte de la empresa.

## **2. NATURALEZA DEL PROYECTO.**

### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

La Asociación Artesanal de Sastre y Modistas de la Comuna Río Verde, provincia de Santa Elena, está dedicada a la confección de prendas de vestir para todas las edades, las mismas que son requeridas por los clientes de la localidad y los que realizan pedido desde la ciudad de Guayaquil.

Con 6 años de creación, la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas, ha crecido con sus integrantes y consiguiendo espacio en el mercado competitivo local y regional; actualmente cuenta con clientes que en su mayoría son de la ciudad de Guayaquil y pequeños comerciantes de la localidad de la Provincia de Santa Elena.

La producción es una de las características, ya que habitualmente trabajan a partir de pedidos que requiere de una entrega rápida y una buena calidad. Estos tienen un bajo valor, además, acostumbran a trabajar para pocos clientes, lo que anula prácticamente la capacidad de negociación económica.

El trabajo presenta la viabilidad para el crecimiento de la Asociación artesanal en la confección de ropa concentrada en una estrategia fundamental de mercado la distribución de sus productos de forma directa en la localidad, logrando así una mayor introducción en el mercado y la posibilidad de acceder a nuevos sectores del país.

## **2.2 CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS.**

La variedad de confección de prendas de vestir de la Asociación artesanal de sastres y modistas, tendrá nuevas características que permitirán ser diferenciar de la competencia por los siguientes atributos:

- Calidad y variedad de las telas.
- Cumplimiento en los tiempos establecidos.
- Diseños y modelos de actualidad.
- Precios razonables para la ubicación del producto.
- Confección de las prendas de acuerdo a medidas del cliente.

## **2.3 VENTAJAS COMPETITIVAS.**

- La calidad del producto estará asegurado por la aplicación tecnológica. Tecnología que le permite producir productos de muy buena calidad.
- Proceso productivo eficiente que le permite reducir costos y vender a precios más bajos.

- Sistema de distribución eficiente, lo que le permite llegar a más puntos de ventas.
- Personal calificado, que brinda un excelente servicio al cliente.
- Infraestructura, con un ambiente cómodo y agradable a sus clientes.
- Ubicación, mayor visibilidad para los consumidores.
- Convenio institucionales para la confección de uniformes o prendas específicas; establecer alianzas y procurar realizar nuevos acuerdos que beneficien a ambos y permitan ser más competitivos.

Claramente el objetivo es dirigirse hacia el mercado interno de la Provincia de Santa Elena. De ahí que debe ser un producto de calidad y buen precio, para luego abracar el mercado exterior.

## **2.4 UBICACIÓN Y TAMAÑO DEL NEGOCIO.**

La Asociación Artesanal está ubicada en la comuna Río Verde del cantón Santa Elena, frente de la casa comunal, por lo cual se hace más fácil y sencillo localizarla. Por la actividad que realizan es parte del sector industrial manufacturera debido a que transforman la materia prima, que es la tela en un producto de consumo final que satisface las necesidades de los clientes como son las prendas de vestir.

El tamaño de la empresa en este caso es por la cantidad de personas que laboran en la institución, es así que el análisis resulta ser una mediana empresa pues el número es de 80 personas y está entre el rango 50 y 250 trabajadores que indica para establecer que son medianas empresas.

## **2.5 MISIÓN.**

Ofrecer prendas de vestir de alta calidad; utilizando la tecnología apropiada, con un grupo humano capacitado que permite a la incorporación en el mercado textil de la Provincia de Santa Elena logrando posicionamiento y mejorar la eficiencia administrativa.

## **2.6 VISIÓN.**

Ser una empresa líder en la provincia de Santa Elena, reconocida por la confección de prendas de vestir; satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, adaptándose a los cambios tecnológicos y políticos que puede afectar el mercado local con la rentabilidad esperada.

## **2.7 OBJETIVO DEL NEGOCIO.**

### **General:**

Consolidar la actividad artesanal como generadora de mejores empleos y mayores ingresos, para el crecimiento en producción y la comercialización de ropa, alcanzando una buena rentabilidad de la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la Comuna Río Verde.

### **Corto plazo:**

- Lograr el reconocimiento de la Asociación por la calidad de las prendas de vestir que se pone a disposición de los clientes.
- Programar políticas que favorezcan al desarrollo de la actividad artesanal.

**Mediano plazo:**

- Incrementar el empleo en la localidad a través de la mano de obra calificada.
- Utilizar tecnología avanzada en la fabricación de las prendas de vestir para obtener un acabado de calidad.

**Largo plazo:**

- Crear una marca que sea reconocida a nivel local y regional.
- Desarrollar las relaciones con empresas, para contribuir con la comercialización y promoción de las prendas de vestir.

**3. ORGANIZACIÓN.**

**3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.**

**GRÁFICO N°. 13  
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**



*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 3.2 FUNCIONES Y PERFILES DE PUESTOS.

Para conocer cuáles son las funciones y los perfiles de quienes forman parte de esta empresa, se detalla en los siguientes cuadros:

#### CUADRO N°. 12

##### ADMINISTRADOR

<b>FUNCIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Informar al consejo administrativo del estado de la Asociación.</li><li>2. Tomar decisiones que ayude a mejorar la actividad.</li><li>3. Lograr ventajas competitivas que se reflejen en el aumento de la actividad productiva de la Asociación.</li><li>4. Elaborar planes de acción.</li><li>5. Establecer comunicación entre los que conforman la Asociación.</li></ol>
<b>PERFIL:</b> <p><b>Título profesional:</b> Administrador de Empresa o equivalentes. <b>Años de experiencia:</b> 2 a 4 años en cargos equivalentes. <b>Estado civil:</b> Casado(a).<b>Edad:</b> 25 a 55 años. <b>Sexo:</b> Masculino o femenino. <b>Especialización:</b> En Gerencia Administrativa (opcional). Con principios éticos, conocimiento y actitud de empresario.</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

#### CUADRO N°. 13

##### JEFE DE RECURSOS HUMANOS

<b>FUNCIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Asesorar y proponer normas y reglamentos en Gestión de Recursos Humanos.</li><li>2. Coordinar las actividades del departamento con las estructuras del Organismo que se requiera.</li><li>3. Elaborar y comunicar informes periódicos referentes al cumplimiento de metas.</li><li>4. Llevar el control de asistencia y puntualidad.</li><li>5. Desarrollar cursos de superación personal.</li><li>6. Motivar a los colaboradores de la Asociación.</li></ol>
<b>PERFIL:</b> <p><b>Título profesional:</b> Administrador de Empresa o equivalentes. <b>Años de experiencia:</b> 1 año de experiencia en cargo similar. <b>Estado civil:</b> Casado(a).<b>Edad:</b> 25 a 55 años. <b>Sexo:</b> Masculino o femenino. <b>Especialización:</b> Recursos Humanos (opcional); Creativa, carismática y receptiva.</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## CUADRO N°. 14

### JEFE DE MARKETING

<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conocer de los clientes sus características, necesidades y costumbres.</li><li>2. Conocer los diversos modelos y tallas de las prendas de vestir.</li><li>3. Saber acerca de los sistemas de ventas.</li><li>4. Ejecutar planes de ventas.</li><li>5. Preparar informes de ventas y de los clientes.</li></ol>
<p><b>PERFIL:</b></p> <p><b>Título profesional:</b> Formación tecnológica o universitaria.</p> <p><b>Años de experiencia:</b> 1 año de experiencia en cargos similares.</p> <p><b>Estado civil:</b> Casado(a).</p> <p><b>Edad:</b> 25 a 55 años.</p> <p><b>Sexo:</b> Masculino o femenino.</p> <p><b>Especialización:</b> Gerencia de mercadeo (opcional).</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## CUADRO N°. 15

### PERSONAL DE VENTAS

<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Llevar adelante las ventas y las negociaciones con los clientes.</li><li>2. Promocionar las prendas de vestir.</li><li>3. Obtener datos sobre nuevos mercados y la búsqueda de clientes.</li><li>4. Buscar información sobre la competencia.</li><li>5. Establecer contactos con los clientes, de acuerdo a su potencial y dará de baja a aquellos no convenientes.</li><li>6. Mantener actualizada la base de datos.</li></ol>
<p><b>PERFIL:</b></p> <p><b>Título profesional:</b> Marketing, Ing. Comercial, carreras administrativas.</p> <p><b>Años de experiencia:</b> 2 años de experiencia en ventas y atención al cliente.</p> <p><b>Estado civil:</b> Soltero o casado.</p> <p><b>Edad:</b> 24 a 40 años.</p> <p><b>Sexo:</b> Masculino o femenino.</p> <p><b>Especialización:</b> (opcional).</p> <p>Actitud positiva, habilidades personales y de ventas, conocimientos de productos que la empresa comercializa y del mercado.</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## CUADRO N.º 16

### JEFE DE PRODUCCIÓN

<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad.</li><li>2. Promover el sistema de calidad en toda el área de la que es responsable, ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continua.</li><li>3. Recibir y distribuir los procedimientos del sistema de calidad.</li><li>4. Diseñar presupuestos de productos y gastos del área.</li><li>5. Aportar a la empresa para que tenga una rentabilidad.</li></ol>
<p><b>PERFIL:</b></p> <p><b>Título profesional:</b> Artesano calificado.</p> <p><b>Años de experiencia:</b> Mínimo un año de experiencia.</p> <p><b>Estado civil:</b> Soltero(a) o Casado(a).</p> <p><b>Edad:</b> 20 a 50 años.</p> <p><b>Sexo:</b> Masculino o femenino.</p> <p><b>Especialización:</b> Tecnólogo textil (opcional).</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## CUADRO N.º 17

### OPERARIOS

<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tener seguridad al momento de coser y recibir instrucciones de su superior.</li><li>2. Conocer el funcionamiento de la maquinaria, mantenimiento básico de equipo.</li><li>3. Dominar los métodos de trabajo.</li><li>4. Distinguir las calidades de materiales e insumos.</li><li>5. Aplicar las secuencia en la confección de prendas.</li><li>6. Interpretar las hojas de diseños.</li><li>7. Tener responsabilidad en el trabajo.</li></ol>
<p><b>PERFIL:</b></p> <p><b>Título profesional:</b> Artesano calificado ó aprendiz.</p> <p><b>Años de experiencia:</b> Mínimo 1 año de experiencia.</p> <p><b>Estado civil:</b> Soltero o Casado(a). <b>Edad:</b> 25 a 55 años.</p> <p><b>Sexo:</b> Masculino o femenino.</p> <p><b>Especialización:</b> Sastre ó Modista - Asistente de Diseñador profesional (opcional).</p>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*



## CUADRO N°. 18

### JEFE FINANCIERO

**FUNCIONES:**

1. Analizar los aspectos financieros de las decisiones.
2. Elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones.
3. Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización.
4. Optimizar los niveles de inventario.
5. Elaborar reportes financieros, de ventas y producción para la Gerencia Administrativo.

**PERFIL:**

**Título profesional:** Ing. Comercial o estudios universitarios superior.

**Años de experiencia:** 2 años de experiencia en cargos similares.

**Estado civil:** Soltero(a) Casado(a).

**Edad:** 22 a 45 años.

**Sexo:** Masculino o femenino.

**Especialización:** Administración Financiera (opcional).

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 3.3 DESARROLLO DEL PERSONAL.

El análisis de puesto es considerado al momento del diseño de los programas de capacitación y desarrollo, debido a que su resultado y descripción muestran el tipo y la capacitación.

Donde se considera lo siguiente:

**CUADRO N°. 19  
DESARROLLO DEL PERSONAL 1**

<b>ADMINISTRADOR</b>				
Dirigir la gestión administrativa y operativa, manejo de la relación con los proveedores y control disciplinario del personal.				
<b>ADiestRAMIENTO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificación Estratégica y liderazgo.</li> <li>✓ Seguridad y primeros auxilios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Relaciones humanas.</li> <li>✓ Entrenamiento en el sistema de su unidad.</li> </ul>	Persona externa de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejora la relación jefes-subordinados.</li> <li>✓ Agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.</li> <li>✓ Ampliar las responsabilidades del personal mediante una delegación.</li> </ul>	Cada 6 meses 20 horas
<b>JEFE DE RECURSOS HUMANOS</b>				
Dirigir el desarrollo profesional y personal del talento humano del personal de la Asociación.				
<b>ADiestRAMIENTO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Supervisión.</li> <li>✓ Trabajo de Equipo.</li> <li>✓ Creatividad y negociación.</li> <li>✓ Seguridad y primeros auxilios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inducción de integración a la empresa.</li> <li>✓ Sitio del trabajo.</li> <li>✓ Fuera del sitio de trabajo.</li> </ul>	Persona externa de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actitudes positivas.</li> <li>✓ Motivar la fuerza de trabajo.</li> <li>✓ El personal a identificarse con los objetivos de la organización.</li> <li>✓ Formación de líderes y dirigentes.</li> </ul>	Cada 6 meses 20 horas
<b>JEFE DE MARKETING</b>				
Selección y vinculación de clientes, para lograr la venta efectiva y mantener relaciones crecientes y de largo plazo que sean rentables.				
<b>ADiestRAMIENTO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Expresión Oral.</li> <li>✓ Expresión Escrita.</li> <li>✓ Seguridad y primeros auxilios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Liderar y motivar al equipo de ventas.</li> <li>✓ Plan de ventas.</li> <li>✓ Manejo de conflicto y de imagen personal.</li> </ul>	Persona externa de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promueve al desarrollo con vistas a la promoción.</li> <li>✓ Crea mejor imagen.</li> <li>✓ Desarrolla alternativas para el crecimiento profesional del personal.</li> </ul>	Cada 6 meses 20 horas

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N° 20**

**DESARROLLO DEL PERSONAL 2**

<b>PERSONAL DE VENTAS</b>				
Realiza actividades orientadas al logro o consecución de los objetivos de la Empresa, para la venta de la prendas de vestir.				
<b>ADiestRAMIENTO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Expresión Oral.</li> <li>✓ Expresión Escrita.</li> <li>✓ Atención al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Técnicas de Ventas.</li> <li>✓ Servicio al Cliente.</li> <li>✓ Motivación por el Éxito.</li> <li>✓ Comunicación efectiva en el proceso de venta.</li> </ul>	Gerente Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Motivación del vendedor.</li> <li>✓ Efectividad en el proceso de ventas.</li> <li>✓ Desarrollo de habilidades básicas en ventas.</li> </ul>	Cada 3 meses 20 horas
<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>				
Cumplir con las metas presupuestales, reducir gastos e incrementar ingresos en la empresa.				
<b>ADiestRAMIENTO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Productividad</li> <li>✓ Calidad del trabajo.</li> <li>✓ Desarrollo de la productividad.</li> <li>✓ Sistemas y procedimientos.</li> <li>✓ Seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prevención de accidentes.</li> <li>✓ Riesgos de trabajo.</li> <li>✓ Lograr la productividad.</li> <li>✓ Organización en la producción.</li> </ul>	Persona externa de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento en la eficacia organizacional.</li> <li>✓ Mejoramiento en la imagen de la empresa.</li> <li>✓ Mejora del clima organizacional.</li> <li>✓ Mejores relaciones entre la empresa y sus empleados.</li> <li>✓ Facilidad en los cambios y en la innovación.</li> </ul>	Cada 3 meses 20 horas

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N° 21  
DESARROLLO DEL PERSONAL 3**

<b>OPERARIOS</b>				
Habilidad necesaria para desarrollar destreza manual y creativa, mediante el aprendizaje de técnicas del diseño, trazo y confección de las diferentes prendas.				
<b>ADiestRAMIEnto</b>	<b>CAPACItACIóN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Técnicas de simulación.</li> <li>✓ Nuevas tecnologías y conocimientos.</li> <li>✓ Seguridad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de la bodega.</li> <li>✓ Superación personal.</li> <li>✓ Administración del tiempo.</li> </ul>	Gerente de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisar especificación de los clientes.</li> <li>✓ Inspeccionar la calidad.</li> <li>✓ Mantener el aseo y limpieza del lugar del trabajo.</li> <li>✓ Manejo eficiente de la maquinaria.</li> <li>✓ Reducción en el proceso de confección.</li> </ul>	Cada 3 meses 20 horas
<b>JEFE FINANCIERO</b>				
Tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización.				
<b>ADiestRAMIEnto</b>	<b>CAPACItACIóN</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Herramientas del cálculo financiero.</li> <li>✓ Evaluación de proyectos.</li> <li>✓ Actualización tributaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Simulador de Negocios.</li> <li>✓ Crédito y cobranza.</li> <li>✓ Impuestos.</li> </ul>	SRI	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ayuda a mantener bajos los costos.</li> <li>✓ Elimina los costos de recurrir a consultores externos.</li> <li>✓ Rentabilidad alta.</li> </ul>	Será la fecha que el SRI realice estas capacitaciones.

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 3.4 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.

La evaluación de desempeño permite medir y valorar las conductas relacionadas con el trabajo, así como el grado de ausencia, para determinar en qué medida es productivo el empleado y la manera de mejorar su futuro rendimiento.

#### Políticas de evaluación.

Entre las políticas para llevar a cabo la evaluación se detalla las siguientes:

**CUADRO N°. 22**

<b>POLÍTICAS DE EVALUACIÓN</b>	
1.	Cada jefe de área evalúa con imparcialidad a sus subalternos.
2.	El evaluador debe expresar los criterios a evaluar y el método a utilizar.
3.	El evaluador es responsable con los horarios asignados para la evaluación y hacer uso de la ética profesional.
4.	La Evaluación de desempeño se realiza mínimo una vez al año.
5.	Se entrega copia de los resultados y se anexará en el expediente laboral del evaluado.
6.	La retroalimentación debe hacerse de acuerdo a los resultados de la evaluación y de acuerdo al periodo establecido por la Gerencia.
7.	La administración debe desarrollar programas de incentivos laborales considerando: antigüedad, mérito o desempeño laboral.
8.	Los incentivos laborales estarán sujetos a los resultados de la Evaluación.

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N°. 23**

<b>PARÁMETROS Y CRITERIOS.</b>	
<b>Nivel de Logro</b>	<b>Descriptor</b>
<b>Excelente</b>	Entendimiento correcto y completo del problema. Sabe factibilidad de la solución que propone y reconoce errores.
<b>Bueno</b>	Entendimiento correcto de los elementos centrales del problema.
<b>Satisfactorio</b>	Entendimiento correcto de algunos elementos del problema o pregunta.
<b>Requiere reforzamiento</b>	Entendimiento incompleto o incorrecto de lo que el problema o pregunta plantea

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

✚ **Medidas correctivas para desempeño deficiente.**

**CUADRO No. 24**

CATEGORÍA	SANCIONES
<b>En Observación</b>	✓ Capacitación dentro de la empresa dirigida por su inmediato superior para el mejoramiento de su desempeño.
<b>Insuficiente</b>	✓ Después de los mecanismos aplicados sean reincidente, podrá ser separado de la institución.

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

✚ **Formato de evaluación.**

**CUADRO N°. 25**

ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS					
NOMBRE:					
ÁREA:			CARGO:		
FECHA DE INGRESO A LA ASOCIACIÓN:					
FACTORES DE EVALUACIÓN	GRADOS				
	A	B	C	D	E
<b>CALIDAD DE TRABAJO</b>					
<b>CONOCIMIENTO DEL CARGO</b>					
<b>RESPONSABILIDAD</b>					
<b>DESEMPEÑO E INICIATIVA</b>					
<b>MOTIVACIÓN</b>					
<b>HIGIENE Y SEGURIDAD</b>					
<b>COMUNICACIÓN</b>					
<b>COOPERACIÓN</b>					
<b>TOTALES</b>					
FIRMAS:					
EVALUADO:			EVALUADOR:		

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N°. 26**  
**SISTEMA DE PUNTUACIÓN**

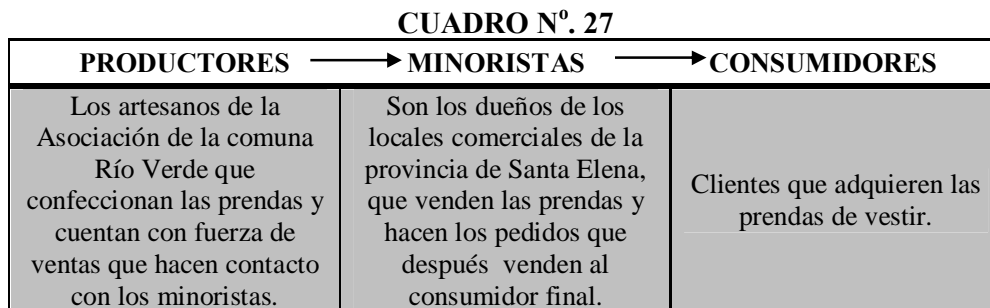
GRADOS	VALOR	RECONOCIMIENTO Y/O SANCIÓN
<b>A</b>	81 ó 100	EXCELENTE
<b>B</b>	61 ó 80	MUY BUENO
<b>C</b>	41 ó 60	BUENO
<b>D</b>	21 ó 40	EN OBSERVACIÓN
<b>E</b>	1 ó 20	INSUFICIENTE

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

#### 4. MERCADO.

##### 4.1 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA.

El canal de distribución que se utilizará lo componen los intermediarios que hacen llegar las prendas de los fabricantes a los usuarios finales. Por lo tanto el canal de distribución es el siguiente:



*Elaborado por: Maritza Merejildo*

Para escoger de manera correcta el canal de distribución se debe considerar cual será el alcance de la cobertura del mercado, también de qué manera se llevará un control de políticas de precio, promoción al consumidor, la calidad del productos.

##### 4.2 Puntos de venta.

Al momento de elegir las plazas o puntos de venta que utilizaremos, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ El análisis de nuestro público objetivo, dónde y cuándo suele comprar productos similares o complementarios al nuestro.
- ✓ El análisis de nuestra competencia, cuáles son los puntos de venta que utilizan, cuáles son los que mejores resultados les brindan.

- ✓ Los puntos de venta utilizados por consumidores que pertenezcan al mismo segmento de mercado al cual nos vamos a dirigir.
- ✓ Si se dispone del personal suficiente y capacitado, la capacidad de abastecimiento y los medios adecuados para hacer llegar los productos de forma eficiente, en buenas condiciones y oportuna, en el momento adecuado.
- ✓ Es posible probar con puntos de venta, para medir la respuesta de cada uno y de acuerdo a ello descartar los que no nos brinden buenos resultados.

Los puntos de venta en la provincia de Santa Elena para las vestimentas serán:

- ✓ Centro Comercial Buenaventura Moreno.
- ✓ Almacenes Tía.
- ✓ AKÍ.
- ✓ COMECSA.
- ✓ RIO STORE del C.C. Paseo Shopping.

#### **4.3 PUBLICIDAD.**

- **Propaganda a difundirse por los medios de comunicación escritos y radiales de mayor cobertura en la provincia.-** La Asociación destinará un valor para realizar publicidad mediante el DIARIO SÚPER. Otra opción será realizarlo en radio Amor, pues es una emisora que tiene una amplia cobertura radial.



- **Colocación de un letrero en la Asociación.-** La colocación de un letrero en la fábrica será de vital importancia, porque servirá de guía para las personas que deseen ubicar la Asociación.
- **Volantes.-** Se va a distribuir directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia la actividad que realizan.

#### 4.4 PROMOCIÓN DE VENTAS.

La promoción es un tipo de incentivo otorgado al cliente, para que este se sienta halagado y motivado de comprar los productos que ofrezcan los artesanos de la institución.

- ✓ **Descuento inmediato:** Reducción del precio de venta al público.
- ✓ **Concursos:** Los clientes participan por premios.
- ✓ **Juegos y sorteos:** Para participar es necesario una compra mínimo.

#### 4.5 MARCA.

### GRÁFICO N° 14 "Calidad que viste a los peninsulares"



*Elaborado por: Maritza Merejildo*

La marca describe en sus iniciales a la Comuna Río Verde, a la actividad que realizan y a los instrumentos utilizados, con un eslogan que involucra a los peninsulares para que elijan vestir con las prendas que se elaboran en la Asociación.

#### **4.6 ESTRATEGIAS DE VENTAS.**

Las estrategias a utilizar por la Asociación Artesanal para realizar la estrategia de venta y dar a conocer y ganar espacio en el medio local por la confección de prendas son las siguientes:

- **Visitas empresariales.-** Realizar acercamientos con centro comerciales, boutiques, etc., con esto se pretende es incrementar el número de clientes.
- **Comercio electrónico.-** Para dar a conocer a la empresa se creará una página Web personalizando las ventas porque podrán comprar por esta vía, incluso se podría realizar cotizaciones y reservaciones de las prendas.
- **Imagen corporativa.-** Los directivos de la institución deben saber comunicar los valores de la institución a sus clientes de forma directa.
- **Fidelización del cliente.-** Implementar estrategias para crear la lealtad de los mismos hacia la empresa, por ello es indispensable que todos se involucren en este proceso. Entre los programas de idealización están los cupones, concursos, juegos, call centers, servicios post-ventas, etc.
- **Calidad en atención al cliente.-** Esto se puede conseguir mediante la combinación de habilidades personales como la comunicación, cordialidad, amabilidad, solidaridad, entre otras. Para la buena atención al cliente es la capacitación de todos los colaboradores en base al servicio.

## 5. PRODUCCIÓN.

### 5.1 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO.

La especificación de las prendas de vestir corresponde al producto final, buscando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, las características para cumplir las exigencias y captar la atención. Entre estas se tienen las siguientes:

**Talla.-** Es una de las especificaciones y se la describe en el siguiente cuadro:

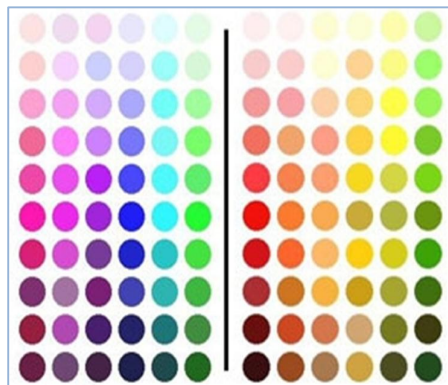
**CUADRO N°. 28**

TALLAS	
S	Small
M	Medium
L	Large
XL	Extra large

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Colores.-** En las líneas de sacos, pantalones, faldas y blusas se propone utilizar colores elegidos por el cliente, de fácil combinación en una cuidadosa mezcla de gamas se muestra en el modelo de carta de colores neutros, intensos y pasteles.

**GRÁFICO N°. 15**  
**PALETA DE COLORES**



### 5.1.1 DESCRIPCIÓN DE TELAS Y CARACTERÍSTICAS.

Para la confección de las prendas, se debe conocer las telas que existen y cuál es su composición, el uso y demás características, con la finalidad de hacer uso de las adecuadas para que el cliente se sienta satisfecho con el producto final.

**CUADRO N°. 29  
TELAS Y CARACTERÍSTICAS**

TELA	COMPOSICIÓN	USOS	OBSERVACIONES
Tafetán	100% nylon.	Forro para prendas deportivas, de trabajo y vestuario en general.	Textura suave y brillante. Amplia variedad de colores.
<b>Oxford</b>	70% algodón 30% poliéster.	Camisas y blusas.	Tela de gran resistencia y durabilidad. Ideal para uniformar al personal con logo institucional bordado.
<b>Gabardina</b>	65% poliéster 35% rayón.	Pantalones de vestir, casacas pescadoras, delantales, pecheras.	Tela de gran resistencia y durabilidad. Suave al tacto, excelente textura y apariencia.
<b>Acetato</b>	Tela artificial con apariencia de seda, fabricada con hilos de fibra de acetato de celulosa.	Lencería, blusas, vestidos.	No encoge, no destiñe, no se arruga.
<b>Crepé</b>	Plana. Tela delgada y liviana de seda o algodón y otros tipos de tejidos.	Se utiliza en vestidos largos, trajes y abrigos de todo tipo, dependiendo del espesor.	De apariencia áspera y arrugada.
<b>Franela (Lanilla)</b>	Suave y plana.	Chaquetas, vestidos, faldas, trajes, sobretodos.	Suave, con la superficie Satinada que casi anula la textura del tejido.
<b>Gabardina</b>	Reforzada.	Trajes para damas y caballeros, uniformes y camisas de hombre.	Terminación nítida, tejido denso, durable, resistente al desgaste. Difícil de planchar, brilla con el uso.
<b>Gasa</b>	Plana.	Vestidos, blusas.	Semi-transparente y liviana.
<b>Georgette</b>	Plana.	Blusas dama, vestidos.	Seda sintética, nítida, delgada, muy buena duración.

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 5.2 DESCRIPCIÓN DE PROCESOS.

En la descripción de proceso se considera las horas diarias de trabajo, días laborados al mes, porcentaje de pérdida de tiempo en el lapso de confección por imprevistos, dando como resultado el tiempo real que se utiliza durante el trabajo; también la producción diaria y mensual de las prendas de vestir y el tiempo de confección de cada una, esto se representa en la siguiente tabla:

**TABLA N°. 14**

<b>DESCRIPCIÓN DE PROCESO POR TIEMPO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Sacos</b>	<b>Pantalón</b>	<b>Falda</b>	<b>Blusas</b>	<b>Camisas</b>
Horas de trabajo diario:	8	8	8	8	8
Días de trabajo al mes:	24	24	24	24	24
Porcentaje de pérdida de tiempo:	13%	13%	13%	13%	13%
Tiempo actual de trabajo al día:	7	7	7	7	7
Producción diaria por unidades	65	90	112	132	132
Producción mensual por unidades	1560	2160	2688	3168	3168
Tiempo de producción por pieza (minutos)	6	5	4	3	3

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 5.3 SECUENCIA DE LAS ACTIVIDADES REQUERIDAS PARA LA CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS DE VESTIR.

Es importante determinar la secuencia del proceso de elaboración de las prendas, tratando de ajustar y minimizar la pérdida de tiempo y alcanzar el nivel óptimo de producción, combinando los diversos elementos primordiales durante la fabricación.

Para lo cual se describe de la siguiente manera cada uno de los procesos de confección de los sacos, pantalones, faldas, blusas y camisas:

**CUADRO N° 30**  
**CAMISAS, BLUSAS Y SACOS**

DISEÑO	ARMADO
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Corte corto en caso de camisas, blusas y sacos solapa clásica, redonda o sin solapa.</li> <li>✓ Cuello sin solapa, redondo o estilo camisa.</li> <li>✓ Abotonadura central en modelos de 1, 2 ó 3 botones a tono.</li> <li>✓ Enlace central estilo lazo con cinta pasador a tono.</li> <li>✓ Dos bolsillos delanteros laterales horizontales con vivos o tapas.</li> <li>✓ Dos bolsillos delanteros laterales horizontales tipo parche o con vivos.</li> <li>✓ Un bolsillo delantero lateral a la altura del pecho tipo parche o con vivos.</li> <li>✓ Manga clásica o manga <math>\frac{3}{4}</math>.</li> <li>✓ Pespunte en el contorno.</li> <li>✓ Etiqueta interior y forro interior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unir pinza delantera.</li> <li>✓ Preparar bolsillos tipo parche.</li> <li>✓ Unir cortes de espalda, hombros y costados.</li> <li>✓ Armar cuellos y unir delanteros.</li> <li>✓ Unir Cuello/ solapas a escote.</li> <li>✓ Unir mangas: Mangas largas o <math>\frac{3}{4}</math>.</li> <li>✓ Unir manga a sisa calzando piquetes.</li> <li>✓ Pespuntar contorno delantero, cuello y tapas a 7 milímetros.</li> <li>✓ Armar forro por separado y unir a cuerpo.</li> <li>✓ Pegar botones en mangas.</li> <li>✓ Abotonadura central, broche central o cierre central delantero.</li> <li>✓ Pegar botonadura central delantera.</li> <li>✓ Pegar/unir cinta central a modo de broche en faldones delanteros.</li> </ul>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N° 31**  
**PANTALONES**

DISEÑO	ARMADO
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Corte recto, capri, tubo a la altura del tobillo.</li> <li>✓ Basta recta sencilla, ancha, tipo tubo o doble basta.</li> <li>✓ Pretina a media cadera 3 <math>\frac{1}{2}</math> cm., 2cm., con o sin presillas.</li> <li>✓ Dos bolsillos laterales, uno horizontal, uno o dos bolsillos traseros.</li> <li>✓ Cierre frontal o cierre invisible lateral.</li> <li>✓ Aberturas de 2 <math>\frac{1}{2}</math> cm. a los lados de la basta.</li> <li>✓ Pespunte en el contorno.</li> <li>✓ Cinta cinturón a tono.</li> <li>✓ Etiqueta interior.</li> <li>✓ Forro interior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Embolsillar delanteros y colocar vivo en bolsillo luego fijar bolsas.</li> <li>✓ Hacer bolsillos de vivo en espalda para ambos lados.</li> <li>✓ Pegar cierre y hacer pespunte</li> <li>✓ Unir centro espalda.</li> <li>✓ Unir costado delantero y espalda.</li> <li>✓ Unir Entrepieernas.</li> <li>✓ Unir pretinas y cintura.</li> <li>✓ Hacer ojal y pegar botón.</li> <li>✓ Hacer Presillas y hacer bastas.</li> <li><b>Pegado del cierre:</b></li> <li>✓ Unir bragueta a delantero desde piquete hacia cintura (un lado).</li> <li>✓ Pegar cierre a bragueta 4 milímetros antes de la unión delantero y bragueta.</li> <li>✓ Unir otro lado cierre a delantero desde piquete a cintura.</li> <li>✓ Doblar marrueco a la mitad y fijar junto con cierre con un pespunte.</li> </ul>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**CUADRO N°. 32**  
**FALDAS**

<b>DISEÑO</b>	<b>ARMADO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Corte recto, campana, al sesgo.</li> <li>✓ Largo sobre la rodilla, bajo la rodilla.</li> <li>✓ Pretina con o sin presillas, de 1, 2 y 3 ½ cm.</li> <li>✓ Cierre en la parte trasera o cierre invisible en el costado.</li> <li>✓ Faldones al sesgo o tablonos añadidos al tono o al contraste.</li> <li>✓ Aberturas de 10 cm. en costados, parte trasera o delantera.</li> <li>✓ Pliegue de la misma tela en la parte frontal.</li> <li>✓ Pespunte en el contorno y sesgo, cinta a tono.</li> <li>✓ Etiqueta interior y forro interior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Piezas cortadas en forma clásica o al sesgo.</li> <li>✓ Hacer pinzas</li> <li>✓ Pegar piezas adicionales: tablonos, faldón, cintas.</li> <li>✓ Hacer bolsillos, vivos, respunte.</li> <li>✓ Unir costados y pegar cierre en parte posterior, delantera o a un costado.</li> <li>✓ Pegar pretina.</li> <li>✓ Hacer ojal y pegar botón.</li> <li>✓ Pegar presillas.</li> <li>✓ Hacer vuelo.</li> </ul>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

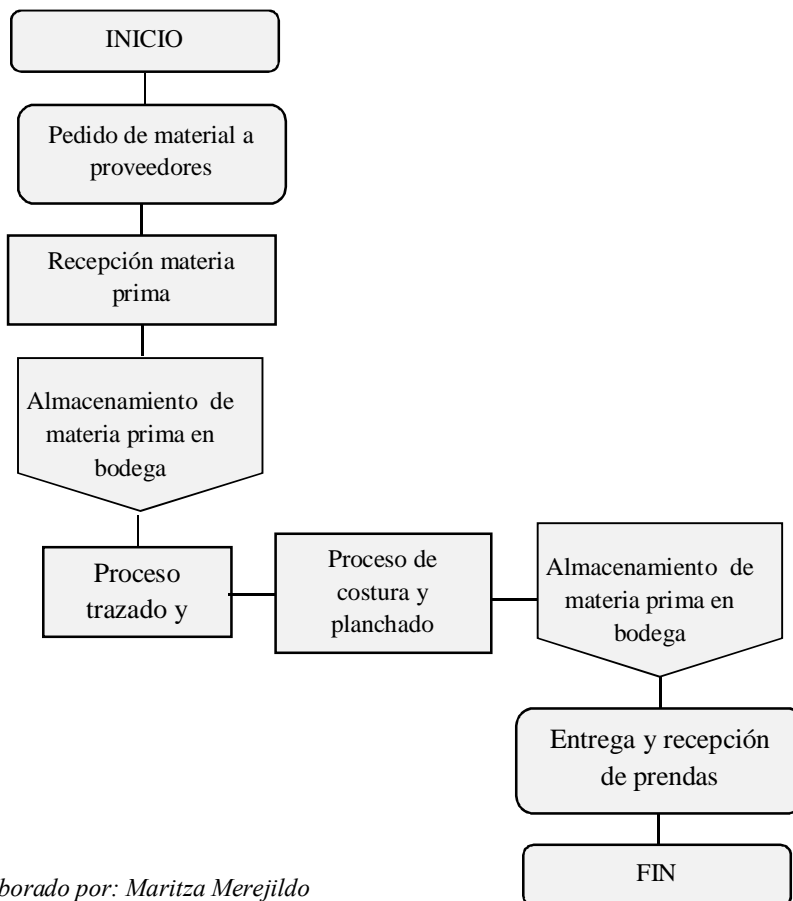
Descripción del proceso productivo por etapas:

- ✓ **Diseño.-** Es considerado el primer paso para la producción de prendas, en este paso se hacen los diseños, se hace un prototipo o muestra para luego hacer los cambios que se crean conveniente.
  
- ✓ **Elección del material.-** Una vez que se tiene el diseño preparado se procede a elegir el material e insumos para la producción del producto.
  
- ✓ **Tizado o marcado de la tela.-** Se colocan todos los moldes que conforman una prenda; con la ayuda de tizas y reglas. En esta etapa se procurara colocar las partes lo mejor que se pueda, para ahorrar material.
  
- ✓ **Corte.-** Se realiza siguiendo las líneas marcadas en la tela, el encargado haciendo uso de una cortadora o de las tijeras deberá tener cuidado.

- ✓ **Costura.-** Es la etapa en donde los costureros utilizan todas sus destrezas y habilidades, se arman las prendas pieza por pieza.
- ✓ **Acabado.-** Es el proceso por el cual se cortan los hilos que sobran después de la costura, se realiza el planchado y el embolsado de las prendas.
- ✓ **Control de calidad.-** Se determina y se selecciona las prendas el control de las normas técnicas ya establecidas.

#### 5.4 DIAGRAMA DE FLUJO.

**GRÁFICO N°. 16**  
**PROCESO DE ACTIVIDAD CONFECCIÓN DE PRENDA**



*Elaborado por: Maritza Merejildo*



## **5.5 EQUIPOS E INSTALACIONES.**

Las maquinarias y equipos están ubicados dentro de la cadena de producción en función de las características técnicas de cada una, según las fases del proceso de elaboración se trasladan los fragmentos de las prendas de un área de producción a otra. En la etapa de armado de las prendas se utiliza diferentes clases de máquinas que se clasifican según el tipo de fabricación que se realiza. Entre la maquinaria están:

**GRÁFICO N°. 17  
MÁQUINA DE DOS AGUJAS**



**GRÁFICO N°. 18  
MÁQUINA PARA BOTONES**



**GRÁFICO N°. 19  
MÁQUINAS PUNTADA INVISIBLE**



**GRÁFICO N°. 20  
MÁQUINAS PARA OJALES**



**GRÁFICO N° 21  
MÁQUINAS OVERLOCK 4 HILOS**



**GRÁFICO N° 22  
MÁQUINA PLANA**



**GRÁFICO N° 23  
MÁQUINAS PARA PRESILLAS**



**GRÁFICO N° 24  
MÁQUINAS ZIGZAG**



**GRÁFICO N° 25  
TERMOFIJADORAS**



**CUADRO N° 33****IMPLEMENTOS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesa de costura.</li> <li>✓ Tijeras para tela y papel.</li> <li>✓ Cinta métrica.</li> <li>✓ Regla plana de 30 cm. y escuadra.</li> <li>✓ Reglas de modista.</li> <li>✓ Lápiz.</li> <li>✓ Lápices de colores o bicolor.</li> <li>✓ Papel de molde, goma.</li> <li>✓ Tiza sastre</li> <li>✓ Alfileres, agujas (coser y maquina), dedal.</li> <li>✓ Telas, hilos, retazos.</li> <li>✓ Cuaderno para tomar nota.</li> <li>✓ Fólder.</li> </ul>
---

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**5.6 MATERIALES DE ARMADO Y ACABADO DE LAS PRENDAS.**

**Telas.-** El consumo de tela depende de las tallas que se vayan a producir y las posibles fallas que se encuentren en las telas como manchas, cortes o hilados mal ubicados, mediante la experiencia de los artesanos se puede conocer la cantidad de tela usada en las prendas que se confeccionan.

**TABLA N° 15**

<b>CONSUMO APROXIMADO DE TELA (MEDIDA EN METROS)</b>								
<b>TALLAS</b>	<b>SACO</b>		<b>PANTALÓN</b>		<b>FALDA</b>		<b>BLUSA (SM,MC,ML)1</b>	
<b>Americanas</b>	<b>Tela</b>	<b>Forro</b>	<b>Tela</b>	<b>Forro</b>	<b>Tela</b>	<b>Forro</b>	<b>Tela</b>	<b>Forro</b>
<b>S</b>	1.25	1.10	1,15	1	0,8	0,75	1-1,25 - 1.50	--
<b>M</b>	1.50	1.35	1,25	1	0,8	0,75	1-1.25- 150	--
<b>L</b>	1.75	1.50	1,5	1	1	0,75	1,25 - 1,50 - 2	--
<b>XL</b>	2	1.75	1,5	1,25	1,25	1	1,50-1,75 - 2,25	--
<b>1 SM= SIN MANGA, MC= MANGA CORTA, ML= MANGA LARGA</b>								
<i>Fuente: Artesanos de Asociación.</i>								
<i>Elaborado por: Maritza Merejildo.</i>								

**Hilos.-** Es necesario el uso de hilo para la unión de las partes de las prendas, por lo tanto para el cálculo de la cantidad es necesario considerar ciertos parámetros como: el largo y el número de puntada, espesor del tejido, entre otras razones.

**TABLA N°. 16**

<b>CONSUMO APROXIMADO DE HILO (MEDIDA EN METROS)</b>			
<b>PRENDAS</b>	<b>Metros de hilo</b>	<b>% de hilo en aguja</b>	<b>% de hilo en carrete</b>
Saco	356	50%	50%
Pantalón	238	50%	50%
Falda	99	60%	40%
Blusa	108	40%	60%
Camisa	110	40%	60%

*Fuente: Artesanos de Asociación.  
Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Utensilios.-** En todas se emplearán forros como el pellón, también sesgos, cierres y demás adicionales que requieran los modelos; el porcentaje de utensilios para cada tipo de prenda se muestra a continuación.

**TABLA N°. 17**

<b>UTENSILIOS</b>				
<b>PRENDAS</b>	<b>CIERRE CENTRAL CREMALLERA BOTONES</b>		<b>MANGAS</b>	<b>MÁS LOS DEMÁS UTENSILIOS PORCENTAJE EN PRENDA</b>
SACOS	1	1,2 ó 3	1,2 ó 3	10%
PANTALONES	1	1	—	5%
FALDAS	1	1	—	5%
BLUSAS	0	7	1	5%

*Fuente: Artesanos de Asociación.  
Elaborado por: Maritza Merejildo*

### **5.6.1 ESPACIO PARA LA CONFECCIÓN DE LAS PRENDAS.**

Para el almacenamiento de las materias primas se utilizarán un 10% de la superficie en fábrica, utilizando de un 15% para las provisiones y de un 20% a un 40% para la elaboración, mientras que para el almacenamiento de la prendas terminadas se destinará un 15% del espacio de la fábrica.

### **5.6.2 REQUERIMIENTO INSTALACIONES O FACILIDADES PARA LLEVAR A CABO CADA ACTIVIDAD.**

Entre los requerimientos para llevar a cabo cada actividad es necesario que se disponga de varios requerimientos entre los cuales se considere la alternativa de que se cuente con un servidor que facilite la comunicación interna entre las diversas áreas.

Es importante que se disponga de lo siguiente:

- ✓ Servicio de internet.
- ✓ Líneas telefónicas.
- ✓ Instalaciones eléctricas necesarias.
- ✓ Servicio de agua potable.
- ✓ Mobiliario adecuado para las maquinarias.

### **5.6.3 PROGRAMA DE MANTENIMIENTO.**

Las tareas de mantenimiento e inspección se realizarán en las maquinarias en este caso las máquinas de coser. La meta más importante es la eliminación de algún desperfecto de la maquinaria. Muchas veces la falta de mantenimiento causará daños serios, incrementando los costos de reparación. Las reparaciones se pueden planificar de manera ideal durante los paros programados de la planta.

Las fechas y el alcance de las tareas se las describe en la siguiente tabla:

**TABLA N°. 18**  
**PROGRAMA DE MANTENIMIENTO**

N°	MAQUINARIA	PERIODO	JORNADA	FECHAS	RESPONSABLE
1	Máquina de dos agujas.	Trimestral	8-12	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
2	Máquina para botones.	Trimestral	2-6	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
3	Máquina puntada invisible.	Trimestral	8-12	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
4	Máquina para ojales.	Trimestral	2-6	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
5	Máquina Overlock 4 hilos.	Trimestral	8-12	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
6	Máquina plana.	Trimestral	2-6	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
7	Máquina para presillas.	Trimestral	8-12	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
8	Máquina Zigzag.	Trimestral	2-6	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
9	Termofijadora.	Trimestral	8-12	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción
10	Planchas industriales.	Trimestral	2-6	Abril, Julio, Octubre y Enero	Jefe de producción

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

#### 5.6.4 CARACTERÍSTICAS DE TECNOLOGÍAS.

Descripción de la maquinaria y equipo, que se utilizarán dentro de la empresa:

**Máquina de dos agujas:** Las agujas de la máquina permiten que el material se mueva hacia adelante o hacia atrás y así mismo esta máquina puede coser 2 puntadas paralelas de cadeneta al mismo tiempo.

**Máquina para botones:** Ideal para varios tipos de botones de prendas ligeras, medianas y pesadas de tejido, camisas de hombre o dama, vestimenta en general, esta maquinaria facilita y disminuye el tiempo del pegado de los botones.

**Máquina puntada invisible:** Máquina de dobladillo invisible por ambos lados, brazo cilíndrico angosto movable, puntada de cadeneta, limpia ambas superficies del material con sus dos independientes émbolos, las costuras son invisibles por ambas superficies de los materiales.

**Máquina para ojales:** Ideal para trajes, vestimenta de campo, ropa de trabajo, trusas, ligeras, medianas y pesadas prendas para hacer ojales. Pantalla de interface digital de vanguardia a escala mundial, imágenes con las instrucciones claras para un mejor entendimiento.

**Máquina overlock 4 hilos:** Pequeña vibración, bajo ruido, menor desgaste y evitar la contaminación de la costura; eje accionamiento directo, sin correa; responde con rapidez y precisión la posición de parada de la aguja.

**Máquina plana:** Esta máquina es excelente para la costura de materiales livianos y medio pesados tales como los utilizados en la industria de ropa y tejido de punto.

**Máquina para presillas:** Costura de alta calidad. La velocidad más alta en las mismas máquinas. Alta eficiencia, bajo ruido, baja vibración, económicas y prácticas.

**Máquina Zigzag:** Ideal para costura recta, zig zag, bordado, puntada de unión, puntada de taceo, orillado, pegado de cierres, puntada ornamental, etc.

**Termofijadora:** Lubricación automática. La cadena de doble aguja recta forma doble línea de puntada que permite hacer el dobladillo.

**Plancha industrial:** Es útil para el planchado de las camisas, faldas, pantalones, blusas, en general de las prendas confeccionadas.

**Internet:** Para que se comunique con los proveedores, se reciban pedidos, etc.

**Sistema informático:** Para una comunicación interna y se comparta información de cada departamento inclusive para el diseño de las prendas de vestir.

### **5.6.5 ASPECTOS TÉCNICOS.**

#### **Instalaciones.**

Para la ubicación del local donde va a funcionar se considera los siguientes factores:

- Disponibilidad de Servicios Básicos.
- Ambiente Laboral.
- Condiciones de Salubridad.
- Provisiones de materiales.
- Leyes y políticas tributarias.
- Accesibilidad vial.
- Transporte.
- Clima.
- Seguridad.



### **Especificaciones técnicas del producto.**

Las prendas de vestir que confeccionen los artesanos y que se comercialicen deberán tener una etiqueta y paquete, que cumpla con los requisitos mínimos que siguen a continuación:

1. Denominación que identifique a las prendas.
2. Contenido neto expresado en unidades.
3. Identificación de los componentes de las prendas.
4. Advertencias sobre riesgos y especificaciones del cuidado de las prendas.
5. Lugar de fabricación y dirección del fabricante.
6. El contenido de la etiqueta deberá aparecer en el idioma español y de fácil comprensión para el comprador.

### **Cálculo de la capacidad de producción.**

La capacidad de producción depende también del número de clientes y vendedores que se maneje y su forma de distribución y venta.

Se puede aplicar al cálculo básico de minutos disponibles al mes, lo cual dividido entre el estándar de minutos requeridos por prenda, ofrece un estimado de cuantas prendas se puede confeccionar por periodo dado.

$$\mathbf{Min/ MES = N^{\circ}. Máquinas \times min/hora \times hora/día \times días/mes \times eficiencia.}$$

**TABLA N°. 19**

<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Saco</b>	<b>Pantalón</b>	<b>Falda</b>	<b>Blusa</b>	<b>Camisa</b>
No. Maquinas.	10	10	10	10	10
Tiempo de producción	6	5	4	3	3
Días de trabajo al mes	24	24	24	24	24
Tiempo de trabajo al día	7	7	7	7	7
Eficiencia	80%	80%	80%	80%	80%
Subtotal	8064	6720	5376	4032	4032
<b>Total</b>	<b>28224</b>				

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 5.7 MANEJO DE INVENTARIO.

El inventario representa el valor de las existencias de mercancías. En esta se incluyen las mercancías compradas para la confección de las prendas. En esto no se incluyen la compra de terrenos, maquinarias, edificios, equipos, instalaciones.

**CUADRO N°. 34**

<b>ARTÍCULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>PERÍODOS</b>
<b>Telas</b>	100	30,00	Semanal
<b>Tijera</b>	40	0,50	Mensual
<b>Cinta métrica</b>	40	0,40	Mensual
<b>Reglas de costura</b>	30	0,75	Mensual
<b>Tela interior</b>	100	0,50	Mensual
<b>Hilos</b>	200	0,40	Semanal
<b>Botones blusas</b>	200	0,05	Semanal
<b>Botones camisas</b>	200	0,05	Semanal
<b>Botones para pantalones</b>	200	0,05	Semanal
<b>Sobres de agujas</b>	200	0,25	Semanal
<b>Sobres de alfileres</b>	200	0,15	Semanal
<b>Carreteles de metal</b>	200	0,75	Mensual
<b>Estiletes</b>	80	0,50	Mensual
<b>Hombreras</b>	200	0,75	Semanal
<b>Cierres</b>	200	0,60	Semanal
<b>Ganchos para pantalones</b>	200	0,05	Semanal

*Elaborado por: Maritza Merejildo*



## 6. FINANZAS.

El siguiente estudio se efectuará para la Asociación artesanal, considerando escenario de ingresos, egresos, costos y gastos que tendrá en los siguientes 5 años, de esta manera se tendrá un conocimiento amplio de la situación financiera.

### 6.1 INVERSIÓN.

**Activos Fijos.-** Dentro de la Inversión Fija en la información financiera se obtuvo que este valor ascienda a la cantidad de \$ 9.898,50 es por concepto de Maquinaria (Anexo N°. 4), Muebles (Anexo N°. 5), Enseres (Anexo N°. 6) y Equipos (Anexo N°. 7).

**TABLA N°. 20**

<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>	<b>TOTAL</b>
MAQUINARIAS	\$ 2620,00
MUEBLES	\$ 1365,00
ENSERES	\$ 3768,50
EQUIPOS	\$ 2145,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9898,50</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Activos Diferidos.-** Nuestros Activos Diferidos ayudan a un funcionamiento de la empresa, cumpliendo con todos los requisitos legales y evitar que esto ocasione algún retraso en las actividades que se realizan.

**TABLA N°. 21**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos Pre-operativos	\$ 165,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 165,00</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Capital de trabajo.-** En este caso nuestro capital de trabajo nos refleja con cuánto dinero empezaremos a trabajar tomando en consideración que para su cálculo se tienen que sumar los gastos administrativos, los costos generales de fabricación y los costos directos de igual manera se restan las depreciaciones y los beneficios sociales.

**TABLA N°. 22**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Activos Fijos	\$ 9898,50	33,71%
Activos Diferidos	\$ 165,00	0,82%
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 65401,66</b>	<b>65,47%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 75465,16</b>	<b>100,00%</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 6.2 PRESUPUESTO DE INGRESO POR VENTAS.

Para establecer nuestro presupuesto de ingreso por las diferentes prendas que se confeccionan, se toman los valores de precio de venta al público multiplicado con la demanda del servicio. (Anexo No. 8 )

**TABLA N°. 23**

<b>PRENDAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sacos</b>	\$ 63.260,46	\$ 132.657,18	\$ 208.636,58	\$ 291.673,93	\$ 382.275,15
<b>Pantalones</b>	\$ 57.138,48	\$ 119.819,39	\$ 188.445,94	\$ 263.447,42	\$ 345.280,78
<b>Faldas</b>	\$ 41.629,46	\$ 87.296,98	\$ 137.296,33	\$ 191.940,27	\$ 251.561,71
<b>Blusas</b>	\$ 43.534,08	\$ 91.290,96	\$ 143.577,86	\$ 200.721,85	\$ 263.071,07
<b>Camisas</b>	\$ 43.534,08	\$ 91.290,96	\$ 143.577,86	\$ 200.721,85	\$ 263.071,07
<b>TOTAL</b>	<b>\$249.096,55</b>	<b>\$522.355,47</b>	<b>\$821.534,56</b>	<b>\$1.148.505,31</b>	<b>\$1.505.259,78</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Costo de Mano de Obra Directa.-** El Costo de la Mano de Obra directa lo obtenemos de acuerdo a la cantidad de operarios con que va a iniciar la empresa, de igual manera al sueldo establecido por ley con el respectivo recargo por cada año correspondiente.

**TABLA N°. 24**

COSTOS DIRECTOS							INCREMENTO ANUAL				
CARGO	S. MES	No. EMP. AÑO					0	40	80	120	160
		1	2	3	4	5	SUELDO ANUAL				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
PERSONAL OPERATIVO	296	18	20	22	25	28	63.936	80.640	99.264	124.800	153.216
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>63.936</b>	<b>80.640</b>	<b>99.264</b>	<b>124.800</b>	<b>153.216</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**Costo Indirecto de Fabricación.-** En los Costos Indirectos de Fabricación se toman con referencia a una secretaria para atender los pedidos y a las personas que lleguen a visitar y realizar sus pedidos directamente a las instalaciones.

**TABLA N°. 25**

COSTOS INDIRECTOS											
CARGO	SUELDO MENSUAL	No. EMPL. AÑO					SUELDO ANUAL				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
SECRETARIA	296,00	1	1	1	1	2	3.552,00	4.032,00	4.512,00	4.992,00	10.944,00
<b>TOTAL</b>	<b>296,00</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3.552,00</b>	<b>4.032,00</b>	<b>4.512,00</b>	<b>4.992,00</b>	<b>10.944,00</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS.

**Gastos Administrativos.-**Dentro de los Gastos Administrativos contemplados para establecer el presupuesto se tomaron en cuenta como parte principal los Sueldos y Salarios de los empleados incluidos el incremento correspondiente por año, de igual manera el Aporte Patronal, los Beneficios Sociales, los gastos que se van a dar por Energía Eléctrica, Agua Potable, Mantenimiento y Reparación, Útiles de Oficina, los mismos que para su cálculo se tomaron en cuenta los porcentajes de la inflación; Depreciación de los Activos Fijos, Publicidad y Promoción, Amortización de Gastos Pre operativos y de los Materiales de Limpieza, todos estos valores corresponden a los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa artesanal MODA C.R.V.

**TABLA N°. 26**

GASTOS OPERACIONALES	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	16.800,00	18.720,00	20.640,00	22.560,00	24.480,00
Aporte patronal	2.041,20	2.274,48	2.507,76	2.741,04	2.974,32
Beneficios sociales	3.500,00	5.460,00	6.020,00	6.580,00	7.140,00
Energía Eléctrica	660,00	692,01	725,57	760,76	797,66
Agua potable	210,00	220,19	230,86	242,06	253,80
Mantenimiento y reparación	690,00	723,47	758,55	795,34	833,92
Útiles de oficina	300,00	314,55	329,81	345,80	362,57
Depreciación de act. fijos	851,50	851,50	851,50	851,50	851,50
Publicidad y promoción	435,00	390,00	390,00	390,00	390,00
Amort. Gastos preoperat.	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Materiales de limpieza	134,42	140,94	147,77	154,94	162,46
<b>TOTAL</b>	<b>25.655,12</b>	<b>29.820,13</b>	<b>32.634,83</b>	<b>35.454,45</b>	<b>38.279,23</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### 6.3.1 SUELDOS Y SALARIOS.

**TABLA N°. 27**

SUELDOS Y SALARIOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS											
CARGO	SUELD. MES	EMP. x AÑO					SUELDO ANUAL				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
PERSONAL ADMINISTRATIVO	350,00	4	4	4	4	4	16.800	18.720	20.640	22.560	24.480
<b>TOTAL</b>	<b>350,00</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16.800</b>	<b>18.720</b>	<b>20.640</b>	<b>22.560</b>	<b>24.480</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

Para determinar el valor de los Sueldos y Salarios se toma en consideración la Mano de Obra Indirecta, de igual forma se toma en cuenta al Personal Administrativo en este caso son cuatro las personas que constan como miembros del Área Administrativa, los mismo que van a tener un Salario de \$ 16.800 cada uno durante el primer año.

**COSTO TOTAL DE OPERACIÓN.-** Para determinar el costo total de operación de la empresa artesanal MODA C.R.V., se realiza la suma de los costos directos de producción los cuales son: los de materia prima y de mano de obra directa proyectados para los 5 primeros años del funcionamiento de la microempresa.

**TABLA N°. 28**

<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>AÑOS</b>				
<b>COSTOS DIRECTOS PRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	162.545,36	340.857,62	536.083,83	749.445,19	982.241,61
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	63.936,00	80.640,00	99.264,00	124.800,00	153.216,00
<b>TOTAL</b>	<b>226.481,36</b>	<b>421.497,62</b>	<b>635.347,83</b>	<b>874.245,19</b>	<b>1.135.457,61</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**COSTO UNITARIO.-** Estos valores se establecieron tomando en cuenta los costos unitarios así es que en el año 1 para las prendas en este caso los sacos tiene un precio unitario de \$ 7.20, los pantalones a \$ 8.60, las faldas \$ 5.80, las blusa \$ 5.20 y las camisas a \$ 5.45 centavos, y desde el año 2 hasta el año 5 este valor varia por efecto de la inflación.

**TABLA N°. 29  
COSTO UNITARIO**

<b>PRENDAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sacos</b>	7,20	7,55	7,92	8,30	8,70
<b>Pantalones</b>	8,60	9,02	9,45	9,91	10,39
<b>Faldas</b>	5,80	6,08	6,38	6,69	7,01
<b>Blusas</b>	5,20	5,45	5,72	5,99	6,28
<b>Camisas</b>	5,45	5,71	5,99	6,28	6,59

*Elaborado por: Maritza Merejildo*



#### 6.4 PRECIOS DE VENTA DE LAS PRENDAS DE VESTIR.

A través de los costos unitarios del servicio, se implantaron los precios por cada unidad para los diferentes tipos de prendas como los sacos, pantalones, faldas, blusas y camisas con un valor desde \$ 15.50, \$ 10.50, \$ 8.50, \$ 8.00 y \$ 8.00 para los niños y adultos, respectivamente luego del año 1 la inflación provocará un incremento en el valor de venta.

**TABLA N°. 30**  
**PRECIO DE VENTA**

<b>PRENDAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sacos</b>	15,50	16,25	17,04	17,87	18,73
<b>Pantalones</b>	10,50	11,01	11,54	12,10	12,69
<b>Faldas</b>	8,50	8,91	9,34	9,80	10,27
<b>Blusas</b>	8,00	8,39	8,79	9,22	9,67
<b>Camisas</b>	8,00	8,39	8,79	9,22	9,67

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 6.5 BALANCE GENERAL.

**TABLA N° 31**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACT. CORRIENTES</b>						
<b>Caja y bancos</b>	65.401,66	17.792,86	46.954,69	127.583,41	254.727,96	429.068,55
<b>ACTIVO FIJO</b>						
<b>Maquinarias</b>	2.620,00	2.620,00	2.620,00	2.620,00	2.620,00	2.620,00
<b>Muebles</b>	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.365,00
<b>Enseres</b>	3.768,50	3.768,50	3.768,50	3.768,50	3.768,50	3.768,50
<b>Equipos</b>	2.145,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00
<b>Depreciación acumulada</b>		1.490,35	2.980,70	4.471,05	5.961,40	7.451,75
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
<b>Gastos pre operativos</b>	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00
<b>Amortización acumulada</b>		33,00	66,00	99,00	132,00	165,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>75.465,16</b>	<b>26.333,01</b>	<b>53.971,49</b>	<b>133.076,86</b>	<b>258.698,06</b>	<b>431.515,30</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>P. CORRIENTE</b>						
<b>Préstamo bancario</b>	50.465,16	44.161,82	36.362,69	26.712,84	14.773,07	0,00
<b>Part. de Trabajadores</b>		-6.424,32	2.986,82	14.396,01	25.852,70	37.510,15
<b>Impuesto a la Renta</b>		-9.101,12	4.231,33	20.394,34	36.624,65	53.139,38
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>Capital</b>	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
<b>Utilidades acumuladas</b>		-27.303,36	-14.609,36	46.573,67	156.447,63	315.865,77
<b>T. PASIVO Y PATRIM.</b>	<b>75.465,16</b>	<b>26.333,01</b>	<b>53.971,49</b>	<b>133.076,86</b>	<b>258.698,06</b>	<b>431.515,30</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 6.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

**TABLA N°. 32**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>RUBRO/AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	249.096,55	522.355,47	821.534,56	1.148.505,31	1.505.259,78
<b>Total de ingresos</b>	<b>249.096,55</b>	<b>522.355,47</b>	<b>821.534,56</b>	<b>1.148.505,31</b>	<b>1.505.259,78</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima	162.545,36	340.857,62	536.083,83	749.445,19	982.241,61
Mano de obra directa	63.936,00	80.640,00	99.264,00	124.800,00	153.216,00
Costos Generales de Fab.	27.813,49	40.645,95	48.949,65	60.115,40	77.949,63
<b>T. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>254.294,86</b>	<b>462.143,57</b>	<b>684.297,48</b>	<b>934.360,59</b>	<b>1.213.407,24</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Sueldos y salarios	16.800,00	18.720,00	20.640,00	22.560,00	24.480,00
Aporte patronal	2.041,20	2.274,48	2.507,76	2.741,04	2.974,32
Beneficios sociales	3.500,00	5.460,00	6.020,00	6.580,00	7.140,00
Energía Eléctrica	660,00	692,01	725,57	760,76	797,66
Agua potable	210,00	220,19	230,86	242,06	253,80
Mantenimiento y reparación	690,00	723,47	758,55	795,34	833,92
Útiles de oficina	300,00	314,55	329,81	345,80	362,57
Depreciación de activos fijos	851,50	851,50	851,50	851,50	851,50
Publicidad y promoción	435,00	390,00	390,00	390,00	390,00
Amortiza. gastos pre operativos	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Materiales de limpieza	134,42	140,94	147,77	154,94	162,46
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>25.655,12</b>	<b>29.820,13</b>	<b>32.634,83</b>	<b>35.454,45</b>	<b>38.279,23</b>
Gasto financiero	11.975,38	10.479,60	8.628,87	6.338,96	3.505,65
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-42.828,81</b>	<b>19.912,16</b>	<b>95.973,39</b>	<b>172.351,31</b>	<b>250.067,66</b>
<b>PART. DE TRABAJADORES</b>	<b>-6.424,32</b>	<b>2.986,82</b>	<b>14.396,01</b>	<b>25.852,70</b>	<b>37.510,15</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>-9.101,12</b>	<b>4.231,33</b>	<b>20.394,34</b>	<b>36.624,65</b>	<b>53.139,38</b>
<b>UTIL. DEL EJERCICIO</b>	<b>-27.303,36</b>	<b>12.694,00</b>	<b>61.183,03</b>	<b>109.873,96</b>	<b>159.418,13</b>

La empresa artesanal MODA C.R.V. en su primer año tiene pérdidas de \$ - **27.303,36**, en el año 2 tiene una utilidad de \$ **12.694,00**; en el año 3 va a tener una utilidad de \$ **61.183,03**; en el año 4 tiene \$ **109.873,96** de utilidad; y en el año 5 tiene utilidades de \$ **159.418,13**.

## 6.7 FLUJO DE EFECTIVO.

**TABLA N°. 33**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
RUBRO/AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
<b>Préstamo</b>	50.465,16					
<b>Ventas</b>		249.096,55	522.355,47	821.534,56	1.148.505,31	1.505.259,78
<b>Total de ingresos</b>	<b>50.465,16</b>	<b>249.096,55</b>	<b>522.355,47</b>	<b>821.534,56</b>	<b>1.148.505,31</b>	<b>1.505.259,78</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>Inversión fija</b>	9.898,50					
<b>Diferidos</b>	165,00					
<b>Capital de trabajo</b>	65.401,66					
<b>Costo de producción</b>		254.294,86	462.143,57	684.297,48	934.360,59	1.213.407,24
<b>Gastos operacionales</b>		25.655,12	29.820,13	32.634,83	35.454,45	38.279,23
<b>Dividendo</b>		18.278,72	18.278,72	18.278,72	18.278,72	18.278,72
<b>Part. de trabajadores</b>			-6.424,32	2.986,82	14.396,01	25.852,70
<b>Impuesto a la Renta</b>			-9.101,12	4.231,33	20.394,34	36.624,65
<b>Total de egresos</b>	<b>75.465,16</b>	<b>298.228,70</b>	<b>494.716,98</b>	<b>742.429,19</b>	<b>1.022.884,12</b>	<b>1.332.442,54</b>
<b>Depreciaciones</b>		1.490,35	1.490,35	1.490,35	1.490,35	1.490,35
<b>Amortizaciones</b>		33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
<b>Flujo neto</b>	-25.000,00	-47.608,80	29.161,83	80.628,72	127.144,54	174.340,59
<b>Aportación de capital</b>	25.000,00					
<b>Flujo acumulado</b>	0,00	-47.608,80	-18.446,96	62.181,76	189.326,30	363.666,89

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## 6.8 EVALUACIÓN VAN, TIR Y ANÁLISIS DE RECUPERACIÓN.

**TABLA N°. 34**

<b>TMAR</b>	<b>9,60%</b>	
<b>TIR</b>	71%	TIR > TMAR
<b>VAN</b>	215.442,22	Van >0
<b>PRI</b>	4	

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

En este caso el proyecto presenta un cambio de signo en sus flujos, es por esto que este proyecto posee una TIR que hace que el VAN del proyecto sea mayor que cero. Luego de un análisis del flujo de Caja obtenemos el valor de la TIR de 71% que en relación a la TMAR que es de 9.60% nos indica que el proyecto es factible por cuanto se cumple con lo establecido que la Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno. Nuestro periodo de recuperación se cumple a partir del año 4 por que en la Tabla de Efectivo se ilustra de tal manera.

## 6.9 INDICADORES FINANCIEROS.

**TABLA N°. 35  
INDICADORES FINANCIEROS**

<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 14.936,50	-\$ 26.368,96	\$ 10.592,00	\$ 100.870,58	\$ 239.954,89
Muestra la disponibilidad del activo circulante en exceso del pasivo circulante; representando un índice de estabilidad financiera, margen de protección para los acreedores actuales y para futuras operaciones normales.					
<b>LIQUIDEZ CORRIENTE</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 1,30	\$ 0,40	\$ 1,29	\$ 4,78	\$ 17,24
Representa las veces que el activo circulante podría cubrir al pasivo circulante.					
<b>PRUEBA RÁPIDA (ACIDA)</b>					
<b>ACT. CORRIENTE - INVENTARIOS / PAS. CORRIENTE</b>	\$ 0,79	\$ -0,74	\$ -0,80	\$ 0,99	\$ 8,68
Representa las veces que el activo circulante más líquido cubre al pasivo a corto plazo.					

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**TABLA N°. 36**

**INDICADORES FINANCIEROS**

<b>ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO</b>					
<b>TOTAL DE PASIVOS / TOTAL DE ACTIVOS (%)</b>	67%	168%	67%	20%	6%
Muestra el porcentaje de la inversión total en activos que ha sido financiada por los acreedores.					
<b>APALANCAMIENTO</b>					
<b>TOTAL PASIVO/PATRIMONIO</b>	\$ 2,02	\$ 1,77	\$ 1,45	\$ 1,07	\$ 0,59
Participación que tiene el pasivo externo con respecto al patrimonio de la empresa. Es la relación entre capital propio y crédito invertido en una operación financiera. El incremento del apalancamiento también aumenta los riesgos de la operación, dado que provoca menor flexibilidad o mayor exposición a la insolvencia o incapacidad de atender los pagos.					
<b>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</b>					
<b>UTILIDAD BRUTA / VENTAS</b>	-\$ 0,02	\$ 0,12	\$ 0,17	\$ 0,19	\$ 0,19
Indica las ganancias en relación con las ventas, es decir la eficiencia de las operaciones y la forma como son asignados los precios de los productos.					
<b>MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA</b>					
<b>UTILIDAD OPERATIVA / VENTAS</b>	-\$ 0,17	\$ 0,04	\$ 0,12	\$ 0,15	\$ 0,17
Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos. Cuanto mayor sea, mejor.					
<b>MARGEN DE UTILIDAD NETA</b>					
<b>UTILIDAD NETA / VENTAS</b>	-\$ 0,11	\$ 0,02	\$ 0,07	\$ 0,10	\$ 0,11
Eficacia de la empresa para generar utilidades de las ventas que realiza.					
<b>RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES</b>					
<b>UTILIDAD NETA / TOTAL DE ACTIVOS</b>	-\$ 0,36	\$ 0,48	\$ 1,13	\$ 0,83	\$ 0,62
Miden la efectividad de la administración de la empresa para controlar costos y gastos, transformando así las ventas en utilidades.					
<b>RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO</b>					
<b>UTILIDAD NETA / CAPITAL</b>	-\$ 1,09	\$ 0,51	\$ 2,45	\$ 4,39	\$ 6,38
Significado: Eficacia de la empresa para generar utilidades a los accionistas de la empresa.					

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## CONCLUSIONES

Mediante el proceso de la elaboración del presente proyecto de titulación, se logró cumplir el objetivo que fue desarrollar un Plan de Negocios para la Asociación Artesanal de Sastres y Modistas de la comuna Río Verde, estableciendo las medidas necesarias para que la actividad que realizan se desarrolle de manera correcta.

El Plan de Negocios se desarrolló de manera satisfactoria con el apoyo del marco teórico, que fue como una guía para crearlo de acuerdo a las necesidades y factores primordiales que se deben tomar en cuenta, esto permitió llevar a cabo cada una de las partes necesarias y fundamentales para la elaboración de un Plan de Negocios, estas son las siguientes: mercadeo, operacional y financiero. También ayudó a cumplir con los objetivos específicos planteados al comienzo de la investigación.

La metodología que se empleó en este caso dio lugar a que se conociera un instrumento de medición a utilizar, el resultado fue la aplicación de encuesta a los miembros de la Asociación Artesanal.

A través de este Plan de Negocios se ha logrado determinar el mercado al que estará enfocado, también se describió las características de las prendas de vestir, según el requerimiento de los clientes quienes pueden sugerir: blusas, faldas, pantalones, sacos y camisas, estableciendo el precio de venta que tendrán cada uno de ellos.

Dentro del Plan Financiero se describieron los egresos de la empresa, incluyendo costos de producción, gastos por administración y venta, etc., también se definieron los ingresos que tendrá la empresa por las ventas de la prendas de vestir.

## RECOMENDACIÓN

- ✓ Capacitación los operarios, ya que con la compra de maquinaria nueva se tiene que realizar un curso, para enseñar al personal cual es el uso correcto y así prevenirlos de accidentes que pudiera ocasionar el mal uso.
- ✓ Realizar una campaña publicitaria donde se dé a conocer sobre las prendas de vestir, presentar las respectivas promociones para que el consumidor se aliente a comprarlos y volverse cliente de la Asociación.
- ✓ Investigar el mercado, ya que es importante saber que están planeando otros dedicados a la misma actividad y saber qué hacer para captar la atención del cliente, para responder de manera rápida y eficiente para los cambios que surjan entre los competidores y el mercado.
- ✓ Otro aspecto que se puede considera es gestionar convenios de compra con los proveedores.
- ✓ Efectuar una evaluación periódica de la calidad de las prendas de vestir que se elaboran, con la finalidad de mejorar continuamente, para esto se debe disponer de un buzón donde se depositen sugerencias y las opiniones para conocer cuáles son las mejores y poder identificar las fortalezas de la empresa.



## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, LOURDES ó GEORGE, JR. (2005) Historia del pensamiento administrativo; Pearson Educación; México.
- ANDA, CUAUHTÉMOC (2004) Administración y calidad; Edit. Limusa; México.
- BALDELLI, CARLOS (2009) Como armar un Plan de Negocios; Edit. Come Educativa; Argentina.
- CÓRDOBA, MARCIAL (2006) Formulación y evaluación de proyectos; ECOE Ediciones; Colombia.
- FLORES, JULIO (2007) Cómo crear y dirigir la nueva empresa; ECOE Ediciones; Colombia
- KOTLER, PHILIP ó ARMSTRONG (2003) Fundamentos de marketing; Pearson; México.
- MARTIN, ANTONIETA ó LERNA (2007) Liderazgo emprendedor; Cengage Learning; México.
- MODOERY, OSCAR ó ZARATE, RUBÉN - ARTESI, LILIAN (2007) Ciudadanía, territorio y desarrollo endógeno, en emprendimiento textiles; Edit. Biblos; Argentina.
- MUNUERA, JOSÉ ó RODRÍGUEZ, ANA (2012) Estrategias de Marketing; Edit. Esic; España.

- MUÑIZ, LUIS (2010) Guía para mejorar un Plan de Negocios; Edit. Profit; España.
- RAMÍREZ, CARLOS (2007) Fundamentos de administración; ECOE Ediciones; Colombia.
- REYES, AGUSTÍN (2004) Administración de empresas; Edit. Thomson; México.
- RODRÍGUEZ, JOAQUÍN (2003) Introducción a la administración con enfoque de sistemas; Thomson Inc.; México.
- RODRÍGUEZ, JOAQUÍN (2006) Administración I; Thomson Inc.; México.
- THOMSEN, MOGENS (2009) El Plan de Negocios dinámico; Thomsen Business Information; Dinamarca.
- VELASCO, FÉLIX (2007) Aprender a elaborar un Plan de Negocios; Edit. Paidós Ibérica S.A.; España
- VINIEGRA, SERGIO (2007) Entendiendo el Plan de Negocios; Lulu.com; México.
- STETTINIUS, WALLACE (2009) Plan de negocios: como diseñarlo e implementarlo; McGraw-Hill; España.

**ANEXO N°. 1. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS.**



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL DE SASTRES Y MODISTAS

OBJETIVO: Obtener información sobre la importancia de impulsar la comercialización de las prendas de vestir de la Asociación Artesanal de la Comuna Río Verde.

**1. INFORMACIÓN BÁSICA:**

1. EDAD:	<input type="text"/>	2. SEXO:	M: <input type="checkbox"/>	F: <input type="checkbox"/>	
3. NIVEL DE INSTRUCCIÓN:	Primaria: <input type="checkbox"/>	Secundaria: <input type="checkbox"/>	Técnica: <input type="checkbox"/>	Superior: <input type="checkbox"/>	Ninguna: <input type="checkbox"/>
4. TIEMPO DE PERTENECER A LA ASOCIACIÓN:	<input type="text"/>				

**2. PREGUNTAS:**

1. ¿Hay demanda local para las prendas de la Asociación Artesanal?

<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Tal vez
-----------------------------	-----------------------------	----------------------------------

2. ¿Qué aspectos considera para el desarrollo del talento humano de la asociación?

<input type="checkbox"/> Seguridad institucional	<input type="checkbox"/> Equipos y materiales
<input type="checkbox"/> Capacitación interna	<input type="checkbox"/> Ningún mecanismo
<input type="checkbox"/> Capacitación externa	

3. ¿De acuerdo a su criterio, es suficiente las estrategias para desarrollar la comercialización de la vestimenta de la Asociación?

<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo
<input type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo
<input type="checkbox"/> Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	

4. De las siguientes características. ¿Cuáles considera que permiten desarrollar la comunicación y evaluar el comportamiento?

<input type="checkbox"/> Precio	<input type="checkbox"/> Diseños modernos
<input type="checkbox"/> Calidad	<input type="checkbox"/> Insumos actuales
<input type="checkbox"/> Tiempo de entrega	<input type="checkbox"/> Ninguno

5. ¿Las medidas y acciones permiten determinar las actividades que se realizarán en la asociación?

Siempre		Muy de repente	
Casi siempre		Nunca	
De vez en cuando			

6. Considerando prioridades. ¿Cuáles son los recursos con que cuenta la Asociación para la producción de prendas de vestir?

Materiales		Equipamiento	
Económicos		Financieros	
Humanos		Infraestructura	

7. ¿Qué beneficios le brinda el liderazgo de los directivos de la Asociación?

Ingreso económico permanente		Capacitación técnica	
Oportunidad laboral para la familia		Mercado seguro	
Modernización de equipos		Ningún beneficio	

8. ¿Cuántos miembros de su familia pueden formar parte de la Asociación según las normas establecidas?

Una persona		Tres personas o más	
Dos personas		Ninguna	

9. ¿De qué manera se realizan actualmente las acciones dentro de la Asociación?

De manera individual		De manera grupal	
----------------------	--	------------------	--

10. ¿Las gestiones de la Asociación permiten que el producto sea reconocido en la provincia de Santa Elena?

Siempre		Muy de repente	
Casi siempre		Nunca	
De vez en cuando			

11. ¿Tiene Ud. conocimientos sobre las ventajas de aplicar un plan de negocios dentro de las organizaciones?

Si		No		Quizás	
----	--	----	--	--------	--

12. ¿Estaría de acuerdo que la Asociación plantee un instrumento que le permita trabajar de manera organizada, definiendo beneficios a corto y largo plazo?

Si		No		Tal vez	
----	--	----	--	---------	--

**ANEXO No. 2. GUÍA DE OBSERVACIÓN.**

DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	SI		NO		TOTAL	
		#	%	#	%	#	%
Actividad, habilidades y funciones de los artesanos.	Habilidades comunicativas.						
	Participación en grupo.						
	Trabajo individual.						
	Tiempos para la producción.						
	Secuencia en actividades.						
Recursos.	Materiales para la gestión.						
	Materiales para la venta.						

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

### ANEXO No. 3. SELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

SELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	
CRITERIOS	RESULTADOS
<b>Cobertura del mercado</b>	<b>Alcance:</b> Provincia de Santa Elena
<b>Control.</b>	<p><b>Políticas de precio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fija el precio de sus prendas por el posicionamiento comercial que quiera tener en el mercado</li> <li>✓ Análisis del precio que soportaría cada mercado</li> <li>✓ Precios de los competidores</li> <li>✓ Respuesta de los clientes a los cambios de precio.</li> </ul> <p><b>Promoción al consumidor:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocer la respuesta del público objetivo a la promoción</li> <li>✓ Determinar las reacciones de los distribuidores</li> <li>✓ Comunicación periódica con los clientes</li> </ul> <p><b>Calidad del producto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El cumplimiento de los requisitos propuestos por el consumidor</li> <li>✓ La prevención de la comisión de errores que reduzcan la calidad del producto</li> <li>✓ La intención de fabricar productos sin defectos, y</li> <li>✓ Reducir al mínimo el costo del incumplimiento relacionado con la calidad.</li> </ul>
<b>Costos.</b>	<p><b>Transporte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Para el transporte de las prendas de vestir, se realizará la compra de contratación de un vehículo para que se logra la distribución de las prendas</li> </ul> <p><b>Consumidor final:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A través de llamadas telefónicas periódicas, el valor es recargado en la planilla.</li> <li>✓ Visitas del personal de la empresa para recopilar sugerencias, por lo cual se destina un rubro para la movilización.</li> </ul>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**ANEXO N°. 4. PRESUPUESTO MAQUINARIAS.**

<b>MAQUINARIAS</b>			
<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Máquina de dos agujas</b>	1	264,00	264,00
<b>Máquina para botones</b>	1	261,00	261,00
<b>Máquina puntada invisible</b>	1	259,00	259,00
<b>Máquina para ojales</b>	1	282,00	282,00
<b>Máquina Overlock</b>	1	262,00	262,00
<b>Máquina plana</b>	1	267,00	267,00
<b>Máquina para presilla</b>	1	277,00	277,00
<b>Máquina zigzag</b>	1	247,00	247,00
<b>Termofijadora</b>	1	252,00	252,00
<b>Plancha industrial</b>	1	249,00	249,00
<b>TOTAL</b>			<b>2620,00</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**ANEXO N°. 5 PRESUPUESTO MUEBLES.**

<b>MUEBLES</b>			
<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Escritorios</b>	4	75,00	300,00
<b>Sillas de oficina</b>	4	45,00	180,00
<b>Sillas para operarios</b>	15	4,00	60,00
<b>Archivadores</b>	4	45,00	180,00
<b>Muebles</b>	3	40,00	120,00
<b>Mesas para el taller</b>	15	35,00	525,00
<b>TOTAL</b>			<b>1365,00</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*



**ANEXO N°. 6. PRESUPUESTO DE ENSERES.**

<b>ENSERES</b>			
<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Telas	100	30,00	3000,00
Tijera	40	0,50	20,00
Cinta métrica	40	0,40	16,00
Reglas de costura	30	0,75	22,50
Tela interior	100	0,50	50,00
Hilos	200	0,40	80,00
Botones blusas	200	0,05	10,00
Botones camisas	200	0,05	10,00
Botones – pantalones	200	0,05	10,00
Sobres de agujas	200	0,25	50,00
Sobres de alfileres	200	0,15	30,00
Carreteles de metal	200	0,75	150,00
Estiletes	80	0,50	40,00
Hombreras	200	0,75	150,00
Cierres	200	0,60	120,00
Ganchos / pantalones	200	0,05	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>3768,50</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**ANEXO N°. 7. PRESUPUESTO DE EQUIPOS.**

<b>EQUIPOS</b>			
<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Equipo de computo</b>	5	350,00	1750,00
<b>Impresora</b>	3	90,00	270,00
<b>Teléfono</b>	5	25,00	125,00
<b>TOTAL</b>			<b>2145,00</b>

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**ANEXO N°. 8. DEMANDA POR PRENDAS.**

<b>PRENDAS</b>	<b>Demanda por prendas</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sacos</b>	4.081,32	8.162,64	12.243,96	16.325,28	20.406,60
<b>Pantalones</b>	5.441,76	10.883,52	16.325,28	21.767,04	27.208,80
<b>Faldas</b>	4.897,58	9.795,17	14.692,75	19.590,33	24.487,92
<b>Blusas</b>	5.441,76	10.883,52	16.325,28	21.767,04	27.208,80
<b>Camisas</b>	5.441,76	10.883,52	16.325,28	21.767,04	27.208,80

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

**ANEXO No. 9. VOLANTE.**



*LA ELEGANCIA MÁS CERCA DE TODOS.*

*SE CONFECCIONAN: CAMISAS,  
PANTALONES, BLUSAS, FALDAS Y  
SACOS.*

*DIRECCIÓN: COMUNA RÍO VERDE PROVINCIA  
DE SANTA ELENA  
TELÉFONO: 059638736*

*Elaborado por: Maritza Merejildo*

## ANEXO. 10 HISTORIA DE COMUNA RÍO VERDE

AÑO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1967	Fundación de la Comuna	Presidente: Urbano Floreani DIRECTIVA: Fundadores
1982	Compromiso de Protocolización y Obtuvieron Vida Jurídica	Presidente: Francisco Apolinar
1984	Dispensario Público	P. Francisco Apolinar
1957	Creación de Escuela.	
1990	Construcción de letrinas.	Directiva Comunal + Plan Internacional
1982	Apadrinaron Proyectos Avícolas y Porcinos	Directiva Comunal (Pascual Domínguez). Dirigentes y Municipales
1965	Donación de Planta de Energía	
1975	Alumbrado Público	
1984	Creación de Academia Artesanal	
1930	Perforación de Pozos de Agua "Inglés"	
19	Impulsión de la Agricultura	
1967	Construcción de la Primera Casa comunal.	
1972	Remodelación de la Casa Comunal	
2009	Construcción de Casas MIDUVI	
2009	Agua Por Tubería	
1994	Reconstrucción de Iglesia Actual.	
1998	Construcción de Chancheros "Asociación de Chancheros"	

Fuente: Sr. Evaristo Villón.

## ANEXO. 11. CROQUIS DE LA COMUNA RIO VERDE



Fuente: Sr. Evaristo Villón.