

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE

INGENIERÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO. REUTILIZACIÓN DE
RESIDUOS DE TELA: “TFASHION”.**

UBICADO EN EL CANTÓN CAÑAR

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

TELMO ANDRÉS MOREJÓN FERNÁNDEZ.

Director:

Ing. LESI GILER ESCANDÓN, MGS.

Año

2018



Declaración

Yo, **TELMO ANDRÉS MOREJÓN FERNÁNDEZ**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Católica de Cuenca puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad

Telmo Andrés Morejón Fernández



Certificación

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Telmo Andrés Morejón Fernández, bajo mi supervisión.

Ing. Lesi Vanessa Giler Escandón
TUTORA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA



Dedicatoria

Le dedico principalmente a Dios por estar junto a mí en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

De igual manera a mis padres, a mis hermanas y abuelitas, quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera.

Que con su ejemplo dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para apoyarme en todas las decisiones que tomé, aun cuando todo se complicaba. Les debo a ellos que soy lo que soy ahora. Dios los bendiga siempre.



Agradecimientos

Quiero iniciar agradeciendo a Dios, por darme la oportunidad de vivir, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, Telmo y Patricia por ser el pilar más importante en mi vida, que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, por quererme mucho, apoyarme siempre, creer en mí, gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se los debo a ustedes.

A mis hermanos, Gissela, Cinthia, mis dos abuelitas Mercedes y Marta por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.

A mi directora de tesis, Ing. Lesi Giler Escandón MGS, por su dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.



Índice de Contenido

Declaración	I
Certificación.....	II
Dedicatoria	III
Agradecimientos	IV
Índice de Contenido	V
Índice de Tabla.....	XIII
Índice de Grafico.....	XVI
Índice de Ilustración.....	XVII
Índice de Imagen	XVIII
Resumen.....	XIX
Abstract	XX
Introducción	XXI
Antecedentes y Justificación	XXII
Capítulo 1: Marco de Desarrollo.....	1
1. Perspectivas teóricas.....	1
1.1. Objetivos.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos:	1
1.2 Reutilización de Residuos en el Mundo.	1
1.2.1 Reutilización de residuos en América.	3
1.2.2 Reutilización de Residuos en Ecuador.....	5
1.3. Glosario de Términos Generales a Conocer Sobre el Tema.....	10



1.3.1 Reciclar	10
1.3.2 Reutilización	10
1.3.3 Contaminación	10
1.3.4 La Industria Textil	11
1.3.5 Poliéster	11
1.4 Metodología de la Investigación	11
1.4.1 Métodos	11
1.4.2 Diagnóstico.	11
1.4.3 Método Histórico	11
1.4.4 Método Deductivo Inductivo	12
1.4.5 Método Analítico Sintético	12
1.4.6 Método de Observación Directa	12
1.5 Fundamentación Teórica	12
1.6 Propuesta	12
1.7 Resultados Esperados	13
1.7.1 Teóricos	13
1.7.2 Prácticos	13
1.8 Viabilidad	13
1.8.1 Económico	13
1.8.2 Social	14
1.8.3 Legal	15
1.8.4 Técnico	15
Capítulo 2: Marco Teórico	16
2. Línea Base y Aspectos Críticos del Emprendimiento.	16



2.1 Proceso de una Investigación de Mercado	16
2.2 Muestra	18
2.3 Tabulación de la Encuesta Realizada.	19
2.4 Investigación de Mercado.....	31
2.4.1 Oferta	31
2.4.2 Demanda	32
2.4.2.1 Demanda Insatisfecha	35
2.5 Análisis de la Competencia.	36
2.6 FODA	37
Capítulo 3: Marco Teórico.....	41
3.1 Plan Administrativo	41
3.1.1 Visión.....	41
3.1.2 Misión	41
3.1.3 Objetivos	42
3.2 Como Crear una Empresa – Constitución Legal	42
3.2.1 Empresa	42
3.2.2 Formas Legales de Organización.....	43
3.2.2.1 Propietario Único.....	43
3.2.2.2 La Sociedad.....	43
3.2.2.3 La Corporación	43
3.2.3 Empresa Constituida Como Persona Natural.....	43
3.2.3.1 Ventajas Persona Natural.....	44
3.2.3.2 Impuesto a la Renta para Personas Naturales y Sucesiones Indivisas	44
3.2.4 Compañía en Nombre Colectivo.....	46



3.2.4.1 Constitución y razón social.....	46
3.2.4.2 Capacidad.....	46
3.2.4.3 Capital.....	46
3.2.4.4 Administración.....	46
3.2.4.5 De los socios.....	47
3.2.5 Compañía de Responsabilidad Limitada.....	47
3.2.5.1 De las Personas que Pueden Asociarse.....	47
3.2.5.2 El Capital.....	47
3.2.5.3 Derechos de los Socios.....	48
3.2.5.4 Administración.....	48
3.2.5.5 La Forma del Contrato.....	48
3.2.6 Compañía Anónima.....	48
3.2.6.1 Capacidad.....	49
3.2.6.2 Fundación de la Compañía.....	49
3.2.6.3 Capital y de las Acciones.....	49
3.3 Aspectos Legales a Considerar por una Persona Natural para tener Actividad Comercial en Ecuador.....	49
3.3.1 Aspectos Tributarios.....	50
3.3.1.1 Nacionales.....	50
3.3.1.1.2 Obtención el RUC.....	50
3.3.1.1.3. Requisitos.....	51
3.3.1.2 Seccionales.....	52
3.3.1.2.1 Imp. A la Propiedad Urbano.....	52
3.3.1.2.2 Impuesto De Matriculas y Patentes.....	53
3.4 Marketing.....	54



3.4.1 Marketing de Productos.....	55
3.4.2 Marketing de Servicios.....	56
3.5 Marketing mix, las 4P'S.	56
3.5.1 Producto.	57
3.5.1.1 Beneficio del Consumidor	58
3.5.2 Precio.	58
3.5.2.1 Carácter Perecedero	58
3.5.2.2 Clientes Pueden Solicitar Productos Personalizados	58
3.5.3 Precios Homogéneos.....	58
3.5.3.1 Basados en Costos	59
3.5.3.2 Orientados al Mercado y Cliente	59
3.5.4 Plaza.....	59
3.5.4.1 Intermediario.....	60
3.5.5 Publicidad.	60
3.6 Plan de Recursos Humano.....	62
3.6.1 La Gerencia.....	62
3.7 Recurso Humano.	63
3.7.1 Desarrollo y Capacitación.....	64
3.7.2 Evaluación del Desempeño.....	65
3.8 Remuneraciones y Obligaciones del Patrono.	66
3.8.1 Formas de Remuneración.	66
3.8.2 Obligaciones del Patrono.....	67
3.8.3 Obligaciones del Trabajador.....	67
3.9 Organigrama.	68



3.9.1 Tipos de Organigrama.	68
3.9.2 Importancia de los Organigramas.	69
3.10 Plan de Producción.	69
3.11 Ubicación.	69
3.12 Layout.	70
3.12.1 Objetivos de la Layout.	70
3.12.2 Procesos.	70
3.13 Plan Financiero y Estadístico.	72
3.14 Estudios Técnicos-Económicos.	73
3.14.1 Inversiones y Presupuestos.	73
3.14.2 Vida Económica.	73
3.14.3 Métodos de Evaluación.	74
Capítulo 4: Estudio Técnico y Financiero de la Propuesta	76
Propuesta para la Implementación.	76
4.1 Plan Administrativo.	76
4.2 Nombre de Fantasía.	76
4.3 Objetivo y Domicilio de la Empresa.	77
4.4 Ubicación.	77
4.5 Administración.	77
4.6 Capital.	77
4.7 Misión.	78
4.8 Visión.	78
4.9 Objetivos.	78
4.9.1 Objetivo General.	78



4.9.2 Objetivos específicos.....	78
4.10 Políticas.....	78
4.11 Estrategias.....	79
4.12 Marketing.....	80
4.12.1 Producto.....	80
4.12.2 Precio.....	81
4.12.3 Plaza.....	82
4.12.4 Promoción.....	83
4.13 Análisis de la Competencia.....	84
4.14 Publicidad.....	85
4.14.1 Etiquetado y Empaquetado.....	85
4.15 Plan de recursos humanos.....	89
4.15.1 Organigrama.....	89
4.15.2 Recurso Humano.....	89
4.16 Flujograma de Procesos.....	89
4.16.1 Flujograma de Procesos Para la Elaboración de Zapatos de Bebe.....	91
4.16.2 Flujograma de Procesos Para la Elaboración de Almohadas.....	92
4.16.3 Flujograma de Procesos Para la Elaboración de Ropa para Mascotas.....	93
4.17 Procesos.....	94
4.17.1 Procesos Tipo Proyecto.....	94
4.18 Diagramas de Procesos.....	94
4.19 Layout Actual.....	95
4.19.1 Zonificación General Actual.....	95
4.19.2 Zonificación de Accesos y Atención Actual.....	96



4.20 Layout Mejorado.	96
4.20.1 Zonificación General Mejorado.....	97
4.20.2 Zonificación de Accesos y Atención.	97
4.21 Maquinaria.....	98
4.23 Financiero Técnico y Estadístico.....	100
4.23.1. Detalle de tiempos dedicados para la producción por cada uno de los productos en cada actividad	100
4.23.2. Detalle de tiempos dedicados para la actividad de producción por cada uno de los productos en Mano de obra	100
4.24 Gastos Administrativos y de Ventas.....	113
4.25 Costos	118
4.26 Balance General.....	120
4.27 Ventas	121
4.28 Inversión	123
4.29 Flujo Neto De Caja.....	124
4.30 Flujo De Producción.....	125
4.31 Estado De Perdidas Y Ganancias	126
4.32 TIR Y VAN	127
4.33 Punto de equilibrio	128
4.34 Conclusiones.....	129
4.35 Recomendaciones	131
Bibliografía	132



Índice de Tabla

Tabla 1 Encuesta Aplicada Para Conocer El Manejo De Los Residuos De Tela	8
Tabla 2 Cuadro comparativo entre las grandes y pequeñas empresas	9
Tabla 3 Matriz de gastos para realizar la investigación por parte del autor	14
Tabla 4 Componentes del costo y precio de venta al público	16
Tabla 5 Distribución de la población del cantón cañar	17
Tabla 6 Oferta en base a encuestas	31
Tabla 7 Total oferta proyectada	31
Tabla 8 Producción real	32
Tabla 9 Demanda en base a encuesta	33
Tabla 10 Demanda total proyectada.....	33
Tabla 11 Demanda por producto en base a encuestas.....	34
Tabla 12 Demanda proyectada por producto	34
Tabla 13 Demanda insatisfecha	35
Tabla 14 Capacidad de absorción del mercado insatisfecha	35
Tabla 15 FODA debilidades y fortaleza.....	38
Tabla 16 FODA Amenazas y oportunidades	39
Tabla 17 Descripción de las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades	40
Tabla 18 Impuesto a la renta año 2017	45
Tabla 19 Impuesto a la renta año 2018	45
Tabla 20 Análisis y evaluación de los proyectos de inversión.....	72
Tabla 21 Precio de venta al publico	82
Tabla 22 Cobertura.....	82
Tabla 23 Promociones para las diferentes épocas del año	83



Tabla 24 Análisis de la competencia.....	84
Tabla 25 Análisis de la competencia.....	84
Tabla 26 Publicidad.....	85
Tabla 27 Lista de productos	100
Tabla 28 Tiempo producción zapatos de bebe	97
Tabla 29 Tiempo producción ropa de mascotas.....	98
Tabla 30 Tiempo producción almohadas	99
Tabla 31 Tiempo dedicado a cada actividad 1 día	100
Tabla 32 Tiempo dedicado a cada actividad 1 mes.....	101
Tabla 33 Rol de pagos 2018.....	102
Tabla 34 Datos informativos rol 2018	102
Tabla 35 Rol de pagos 2020.....	103
Tabla 36 Datos informativos rol 2020	103
Tabla 37 Valor de energía por día.....	104
Tabla 38 Valor de energía por semana.....	105
Tabla 39 Valor de energía por mes	106
Tabla 40 Costo arriendo	107
Tabla 41 Costo arriendo producción de tela	107
Tabla 42 Depreciación maquina juky.....	108
Tabla 43 Depreciación maquina saga.....	108
Tabla 44 Depreciación plancha 1	108
Tabla 45 depreciación plancha 2.....	108
Tabla 46 depreciación estampadora	109
Tabla 47 depreciación maquina industrial jucky.....	109
Tabla 48 Total depreciaciones	109
Tabla 49 Materia prima.....	110



Tabla 50 Total unidades a producir por año.....	111
Tabla 51 Total mo,mp,cif.....	112
Tabla 52 Costo de producción, utilidad y pvp	112
Tabla 53 Porcentaje de gastos administrativos	113
Tabla 54 Gastos administrativos 2018	113
Tabla 55 Gasto de ventas 2018	114
Tabla 56 Gastos administrativos 2019	114
Tabla 57 Gastos de ventas 2019.....	115
Tabla 58 Gastos administrativos 2020	115
Tabla 59 Gastos de ventas 2020.....	116
Tabla 60 Gastos administrativos 2021	116
Tabla 61 Gastos de ventas 2021.....	117
Tabla 62 Gastos administrativos 2022	117
Tabla 63 Gastos de ventas 2022.....	118
Tabla 64 Datos costos	118
Tabla 65 Costos totales	119
Tabla 66 Balance general 2018.....	120
Tabla 67 Presupuesto de ventas proyectadas	121
Tabla 68 Presupuesto de ventas proyectadas 5%	122
Tabla 69 Tabla de inversiones.....	123
Tabla 70 Flujo neto de caja	124
Tabla 71 Flujo de producción 5%	125
Tabla 72 Flujo de producción 10 %	125
Tabla 73 Estado de pérdidas y ganancias.....	126



Tabla 74 TIR y VAN..... 127

Índice de Grafico

Gráfico 1 Reutilización de residuos textiles..... 9

Gráfico 2 Proceso de una investigación de mercado 16

Gráfico 3 División del área rural y urbana..... 17

Gráfico 4 En que opción sitúa su edad?..... 19

Gráfico 5 Conoce que es reciclar? 20

Gráfico 6 Le gusta el relaje? 21

Gráfico 7 Cree que exista la posibilidad de fabricar nuevos productos de tela térmica?..... 22

Gráfico 8 Compraría productos de residuos de tela? 23

Gráfico 9 Le gustaría nuevos productos generados con los residuos de tela poliéster? 24

Gráfico 10 Que tipo de productos le gustaría que se confeccionen con los residuos de tela poliéster 25

Gráfico 11 Considera usted que en el cantón cañar deberían reutilizar los residuos de tela de las empresas para evitar contaminación? 26

Gráfico 12 Cuanto dinero está dispuesto a pagar si existieran estos productos? 27

Gráfico 13 Estaría dispuesto a comprar productos fabricados con poliéster?..... 28

Gráfico 14 Donde ha comprado productos de esta clase de tela? 29

Gráfico 15 Cree que los precios de los productos son accesibles? 30

Gráfico 16 Oferta proyectada..... 32

Gráfico 17 Demanda total proyectada..... 33

Gráfico 18 Demanda proyectada por producto 34

Gráfico 19 Demanda insatisfecha 35



Índice de Ilustración

Ilustración 1 Objetivo general y objetivo específico.....	42
Ilustración 2 Requisitos personas naturales y sociedades	51
Ilustración 3 Servicio al cliente.....	55
Ilustración 4 Mezcla MKT	57
Ilustración 5 Productos a elaborarse detallados	81
Ilustración 6 Organigrama.....	89
Ilustración 7 Zonificación de accesos y atención actual	96
Ilustración 8 Zonificación de accesos y atención.....	97
Ilustración 9 Maquinaria	98



Índice de Imagen

Imagen 1 Ciclo Virtual del Contribuyente	50
Imagen 2 Sistema de marketing simple	55
Imagen 3 Ubicación del emprendimiento	77
Imagen 4 Empaquetado.....	85
Imagen 5 Etiquetado	86
Imagen 6 Empaquetado.....	86
Imagen 7 Empaquetado.....	87
Imagen 8 Tarjeta de presentación	87
Imagen 9 Marca y registro	88
Imagen 10 Etiquetado especial.....	88
Imagen 11 Flujograma de procesos para la elaboración de zapatos de bebe	91
Imagen 12 Flujograma de procesos para la elaboración de almohadas	92
Imagen 13 Flujograma de procesos para la elaboración de ropa para mascotas.....	93
Imagen 14 Layout actual.....	95
Imagen 15 Zonificación general actual	95
Imagen 16 Layout mejorado	96
Imagen 17 Zonificación general mejorado	97
Imagen 18 Proyección de crecimiento del cantón cañar.....	99



Resumen

Partiendo de la necesidad de concebir un problema de investigación como efecto a una causa a investigar derivada de observación estructurada o no estructurada del indagador, se establece la existencia de un problema detectado como es el mal manejo de los residuos de tela: “Tfashion”. Ubicado en el cantón Cañar. Se plantea un proyecto que se basa la generación de emprendimiento productivo ecológico que evitará la contaminación. Esto justifica la necesidad de desarrollar el presente modelo de negocio tomando en cuenta el impacto empresarial y las externalidades positivas para el sector. En la visión empresarial un problema es una oportunidad y al no existir negocios que satisfagan a la fecha la sensación de carencia conviene su desarrollo. Para el presente estudio utilizare el método mixto con enfoque cualitativo y cuantitativo de alcance descriptivo, con imaginación y de corte no experimental.

Palabras clave: Reciclar, Reutilización, Contaminación, Industria textil, Poliéster



Abstract

Starting from the need to conceive a research problem as an effect to a cause to investigate derived from structured or unstructured observation of the researcher establishes the existence of a detected problem such as the bad handling of waste cloth: "Tfashion". Located in the canton Cañar A project is based on the generation of ecological productive entrepreneurship that avoids contamination. This justifies the need to develop the present business model taking into account the business impact and positive externalities for the sector. In the business vision, a problem is an opportunity and since there are no businesses that satisfy the lack of sensation to date, its development is convenient. For the present study we use the mixed method with qualitative and quantitative approach of descriptive scope and with imagination and cutting experimental.

Palabras clave o Keywords: Recycle, Reuse, Contamination, Textile industry, Polyester



Introducción

La industria textil en el cantón Cañar ha tenido un auge alusivo a telas térmicas abarcando el mercado local y provincial, por consiguiente, se genera una gran cantidad de residuos de dichas telas lo cual son almacenadas y desechas en la basura común del cantón.

La OMS percibe que, las personas que sufren más de la contaminación son aquellas que viven en lugares de bajos ingresos, en los últimos 5 años los niveles de contaminación atmosférica urbana ha aumentado en un 8 % encontrándose los niveles más bajos en Europa, América y la Región del Pacífico Occidental. (Mundo, 2017)

Aprovechando el conocimiento, la adecuada aplicación y buen manejo de residuos de tela de la industria textil del cantón Cañar, se genera la implementación de nuevos productos basados en la reutilización de dicha tela termina generando principalmente la disminución de contaminación, mayor fuente de trabajo para gente local he ingresos anuales.



Antecedentes y Justificación

Hoy por hoy las funciones sustantivas de la universidad son: academia, investigación; vinculación con la sociedad. En la línea de pensamiento de (Serbino, 2017) solo se hace vinculación mediante investigación formativa e institucional. En nuestro caso se trata de investigación formativa que partiendo del problema se apunta a intentar una solución. Esta se logra mediante el diseño y la implementación del modelo de negocio.

De otro lado, también es verdad que el estado ha declarado como política pública el cambio de la matriz productiva; es decir, se ha puesto por pasar de una economía de recursos finitos a una economía de recursos infinitos (Galarza, 2017). La planificación nacional tiene componentes declarados en el plan nacional del Buen Vivir, en las dimensiones llamadas objetivos. Así el objetivo 10 del PNBV, 2013-2017 textualmente dice: “Contribuir al cambio de la matriz productiva...”. De esta forma el presente trabajo de titulación con el tema: Diseño del modelo de negocio “Tfashion” mediante la reutilización de residuos en el cantón Cañar, contribuye con el objetivo enunciado y además en esta dimensión con los planes intersectoriales, la agenda de la zona 6 de planificación los PDOTS actualización 2015, el PEDI institucional de la Universidad Católica de Cuenca, el perfil de egreso, la malla curricular y las asignaturas integradoras. (Solis, et. Al, 2017)

Capítulo 1: Marco de Desarrollo

1. Perspectivas teóricas

1.1. Objetivos

1.1.1 Objetivo General.

Diseñar un modelo de negocio, en donde se reutilice los residuos de tela poliéster o térmica: “Tfashion”. Ubicado en el cantón Cañar, ciudad Cañar, Todo esto mediante la generación de emprendimientos productivos ecológicos, aportando a la reducción de emisiones netas y la generación de dividendos.

1.1.2 Objetivos Específicos:

1. Rastrear los aportes teóricos sobre el tema de investigación;
2. Establecer mediante el estudio de mercado la competencia, la oferta y demanda
3. Establecer la línea base de los factores críticos;
4. Diseñar el plan de mejora continua y modelo de gerencia, que genere un desecho de entre el cero y cinco por ciento de residuos de tela.

1.2 Reutilización de Residuos en el Mundo.

“El hiper-consumo tiene como consecuencia directa la generación de una gran cantidad de residuos, que deben ser destruidos, procesados o reciclados en otros productos o en energía” Hay varios tipos de residuos sólidos, incluyendo los municipales (residencial, institucional,

comercial), los agrícolas, los industriales y los especiales (generados de la atención de la salud, desechos domésticos peligrosos, lodos de depuradora, etc.) y una variedad de métodos para deshacerse de ellos. (Ecoticias, 2016)

También se generan residuos de la manufactura de ropa y de la ropa (no se entiende) ya utilizada. En este sentido, el reciclaje de ropa es cada día más frecuente generado por la baja calidad de algunas de las prendas que se comercializan, por el paso de las modas y tendencias, siendo la ropa hoy en día para muchos de "usar y tirar". Por suerte, la sociedad e industria han desarrollado algunos sistemas y tratamientos aplicables a los textiles, para su reaprovechamiento. (SURKANA, 2017)

Los materiales más utilizados en la manufactura de los materiales y materias primas para la confección de prendas de vestir, se fundamentan en el algodón, aunque también se encuentran otras fibras vegetales (a partir de celulosas, madera, fibras, etc.) como seda, lanas, hilo y lino y también de fibras artificiales o sintéticas (a partir de petróleo) como poliéster o nylon entre otros. Una opción bastante habitual es la mezcla de fibras con la combinación de fibras naturales con sintéticas como, por ejemplo: "60% algodón y 40% poliéster", con la intención de conseguir las ventajas de ambas y evitar inconvenientes. Otra mezcla muy típica es la de algodón con elastano (comúnmente conocido como licra) que permite que las prendas se adapten mejor al cuerpo sin perder las ventajas de la fibra natural. Es por ello que las empresas de reciclaje de ropa y textiles, tienen grandes dificultades para separar estos materiales. (SURKANA, 2017).

Los materiales utilizados para las prendas de vestir, en general no es dañina a la salud, pero algunas personas padecen intolerancia a fibras o tejidos que pueden generar reacciones alérgicas cutáneas o respiratoria. (España, 2015)

La piel se puede volver híper-reactiva en contacto con etiquetas de la ropa o el tejido les puede producir cosquillas o picor que ocasiona el rascado. Esto no se trata de alergia sino de una intolerancia mecánica y se puede presentar en un grupo importante de niños. (España, 2015)

La dermatitis de contacto textil es una alergia poco frecuentes, aunque hace algo más de un lustro se produjo una alerta social derivada del uso de un conservante denominado dimetilfumarato que impregnaba los productos que llegaban de China y podía ocasionar una reacción alérgica grave. (España, 2015)

Los beneficios de reciclar textiles se fundamentan en la disminución del consumo de energía a la hora de obtener nuevas telas, la reducción del volumen de residuos en vertederos, el ahorro en coste y materias primas de origen. (Inforeciclaje, 2014)

1.2.1 Reutilización de residuos en América.

Mejor uso de recursos, menos desperdicio y más reciclaje es el camino que Estados Unidos está recorriendo desde hace 50 años para lograr metas como la promulgación de la primera ley nacional de residuos sólidos. (ShareAmerica, 2015)

El 5 de junio es el Día Mundial del Medioambiente y es un buen momento para revisar ese progreso. El evento patrocinado por la ONU llama la atención hacia las prácticas no perjudiciales para el planeta, siendo el tema en 2015 “Siete mil millones de sueños. Un solo planeta. Consume con moderación”. (ShareAmerica, 2015)

“Consumir con moderación supone vivir teniendo en cuenta el límite del planeta para asegurar un futuro saludable”, declara el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). El ideal se basa en un hecho indiscutible: si el crecimiento, el desarrollo y la población se



mantienen a la tasa actual, pronto la demanda de los humanos excederá por mucho los recursos de la Tierra. (ShareAmerica, 2015)

La contaminación del aire es una amenaza aguda, acumulativa y crónica para la salud humana y el ambiente. Las personas están expuestas a contaminantes del aire en exteriores e interiores. Esta exposición puede detonar o agravar afecciones respiratorias, cardíacas y otras. Puede ser dañina para personas con enfermedades pulmonares o cardíacas crónicas, embarazadas, ancianos y niños, sobre todo en la población de menores recursos que trabaja en las calles y vive en condiciones precarias. Los problemas de salud causados por la contaminación pueden verse influidos por factores tales como: magnitud, alcance y duración de la exposición, edad, susceptibilidad de cada persona, entre otros. (Acuña, 2001)

A fin de minimizar el riesgo que representa la contaminación del aire para la salud humana, los países de la Región de América Latina y el Caribe intentan establecer estructuras institucionales y técnicas para mejorar las acciones de vigilancia, control y prevención. La Organización Panamericana de la Salud (OPS), a través de su Centro Panamericano de Ingeniería Sanitaria y Ciencias del Ambiente (CEPIS), analizó la situación de la gestión de la calidad del aire urbano. (Acuña, 2001)

Para poder entender mejor la importancia del reciclaje y reutilización de los desperdicios o desechos de textiles, se han recolectado datos relevantes al respecto, en donde se determina que los desechos de tela en América tardan entre 3 y 5 años en degradarse, debido a que estas prendas tienen compuestos químicos para mejorar su textura, color (teñido), evitar la generación de hongos o malos olores por el almacenamiento y traslado a grandes distancias, por lo que se da por entendido y demostrado que la industria textil es químicamente intensiva, desde la materia prima,



las impresiones y los acabados. Las aguas residuales de estos procesos son tóxicos y pueden contaminar vías fluviales importantes y el aire en donde se desempeñan. (León, 2014)

Existe un uso indiscriminado de agua, y a su vez esta puede ser contaminada en diferentes puntos de la cadena de fabricación, las aguas residuales procedentes de procesos de tintura y acabados representan el 80 % del total, puesto que se requieren alrededor de 2.500 – 3000 litros de agua para la manufactura de una sola camiseta de algodón, para hacer un pantalón se necesita alrededor de 1.500 litros de agua, 700 litros para la coloración, fijación y limpieza del mismo, las principales lugares para desechar las prendas de tela son botaderos, caños y canales de agua, lluvias y zanjas. (León, 2014)

1.2.2 Reutilización de Residuos en Ecuador.

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. (Aite, 2017)

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, consolidándose su uso en la década de 1950. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana, el cuero (pieles de diversos animales) y la seda. (Aite, 2017)

Además de su importancia económica, esta industria textil se constituye como uno de los sectores más influyentes dentro del mercado laboral en el Ecuador, la industria genera alrededor de 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas lo que lo ha llevado a ser el

segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabacos. (ekos, 2017)

Actualmente, el sector productor textil ha logrado diversificar su producción por medio de la elaboración de productos provenientes de todo tipo de fibras (algodón, poliéster, nylon, lana y seda), lo cual los ha llevado a establecerse como un sector dinámico, puesto que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año 2013, representando el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% del PIB manufacturero. (ekos, 2017)

La generación de residuos (en general), a nivel mundial, constituye uno de los mayores problemas ambientales de nuestro siglo. En 2012, la generación de residuos en el Ecuador era de 406,8 Kg per cápita al año, lo que representa la mitad de los residuos generados por parte de Estados Unidos (828 Kg/per cápita/año). Sin embargo, comparando con la región Andina, Ecuador se encuentra antes de Chile, Brasil, Perú y Colombia (UIEM, 2014). Para obtener un optimo manejo de los residuos sólidos es indispensable conocer acerca de su clasificación, definiciones y resultados obtenidos a través del tiempo. (INEC, 2014)

En la Encuesta ejecutada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) en México para el año 2011, contabilizaban que el 45,9% de hogares clasificaban los residuos, 16 puntos porcentuales más que en Ecuador en el mismo año. (INEC, 2014)

En Ecuador la generación actual de residuos es de 4,06 millones de toneladas métricas al año y una generación per cápita de 0,74 kg. Se estima que para el año 2017 el país generará 5,4 millones de toneladas métricas anuales, por lo que se requiere de un manejo integral planificado de los residuos. El 60% de los desechos sólidos que se producen diariamente son orgánicos y 20%

inorgánicos, colocando a los residuos de material textil con el 13.4% potencialmente reciclables. El tema del reciclaje en el país empezó hace 20 años, cuando las primeras iniciativas se enfocaron en el papel, debido a la búsqueda de la conservación de los bosques y árboles que son recursos no renovables. (Ekos, 2014)

Al recolectar la información en cifras se establece que en la actualidad el país cuenta con 50 nuevas industrias dedicadas al reciclaje (plástico, metales, cartón, telas, químicos, entre otros.), según datos de Ministerio de Ambiente, los montos de inversión realizados por estas industrias ascienden a USD 60 millones, lo que permite reciclar un poco más de 80 mil toneladas de materiales al año, generando con ello un aporte a la economía local de USD 55 millones, a situación actual de la industria del reciclaje en el Ecuador ha mejorado con respecto a los años anteriores, sobre todo por las políticas públicas generados en base a la implementación de incentivos tributarios, económicos y por ende sociales y culturales, promovidas a través de la entidad reguladora que ha sido esencial en su implementación, generando la creación de nuevas líneas de negocios en dicho sector. (Ekos, 2014)

A nivel nacional en Ecuador entre el año 2010 y 2014, el porcentaje de clasificación obtuvo un aumento de 13,16 puntos porcentuales, donde en el año 2014, el 38,32% de los hogares clasificaron los residuos, es decir, más de un tercio del total de los hogares ecuatorianos han realizado esta práctica. Cada vez existe una mayor conciencia ambiental en los hogares ecuatorianos.

Se realizó un análisis de encuestadas desarrolladas en distintos periodos a nivel nacional, en donde se generaron los siguientes datos. Los datos más recientes emitidos por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) dan cuenta de que en los últimos cinco años hubo un incremento en el porcentaje de hogares que clasificaron residuos. (Comercio, 2015) Donde el



95,09% del total de encuestados sobre Información Ambiental en el 2014 dijo que le preocupaba la situación ambiental de su barrio o localidad. Y a escala nacional, el 13,90% del total de hogares se involucró con actividades ambientales como la colaboración en una organización de defensa del medioambiente o participaron como voluntarios ambientales. (Comercio, 2015) El reciclaje es fundamental para combatir la contaminación y el cambio climático.

En base a los antes indicado y para establecer un entorno de análisis y lograr determinar si en Ecuador se está ejecutando un proceso de reciclaje consiente, que aporte a compartir la contaminación y el cambio climático, se ejecutó en encuestas dirigidas a los más grandes productores de prendas de vestir y otros productos cuyos insumos son textiles, en la ciudad de Cuenca y Cañar. Lo cuál va a permitir establecer una línea base sobre el manejo de los residuos generados en estas ciudades.

Tabla 1 Encuesta Aplicada Para Conocer El Manejo De Los Residuos De Tela.

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIMENSIÓN	TIPO DE RESIDUOS	CANTIDAD DE DESPERDICIOS	¿SI REUTILIZAN? Y EN QUÉ
ZHIROS	Grande	Textil	Entre 20 a 30 kg	No
GERARDO ORTIZ	Grande	Textil	Entre 20 a 30 kg	No
CONFECCIONES MENDIETA	Mediana	Textil	Entre 20 a 30 kg	SI (relleno de almohadas)
LOLITA TEXTILES	Pequeña	Textil	Entre 10 a 20 kg	No
CONFECCIONES ROSAS	Pequeña	Textil y Cartón	Entre 10 a 20 kg	No
TELAS BENÍTEZ	Pequeña	Textil	Entre 10 a 20 kg	No

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Entrevista

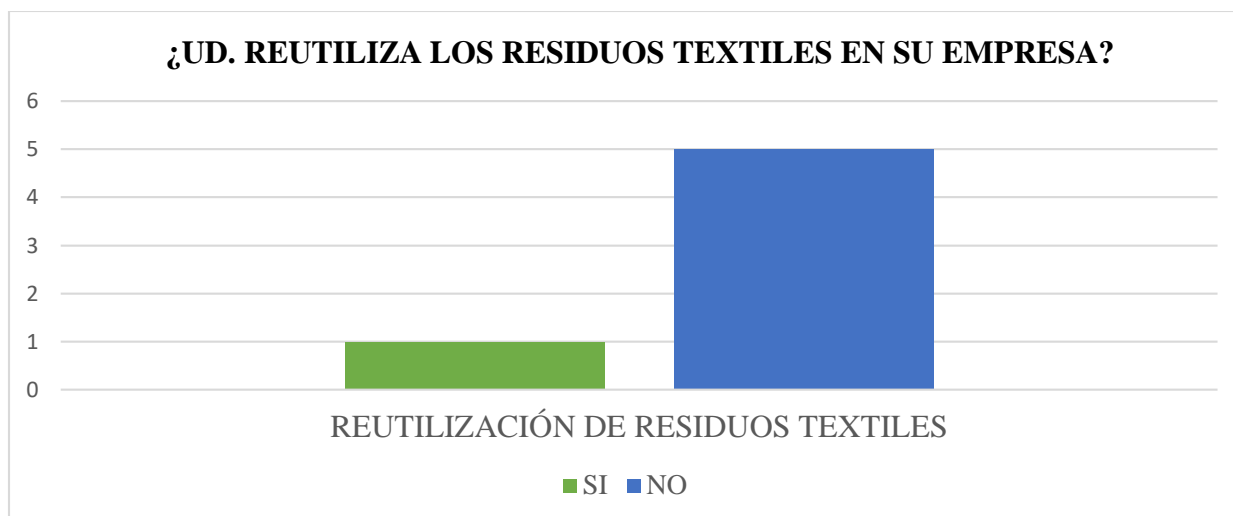


Gráfico 1 Reutilización de residuos textiles

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Encuesta

Tabla 2 Cuadro comparativo entre las grandes y pequeñas empresas

NOMBRE DE LAS EMPRESAS GRANDES	CANTIDAD DE DESPERDICIOS	NOMBRE DE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS	CANTIDAD DE DESPERDICIOS
ZHIROS	Entre 20 a 30 kg	Confecciones Mendieta	Entre 20 a 30 kg
GERARDO ORTIZ	Entre 20 a 30 kg	Lolita Textiles	Entre 10 a 20 kg
		Confecciones Rosas	Entre 10 a 20 kg
		Telas Benítez	Entre 10 a 20 kg

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Entrevista

En las encuestas realizadas para identificar el manejo de tela de las grandes, medias y pequeñas industrias de la provincia del Cañar y Azuay, reflejó que en todas las empresas encuestadas generan residuos de tela que oscilan entre el entre un 20 a 30 % de residuos del total de su producción, siendo la tela de algodón y poliéster las más comunes, los residuos en su mayoría son desechados aumentando así la contaminación, la cantidad de estos residuos de tela varían dependiendo de la dimensión de la empresa, en las pequeñas son entre 1 a 10 kg y en las empresas grandes entre 30 a 40 kg., esta cantidad de residuos se generan cada dos días, todas las empresas encuestadas están

en la posibilidad económica y consideran idea de reutilizar los residuos de telas que producen sus empresas y así dejar de contaminar y obtener ganancias entre un 30%.

1.3. Glosario de Términos Generales a Conocer Sobre el Tema

1.3.1 Reciclar

El reciclaje consiste en obtener una nueva materia prima o producto, mediante un proceso fisicoquímico o mecánico, a partir de productos y materiales ya en desuso o utilizado. De esta forma, se consigue alargar el ciclo de vida de un producto, ahorrando materiales y beneficiando al medio ambiente al generar menos residuos. El reciclaje surge no sólo para eliminar residuos, sino para hacer frente al agotamiento de los recursos naturales del planeta. (Inforeclicaje, 2017)

1.3.2 Reutilización

Es la acción por la cual el residuo sólido con una previa limpieza, es utilizado directamente para su función original o para alguna relacionada, sin adicionarle procesos de transformación. No siempre es posible recuperar todos los residuos que se quiere puesto que no se cuenta con tecnología apropiada. La participación en campañas para la separación de residuos, lleva en aumentar la cantidad de material recuperable y reducir el volumen que se lleva al relleno sanitario. (Repaveca, 2017)

1.3.3 Contaminación

La contaminación es la introducción de algún tipo de sustancia o energía que atentarán contra el normal funcionamiento y equilibrio que ostentaba el medio inicialmente, provocando además un daño casi irreversible. (DefinicionABC, 2017)

1.3.4 La Industria Textil

La industria textil es aquella área de la economía que se encuentra abocada a la producción de telas, fibras, hilos y asimismo incluye a los productos derivados de éstos. (ABC, 2017)

1.3.5 Poliéster

El poliéster es tipo de resina plástica que se obtiene del petróleo a través de una sucesión de procesos químicos. Aunque existen muchas variantes posibles del poliéster, la más conocida es la termoplástica llamada PET Como resultado de su polimerización se obtienen las fibras que luego se utilizan en prendas de vestir. A pesar de haber sido introducido en la industria hace menos de un siglo, hoy en día es uno de los más utilizados, especialmente en ropa técnica. (Textilon, 2017)

1.4 Metodología de la Investigación

1.4.1 Métodos

El método mixto con enfoque cualitativo y cuantitativo de alcance descriptivo y con imaginación y de corte no experimental es el método ancla del presente estudio.

1.4.2 Diagnóstico.

Para su investigación se aplicarán también métodos auxiliares como método histórico que facilitará el análisis documental.

1.4.3 Método Histórico

Que facilitará el análisis documental

1.4.4 Método Deductivo Inductivo

Que permitirá ir de generalizaciones a habientes específicos.

1.4.5 Método Analítico Sintético

Para separar las partes someterlos a análisis y luego integrarlas.

1.4.6 Método de Observación Directa

Permitirá al investigador tomar elementos del mundo que lo rodea al fenómeno observado.

1.5 Fundamentación Teórica

Para la investigación del presente capítulo se empleará el enfoque cualitativo, el cual otorgará la teoría fundamental que simiente las bases para una mejor comprensión de los temas relevantes a ser abordados y sobre todo de los antecedentes histórico, ya que no se puede desarrollar las siguientes etapas del proyecto sin dar respuestas a las preguntas e interrogantes planteadas en la hipótesis, debiendo el marco teórico este perfectamente estructurado y contener referencia relevantes relacionadas con el tema de estudio.

1.6 Propuesta

En este capítulo se empleará el método de investigación basado en el enfoque cualitativo, estableciendo la generación de nuevos productos mediante la reutilización de residuos de tela con todo un estudio de mercado, de finanzas, de marketing, de gerencia y liderazgo de recursos humanos. En el marco de la legislación del estado ecuatoriano.

1.7 Resultados Esperados

Se dividen en teóricos y prácticos.

1.7.1 Teóricos

1. Elaboración de una bibliografía.
2. Los estudios que fundamentan teóricamente la investigación.
3. Manifiestar los nuevos productos que vamos a desarrollar mediante la realización de tela, en base al diseño para la reutilización de residuos, con el fin de llegar a tener desperdicio cero.
4. Layout y distribución de las áreas de manufactura, comercialización y distribución.
5. Fundamentar el estudio de mercado mediante la viabilidad de los proyectos con los datos obtenidos.
6. Identificar las necesidades del cliente.

1.7.2 Prácticos

1. La creación de nuevos productos, generados de la reutilización de tela (subproductos).
2. Estructura de cada subproducto.

1.8 Viabilidad

Es la probabilidad de llevar a cabo el proyecto desde los puntos de vista

1.8.1 Económico

Es posible desarrollar el proyecto debido a que como autor tengo la posibilidad de sustentarlo.



Tabla 3 Matriz de gastos para realizar la investigación por parte del autor

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD
1	COLEGIATURA	global	1350	1350
2	MATERIALES	global	120	120
3	MANO DE OBRA	global	378	1890
4	EQUIPOS			
	USO DE COMPUTADORA	1	40	40
	USO DE INTERNET	5	20	100
	IMPRESIONES	2	3,50	7
5	OTROS	global	200	200
ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN				
1	MATERIALES			
	HOJAS	200	0,02	4
	CARPETA	1	0,5	0,5
	ESFEROS	1	0,3	0,3
2	TRANSPORTE	30	5	150
3	APLICACIÓN DE ENCUESTAS			
	HOJAS	300	0,02	6
	IMPRESIONES	300	0,03	9
	ESFEROS	1	0,3	0,3
4	OTROS	1	2	2
COSTOS ADMINISTRATIVOS				
1	ESPECIES VALORADAS Y DERECHOS DE TITULACIÓN	1	45	45
			Total USD.	3923

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Recursos Propios

1.8.2 Social

Debido a que se trata de un proyecto sustentable para el medio ambiente, que genera impacto en la sociedad de la localidad en donde se aplica este emprendimiento, la empresa generará un incremento en sus utilidades, reducción de la contaminación de su entorno y nuevos productos que satisfagan sus necesidades a costos bajos y con calidad.



1.8.3 Legal

Legalmente es viable el proyecto, porque está autorizado la realización del mismo por la dirección académica de la Universidad y la profesora guía, y cumple con todas las normas legales y técnicas para la aplicación de este tipo de emprendimiento.

Entre las normas legales para la realización del proyecto está el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual que se refiere a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio.

La Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y, por consiguiente, ser beneficiario del mismo.

De acuerdo con el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) el cual se debe cumplir con el reglamento técnico ecuatoriano “etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir”. Este reglamento técnico establece los requisitos para el etiquetado de las prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir, sean de fabricación nacional o importados, que se comercialicen en el país, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

1.8.4 Técnico

Se posee todos los aspectos y conocimientos técnicos requeridos para la elaboración de nuevos productos en la empresa textil, mediante el aporte de profesionales capacitados en las distintas áreas que se requieran.

Capítulo 2: Marco Teórico

2. Línea Base y Aspectos Críticos del Emprendimiento.

Con el fin de establecer los subproductos que se pueden generar en la reutilización de los residuos de tela (en base a los desechos actuales generados en una semana), se confeccionaron prototipos y obtuvieron los costos de fabricación y venta, obteniéndose los siguientes datos en base a las mejoras opciones de producción:

Tabla 4 Componentes del costo y precio de venta al público

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	COSTOS INDIRECTOS	MANO DE OBRA	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD \$	PVP
ZAPATOS DE BEBE	\$ 0.08	\$ 0.01	\$ 0.19	\$ 0.28	\$ 0.72	\$ 1.00
ALMOHADAS	\$ 0.57	\$ 0.01	\$ 0.32	\$ 0.90	\$ 1.60	\$ 2.50
ROPA PARA PERROS	\$ 0.16	\$ 0.01	\$ 0.77	\$ 0.95	\$ 2.05	\$ 3.00

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Investigación Propia

2.1 Proceso de una Investigación de Mercado



Gráfico 2 Proceso de una investigación de mercado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.marketingxxl.com

Para el presente estudio, se establece el cantón Cañar como universo de la población en la cual se le realizará la encuesta.

Tabla 5 Distribución de la población del cantón cañar

CAÑAR, SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	59.323	27.370	31.953
CAÑAR (URBANO)	11.234	5.157	6.987
AREA RURAL	47.071	21.496	25.575
PERIFERIA	5.314	2.379	2.935
CHONTAMARCA	3.966	1.885	2.081
CHOROCOYTE	2.908	1.292	1.616
GENERAL MORALES	4.333	2.017	2.316
GUALLETURO	4.090	1.904	2.186
HONORATO VÁSQUEZ	6.213	2.714	3.499
INGAPIRCA	8.871	3.886	4.985
JUNCAL	2.339	1.069	1.270
SAN ANTONIO	1.900	951	949
ZHUD	2.269	1.029	1.240
VENTURA	1.318	669	649
DUCUR	3.550	1.701	1.849

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: INEC 2010

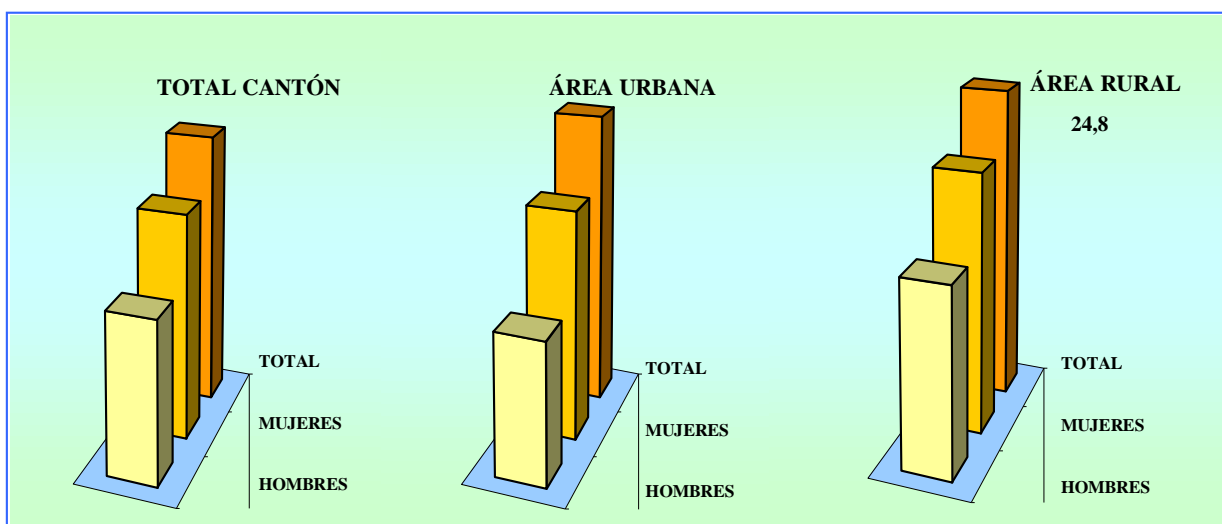


Gráfico 3 División del área rural y urbana

Elaborado por: INEC 2010

Fuente: INEC 2010

2.2 Muestra

A continuación, para determinar la muestra se aplicaría la siguiente fórmula correspondiente al método aleatorio simple.

a= Tamaño de las muestras

D= Margen de error

N=Tamaño de la población total

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)D + p * q}$$

Remplazando:

Margen de error= 5%

Nivel de confianza= 95%

Población= 25.953

Tamaño de la muestra = 393

$$n = \frac{25.953 * (0,25)}{(25.953 - 1) (0,000625) + 0,25} n = \frac{6488}{16.47} n = 393$$

En el presente capítulo se ejecuta con las técnicas de investigación teórico de observación, entrevistas y encuestas. Y la interpretación estadística se realiza con el método de investigación teórico matemático. En este capítulo también se analizará la competencia, así como también se tiene presente un análisis FODA y una investigación de mercado del tema de investigación.

2.3 Tabulación de la Encuesta Realizada.

Pregunta 1.

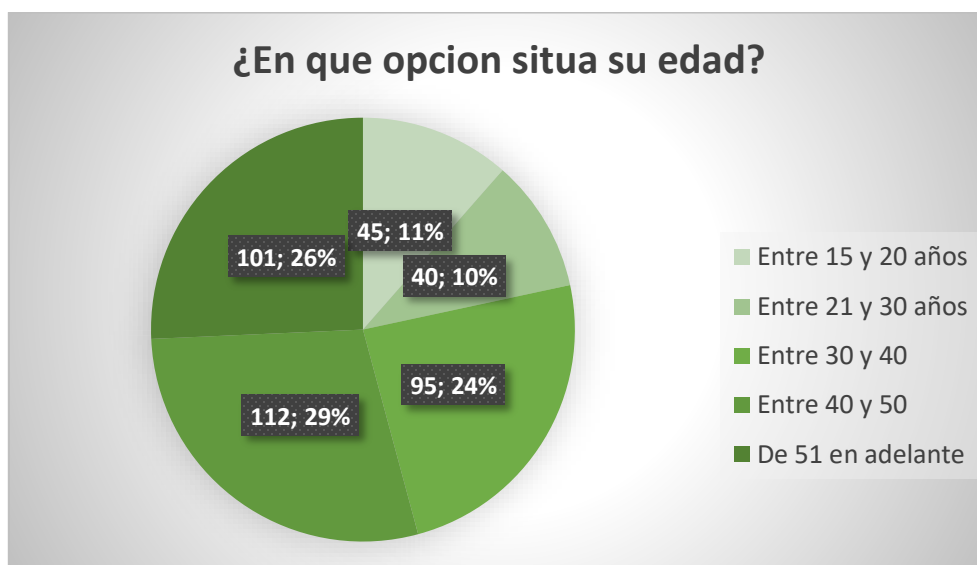


Gráfico 4 En que opción sitúa su edad?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

El 29% de los encuestados se encuentran entre las 40 y 50 años de edad, el 24% entre los 30 y 40 años, el 10% entre los 21 y 30 años y el 26% en más de 51 años. Considerando que la población económicamente activa se encuentra entre los 20 y 65 años de edad, se visualiza que la encuesta se enfoca directamente en el segmento de mercado con capacidad adquisitiva.

Pregunta 2.



Gráfico 5 Conoce que es reciclar?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Cuestionario Encuesta

De las 393 personas encuestadas que equivale al 100% de la población, se obtiene que con el 94% que son 369 personas si conocen que es el reciclaje lo que indica que la población está bien informada de los beneficios que esta actividad genera, demostrando que, dieron frutos el trabajo de capacitación e generación de procesos de reciclaje, realizados por las organizaciones, municipios, instituciones educativas.

Pregunta 3.



Gráfico 6 Le gusta el reclaje?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

En la pregunta número 3, las 393 personas encuestas que equivale al 100% del total de la población respondieron con un 94% que son 370 personas que, si les gusta el reciclaje, lo preocupante es que todavía un 6 % (24 personas) de los encuestados respondieron que no les gusta el reciclaje, ya que no tienen conocimiento de los beneficios, porque les toma mucho tiempo y recursos al realizarlo, por cultura y falta de costumbre.

Pregunta 4.

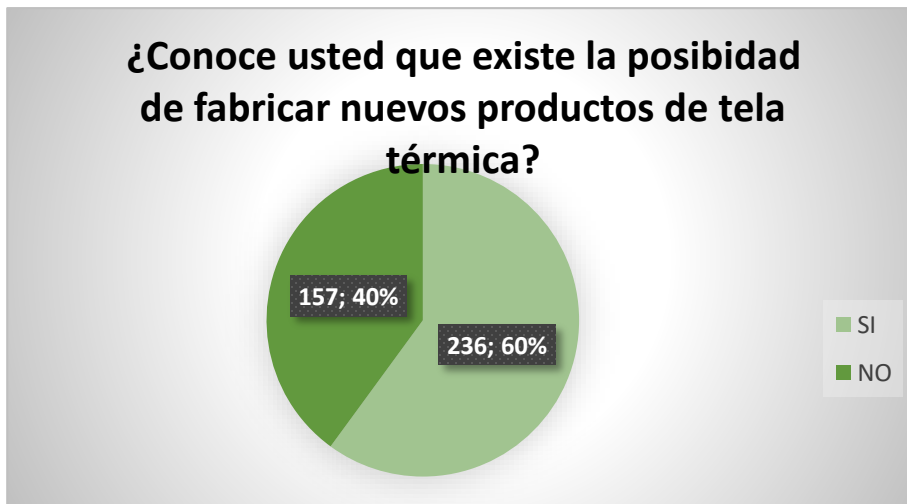


Gráfico 7 Cree que exista la posibilidad de fabricar nuevos productos de tela térmica?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

En el cantón Cañar la tela térmica está en un proceso de introducción en el mercado y las empresas textiles a su vez se encuentran en una fase de crecimiento, razón por la cual de las 393 personas que equivalen al 100% de la población, el 40 % que (157 personas) no conoce mucho de esta tela térmica y de la posibilidad de fabricar nuevos productos utilizando los residuos de esta tela, lo que ratifica el escenario antes mencionado.

Pregunta 5.

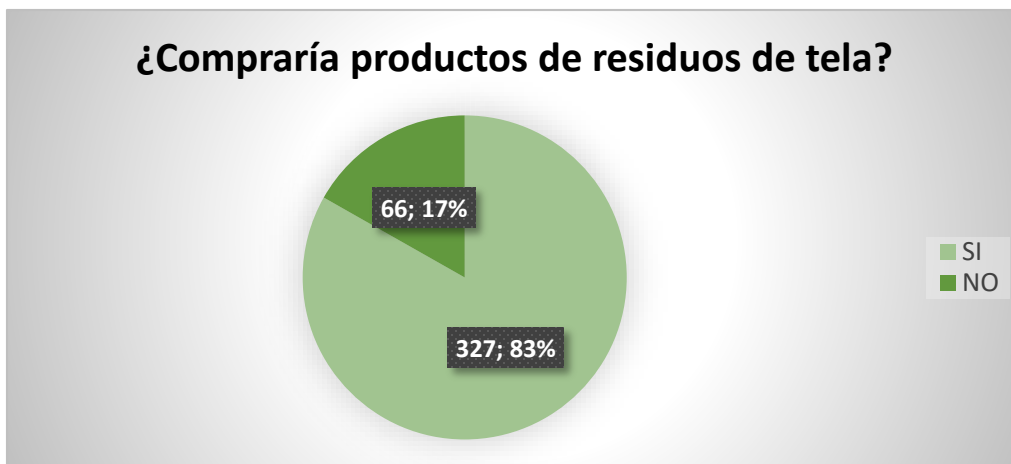


Gráfico 8 Compraría productos de residuos de tela?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

De las 393 personas que fueron encuestadas en el cantón Cañar que equivalen al 100% del total de la población, el 83% (327 personas) si comprarían productos de tela reciclada, mientras que el 17% (66 personas) no comprarían productos de residuos de tela, este porcentaje negativo es porque en el cantón Cañar la mayoría de personas piensan que si son productos confeccionados en base a residuos o retazos de tela no sirven o no cuentan con la misma calidad.

Pregunta 6.

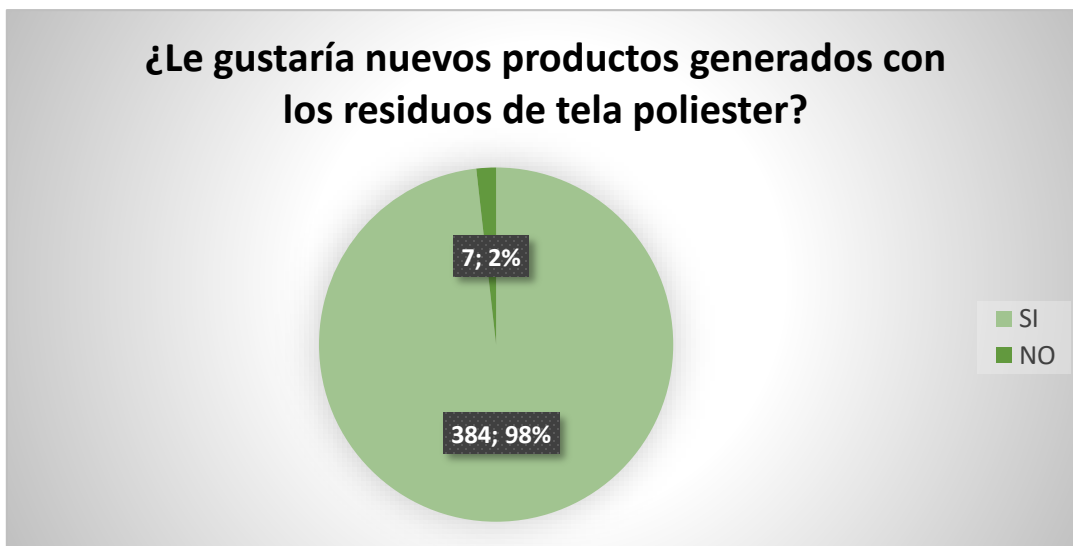


Gráfico 9 *Le gustaría nuevos productos generados con los residuos de tela poliéster?*

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Cuestionario Encuesta

De las 393 personas encuestadas que equivalen al 100% se obtuvo que con el 98% (284 personas) si quieren que se fabriquen nuevos productos de residuos de tela. A pesar de lo contestado en la pregunta 5 en su mayoría no estarían dispuestos a comprarlo, esto puede deberse a la creciente oferta y demanda de productos con este tipo de material y a la buena acogida que ha tenido en el mercado, especialmente en ciudades de climas muy fríos durante todo el año y también en ciudades con climas fríos por temporadas.

Pregunta 7.

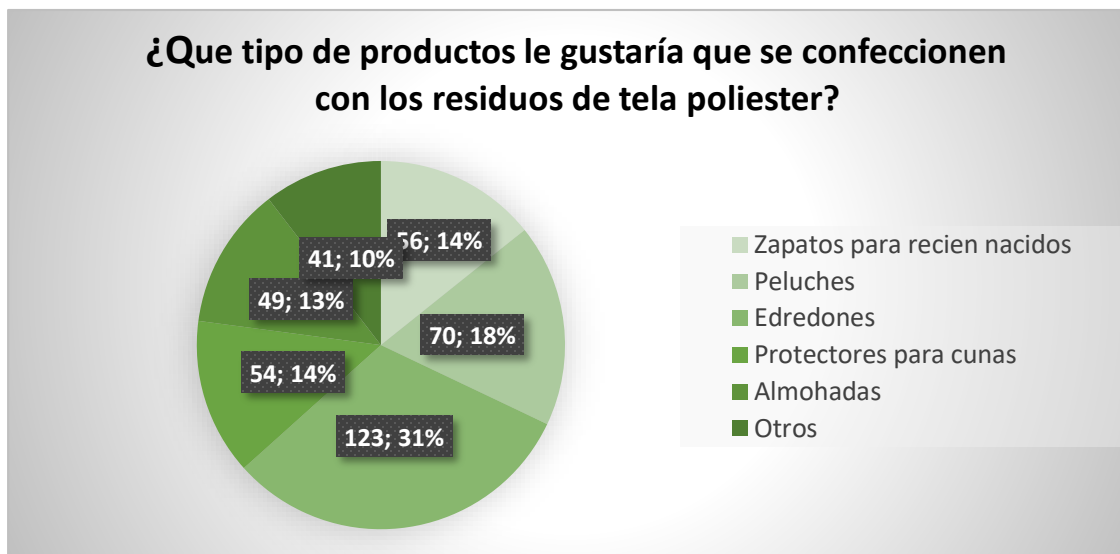


Gráfico 10 Que tipo de productos le gustaría que se confeccionen con los residuos de tela poliéster

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

En el cantón Cañar por ser un clima frío la tela térmica es muy utilizada en la mayoría de los hogares del cantón, en la encuesta realizada a 393 personas que equivalen al 100% de total de la población, dando como resultado más favorable con el 31% preferirían que se confeccionen edredones con los residuos de tela poliéster, con el 18% preferirían que se fabriquen peluches, el 14% preferirían que se fabriquen zapatos para bebé y almohadas, con el 13% preferirían que se fabriquen protectores para cunas y finalmente con el 10% otras, entre ellos la ropa para mascotas preferirían que se fabriquen almohadas.

Pregunta 8.

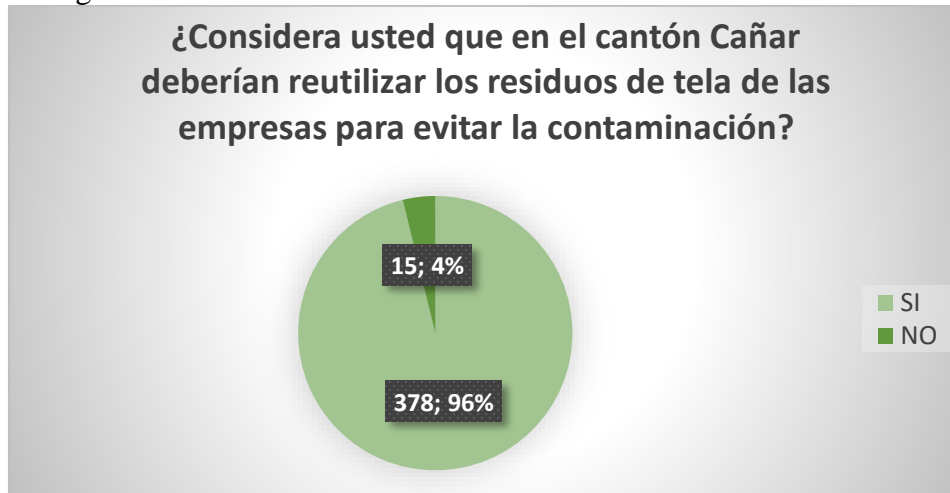


Gráfico 11 Considera usted que en el cantón cañar deberían reutilizar los residuos de tela de las empresas para evitar contaminación?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

En el cantón Cañar la población tiene conocimiento de la contaminación y el calentamiento global debido al mal manejo de residuos, para el presente estudio se encuestaron a 393 personas que equivale el 100% del total de la población por esta razón el 96% (378 personas) consideran que si deberían reutilizar los residuos de tela de las empresas para evitar la contaminación.

Pregunta 9.

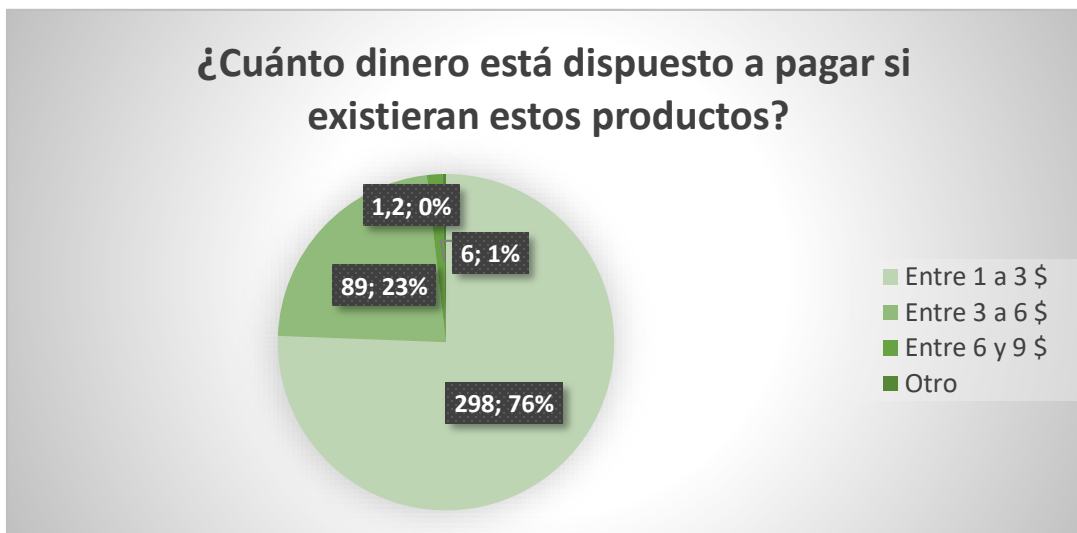


Gráfico 12 Cuanto dinero está dispuesto a pagar si existieran estos productos?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Cuestionario Encuesta

De las 393 personas encuestadas que equivale al 100% del total de la población el 76% que son 298 personas están dispuestos a pagar entre \$1 a \$3, comentando que debido a la economía inestable que tiene el país actualmente ellos están dispuestos a pagar un precio bajo por los nuevos productos confeccionados con tela reciclada, cabe destacar que las personas encuestas son en su gran mayoría de la zona rural del cantón Cañar y de bajos recursos económicos.

Pregunta 10.

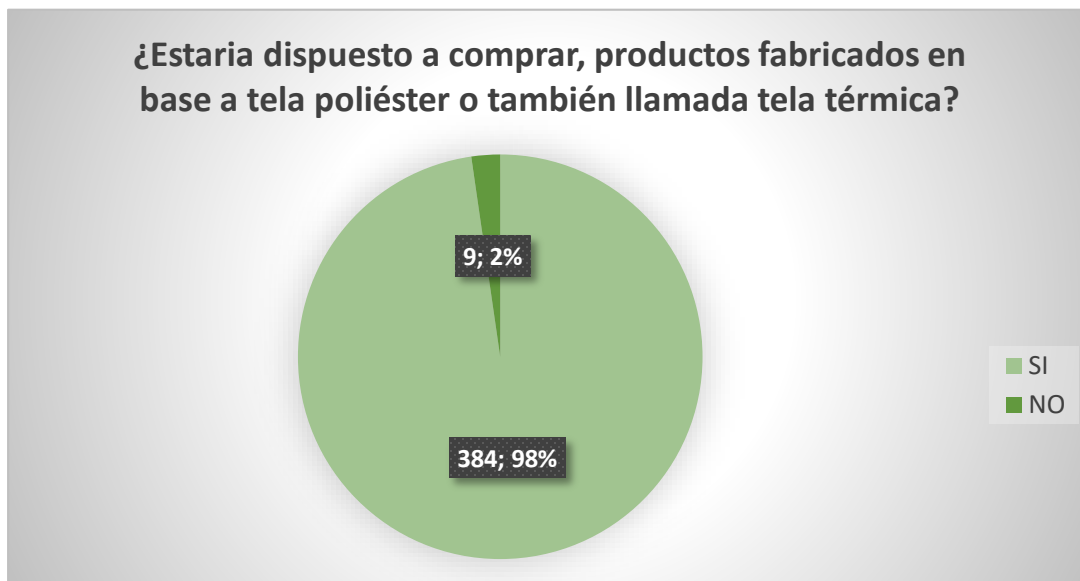


Gráfico 13 *Estaría dispuesto a comprar productos fabricados con poliéster?*

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

De 393 personas que representa el 100% del total de la población dando como resultado que el 98% (284 personas) si les gustaría comprar productos fabricados en base a la tela poliéster de acuerdo a la pregunta 9 de la encuesta las personas están dispuestas a pagar entre \$1 a \$3 por los productos de la tela reciclada lo que la empresa “Tfashion” fabricaría zapatos para recién nacidos, peluches, almohadas, gorros, adornos navideños y bufandas sin descartar la posibilidad de fabricar protectores para cunas y el 2% respondió que no les gustaría comprar estos productos.

Pregunta 11

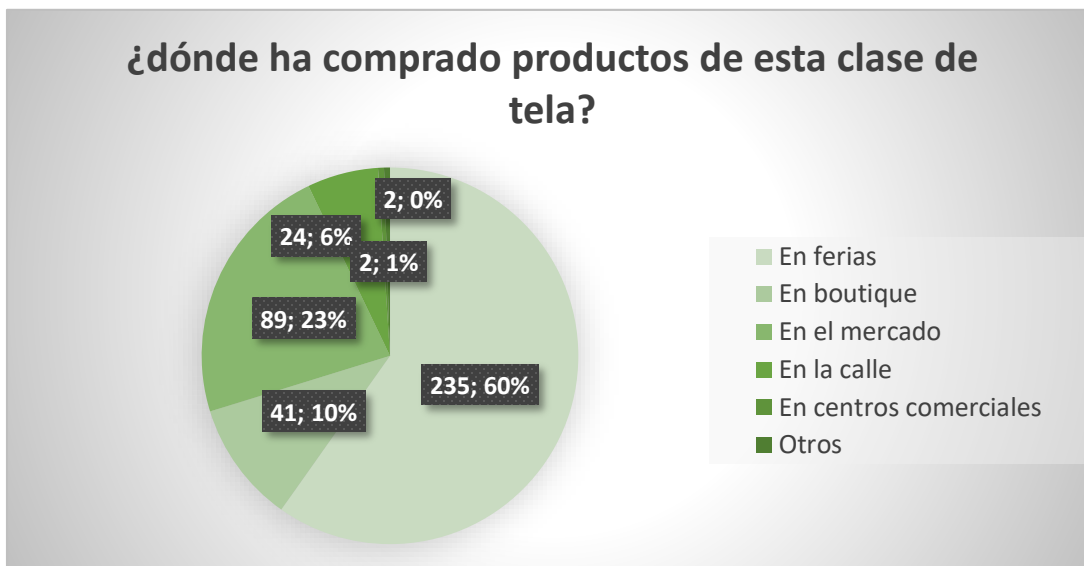


Gráfico 14 Donde ha comprado productos de esta clase de tela?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

El 60% (235 personas) respondió que han comprado productos de esta clase de tela principalmente en ferias debido a que en el cantón Cañar se realizan diferentes actos culturales, deportivos, agrícolas, etc. en distintas fechas del año con una excelente acogida, lo que a su vez indica que estos eventos son a los cuales se debe acceder para ofertar estos productos, así como también buscar clientes que realizan compras al por mayor, el 23% (89 personas) respondieron que estos productos los obtuvieron en la calle y el 10% (41 personas) respondió que estos los comprados en una boutique, en vista de los resultados obtenidos en al presente encuesta se debería formar un puesto de ventas de este tipo de productos de residuos de tela en las diferentes ferias, aparte de tener su local fijo en la misma fábrica.

Pregunta 12

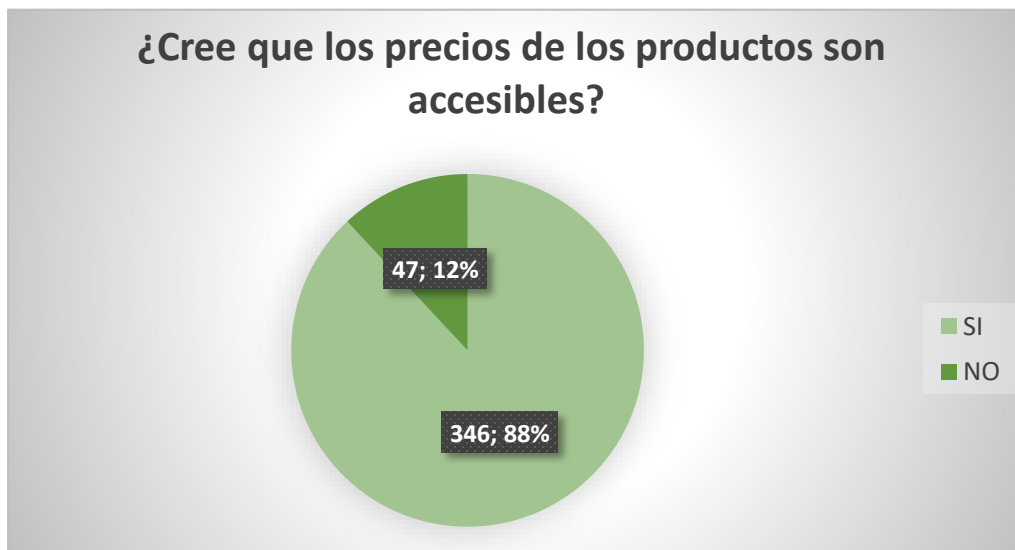


Gráfico 15 Cree que los precios de los productos son accesibles?

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Cuestionario Encuesta

De las 393 personas que fueron encuestadas que representa el 100% del total de la población el 88% (346 personas) indicaron que los precios de productos confeccionados con tela poliéster son accesibles y el 12% (47 personas) respondieron que los precios no eran accesibles por sus escasos recursos económicos y consideran que los precios son altos para esta clase de tela poliéster.



2.4 Investigación de Mercado.

La investigación de mercado es como una radiografía de las situaciones actuales del mercado en el que se va ejecutar el proyecto, teniendo como principal objetivo brindar información relevante de las diferentes áreas de estudio del proyecto. Con el fin de reducir el riesgo comercial y verificar la viabilidad del proyecto.

2.4.1 Oferta

En base a la encuesta realizada a la muestra de 393 personas de una población total 25923, responden a la pregunta 7 “QUE TIPO DE PRODUCTOS LE GUSTARÍA QUE SE CONFECCIONEN CON LOS RESIDUOS DE TELA POLIESTER”. Se tomó como referencia solo la competencia que más directa podría resultar, por su accesibilidad en temporadas de eventos y fiestas de la ciudad que son las Ferias representando un 60% del consumo. En la ciudad de Cañar, no se cuenta con competencia directa, siendo el único manufacturero de este tipo de productos.

Tabla 6 Oferta en base a encuestas

POBLACIÓN	FERIAS
	60%
25923	15554

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Encuestas, pregunta 11

Tabla 7 Total oferta proyectada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	20225	20630	21042	21463	21892

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Demanda basada en la encuesta

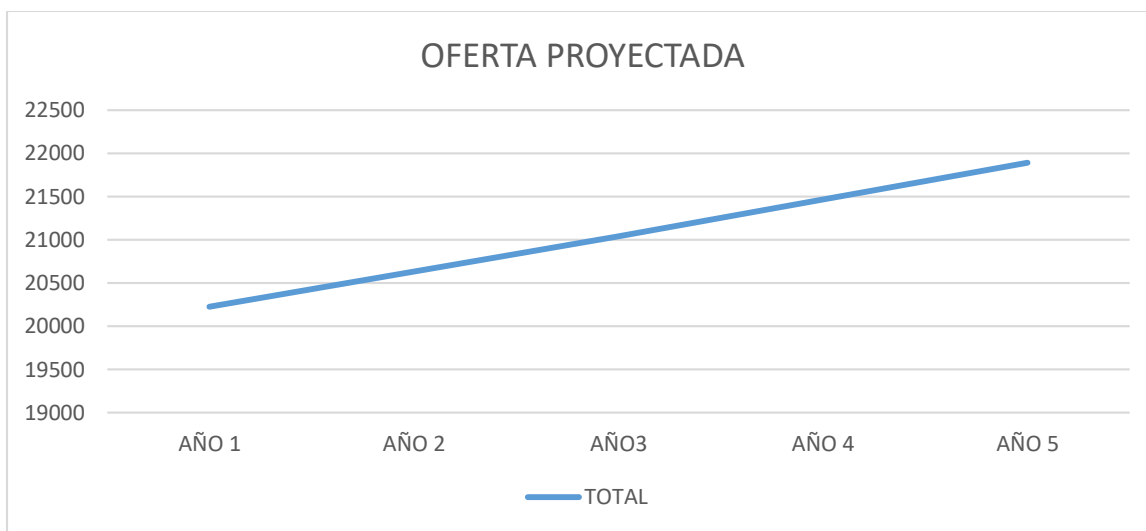


Gráfico 16 Oferta proyectada

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Tabla Oferta Proyectada

Tabla 8 Producción real

PRODUCTO	TOTALPRODUCCIÓN REAL (AÑO 1)
ZAPATOS DE BEBE	480
ALMOHADAS	480
ROPA PARA PERROS	480
Total	1440

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Demanda Proyectada

2.4.2 Demanda

En base a la encuesta realizada a la muestra de 393 personas de una población total 25923, responden a la pregunta 3 “LE GUSTA EL RECICLAJE” afirmando esto el 94% y la pregunta 5 “COMPRARÍA PRODUCTOS DE RESIDUOS DE TELA” el 83% afirman que lo harían siendo 20225 personas.



Tabla 9 Demanda en base a encuesta

POBLACIÓN	PERSONAS QUE LE GUSTA		PERSONAS QUE COMPRARÍAN	
	RECICLAR		EL PRODUCTO	
	SI	PERSONAS	SI	PERSONAS
25923	94%	24368	83%	20225

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Encuestas, pregunta 3 y 5

Tabla 10 Demanda total proyectada

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
20225	20630	21042	21463	21892

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Encuestas, pregunta 3 y 5

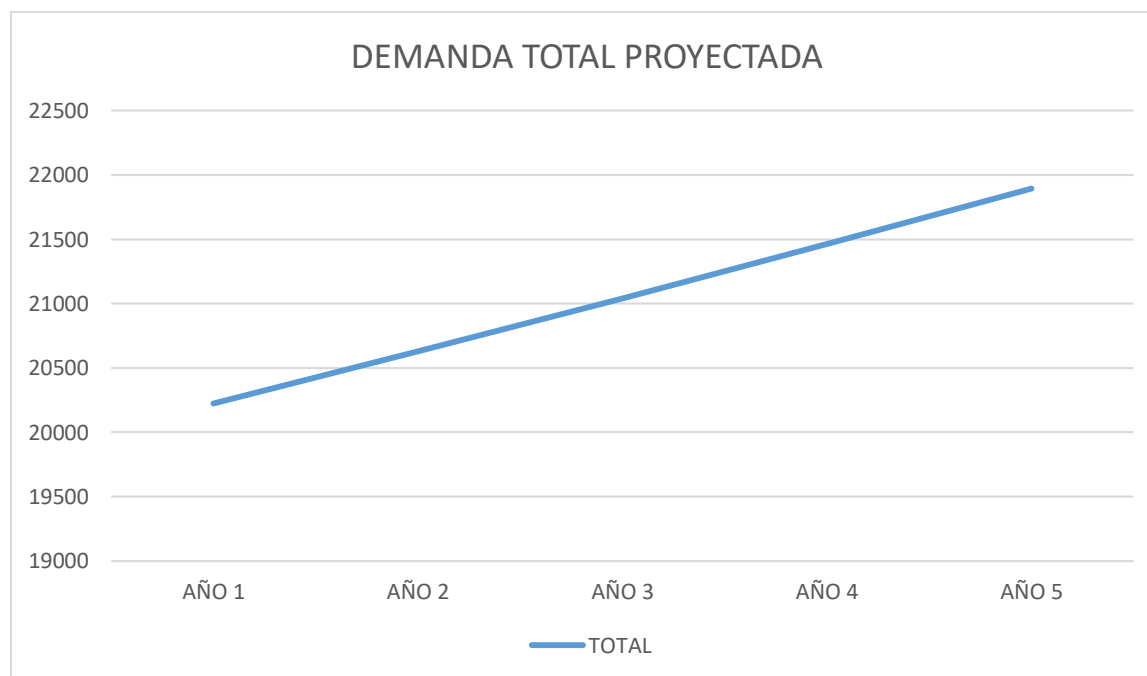


Gráfico 17 Demanda total proyectada



Tabla 11 Demanda por producto en base a encuestas

PORCENTAJE DE		
PRODUCTO	COMPRA	PERSONAS
ZAPATOS BEBE	14%	2832
ALMOHADAS	13%	2629
ROPA PERRO (OTROS)	10%	2023

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Encuestas, pregunta 7

Tabla 12 Demanda proyectada por producto

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ZAPATOS BEBE	2832	2888	2946	3005	3065
ALMOHADAS	2629	2682	2735	2790	2846
ROPA PERRO	2023	2124	2230	2341	2458

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Demanda por producto

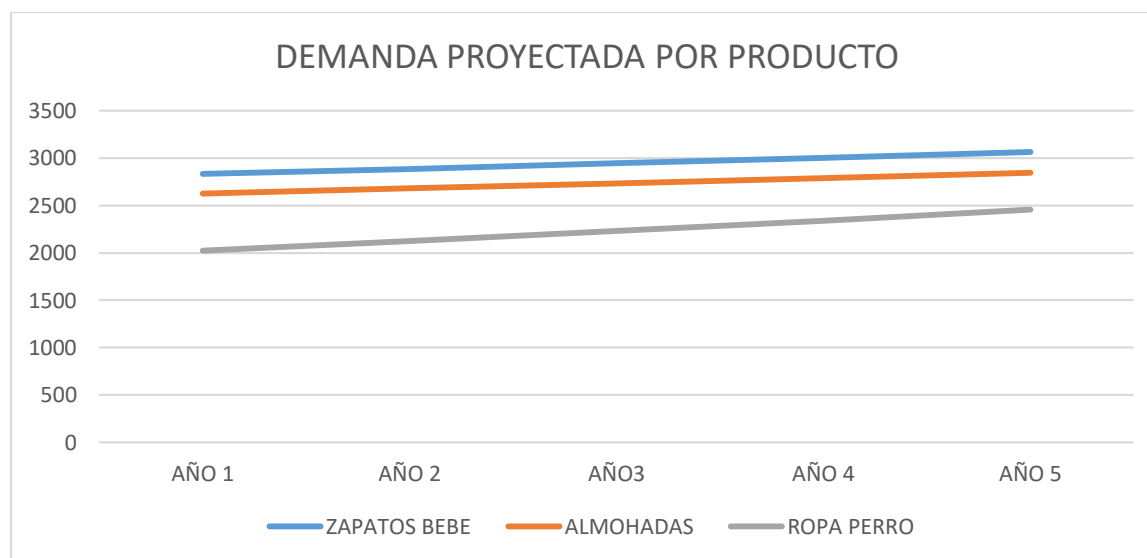


Gráfico 18 Demanda proyectada por producto

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Demanda Proyectada

2.4.2.1 Demanda Insatisfecha

Tabla 13 Demanda insatisfecha

DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
20225	15554	4671

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Análisis Oferta y Demanda

Tabla 14 Capacidad de absorción del mercado insatisfecha

AÑO 1	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE ABSORCIÓN
20225	15553,8	4671,3246	31%	

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Análisis Oferta y Demanda

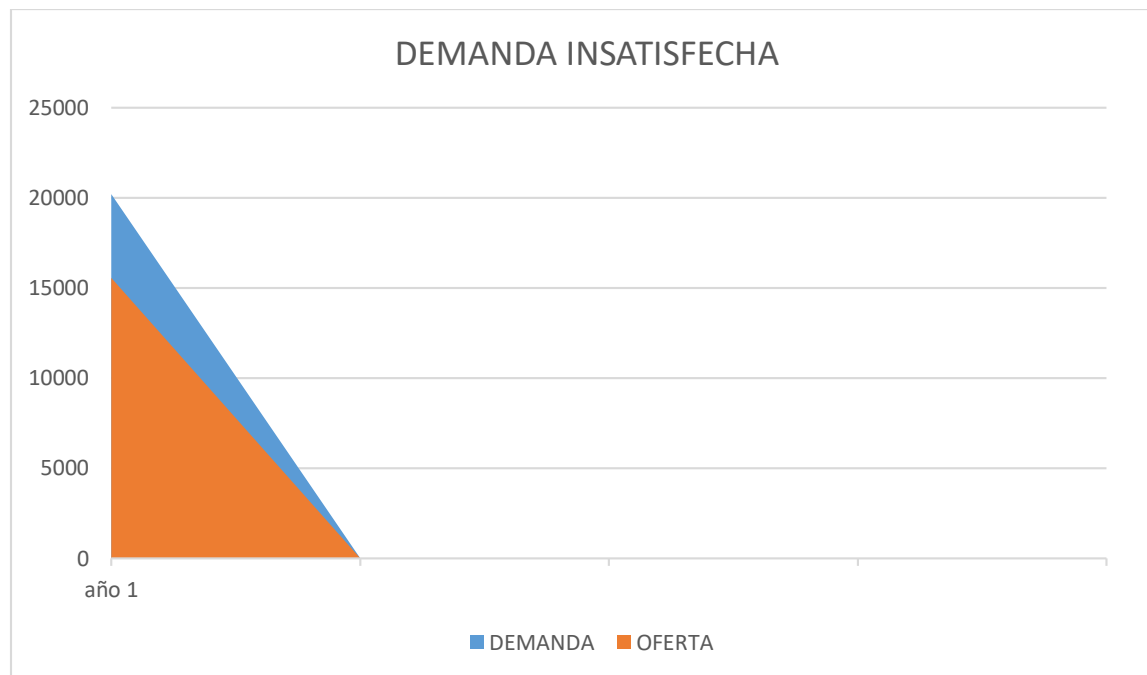


Gráfico 19 Demanda insatisfecha

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Análisis Oferta y Demanda

2.5 Análisis de la Competencia.

En vista de que la reutilización de residuos textiles, constituye un emprendimiento nuevo en el cantón Cañar, no existe un competidor inmediato detectado, puesto que solo existen locales de fabricación textil de ropa térmica que no generan subproductos de los residuos generados. Los cuales atienden de lunes a viernes en horario interrumpido.

La competencia que se puede generar en el cantón Cañar podría originarse a mediano plazo, luego de la implementación de un proyecto o emprendimiento inicial, debido a que se podría visualizar directamente los beneficios económicos, sociales y el aporte ambiental que éste generaría, considerando que existen locales que se encuentran en la posibilidad económica y de recursos para implementar un proyecto de iguales o similares características en el cantón.

Debido a esta posible amenaza se debe desarrollar un plan estratégico basado en una buena estructura de marketing, teniendo en cuenta las promociones, incentivos, beneficios, etc. Así como también mantener la calidad, creatividad en los diseños, constante renovación de modelos y productos, siendo todo esto una parte fundamental para mantener a los futuros clientes satisfechos y así minimizar el efecto que en el emprendimiento pueda generar.

Es importante tener en cuenta que el mercado del cantón Cañar es muy variable, por los gustos y preferencias, que se basan en moda más que en la utilidad que pueda generar la prenda de vestir, así también de los cambios climáticos dependiendo de las épocas del año y a la implantación de nuevos productos sustitutos. Por lo que, se deben establecer planes a seguir para compensar este desequilibrio generado posteriormente al boom.



Los nuevos productos están enfocados a disminuir la contaminación, a beneficiar por su bajo costo a personas de escasos recursos económicos, generar mayor rendimiento económico a su fabricante y comercializados y por ende una reducción de los costos por desperdicios.

2.6 FODA

Esta herramienta da información relevante al investigador, en cuanto a proporcionar datos que ayuden a estructurar mecanismos para reducir debilidades, afrontar de manera más eficiente las amenazas actuales y futuras, robustecer las fortalezas y beneficiarse de las oportunidades existentes e identificar rápida y eficientemente las oportunidades futuras. En base a lo antes indicado, se realizará un análisis FODA con la información recogida y analizada hasta el momento, mismo diagnóstico consiste en un análisis del entorno interno y externo que posee y enfrenta el emprendimiento. Siendo tomado en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y Factores Externos (Oportunidades y Amenazas). Obteniendo los siguientes resultados:



Tabla 15 FODA debilidades y fortaleza

EMPRESA TEXTIL “TFASHION”

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN Ponderada
DEBILIDADES	50%		
1. No cuenta con local propio.	0,08	3	0,25
2. Deficiencia en la atención	0,08	4	0,33
3. Falta de presentación de los productos	0,08	3	0,25
4. Omisión de promociones para los clientes	0,08	3	0,25
5. Falta de implementación de caja chica	0,08	4	0,33
6. Falta de Sistema de Inventario	0,08	3	0,25
FORTALEZA	50%		
1. El personal del Negocio tiene experiencia en la industria textil.	0,10	4	0,40
2. Disponibilidad de capital para tener el inventario en cantidad necesaria.	0,10	4	0,40
3. Ser expertos en la tela poliéster.	0,10	4	0,40
4. Cuenta con maquinaria de punta	0,10	3	0,30
5. Cuenta con los recursos económicos necesarios para implementar nuevos productos en su negocio.	0,10	3	0,30
Total	100%		3,47

CALIFICACIÓN:

- 4 Fortaleza Mayor
- 3 Fortaleza Menor
- 2 Debilidad Mayor
- 1 Debilidad Menor

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Investigación Propia



Tabla 16 FODA Amenazas y oportunidades

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
AMENAZAS	50%		
1. Presencia de nuevas empresas competidoras	0,08	4	0,33
2. Sobre oferta en el mercado	0,08	3	0,25
3. Crisis económica actual	0,08	3	0,25
4. Altos costos de servicios básicos.	0,08	3	0,25
5. Inestabilidad del gobierno actual	0,08	4	0,33
6. Altos impuestos a la renta	0,08	2	0,17
OPORTUNIDADES	50%		
1. Es un mercado de nuevos productos textiles	0,08	4	0,33
2. Bajos costos por la fabricación de prendas de vestir	0,08	3	0,25
3. Incremento de la demanda de productos textiles	0,08	4	0,33
4. Mejoramiento del uso de la tecnología.	0,08	3	0,25
5. Experiencia de 10 años en la industria textil	0,08	3	0,25
6. Incrementar las relaciones en venta con los clientes de la localidad	0,08	3	0,25
Total	100%		3,25

CALIFICACIÓN:

- 4 Muy Buena
- 3 Bien
- 2 Regular
- 1 Mala

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Investigación Propia



Tabla 17 Descripción de las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades

FORTALEZAS	DEBILIDADES
-El personal del negocio tiene experiencia en la industria textil.	-No cuenta con local propio
-Disponibilidad de capital para tener el inventario en la cantidad necesaria.	-Deficiencia en la atención
-Ser expertos en tela poliéster	-Falta de placentación en los productos
-Cuenta con maquinaria de punta	-Omisiones de promociones para clientes
-Cuenta con los recursos económicos necesarios para implementar nuevos productos en su negocio.	-Falta de implementación de caja chica
	-Falta de sistema de inventario
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
-Presencia de nuevas empresas competidoras	-Es un mercado de nuevos productos textil
-Sobre oferta en el mercado	-Bajos costos por la fabricación de prenda de vestir.
-Crisis económica actual	-Incremento de la demanda de productos
-Altos costos de servicios básicos	-Mejoramiento del uso de tecnología
-Inestabilidad del gobierno actual	-Experiencia de 10 años en la industria textil
-Altos impuestos a la renta	-Incrementar las relaciones de ventas con los clientes de la localidad.

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Investigación Propia

El resultado obtenido, indica que la empresa “Tfashion” se encuentra con una ventaja primordial que es la reutilización de residuos de tela, pero también con una gran amenaza de nuevos competidores debido a que la industria textil está a flote en nuestro país. Esto implica que la empresa debe manejar estrategias de ventas, debiendo ser más innovadores y pensar más en el modelo de negocio futuro para poder tener una mejor posición en el mercado y sobre todo lograr crecer y mantenerse.

Capítulo 3: Marco Teórico

3.1 Plan Administrativo

Es el conjunto de políticas, estrategias, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional para la gestión de los recursos humanos, técnicos, materiales, físicos y financieros; orientado a fortalecer la capacidad administrativa y el desempeño institucional. (Rendón, 2016)

3.1.1 Visión

Determinar el origen de la empresa a un largo plazo. Permite utilizar diferentes propósitos en distintos escenarios, con la prioridad de estar alertas para así evitar los conflictos y dar con mayor rapidez las soluciones.

3.1.2 Misión

Razón de ser de la organización, los pilares donde se constituye. Forma de dar a conocer a todos los miembros de la organización los objetivos que poseen y hacia donde los esfuerzos deben dirigirse para ser cumplidos.

La visión y misión están relacionadas. Si no existen los objetivos claros, no se puede hacer una perspectiva de donde se quiere ver a la empresa, no hay un camino a seguir. El no establecer claramente los objetivos, no permite el crecimiento de la empresa y la rezaga.

3.1.3 Objetivos

OBJETIVOS: Son los resultados o propósitos deseados, guían las decisiones de la administración y forman los criterios contra los cuales se miden los resultados. Con frecuencia se les conoce como las bases de la planeación. Es necesario que conozca el objetivo deseado o resultado antes de poder establecer planes para lograrlo.

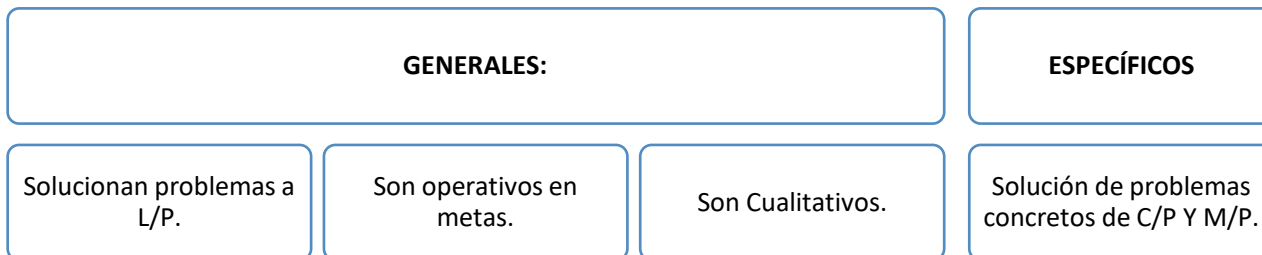


Ilustración 1 Objetivo general y objetivo específico

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.gestiopolis.com

3.2 Como Crear una Empresa – Constitución Legal

Con el fin de establecer los parámetros sobre los cuales su deberá enmarcar la constitución legal, mercantil y tributaria de la actividad comercial a desarrollarse, a continuación, se presentan definiciones y temas afines al tema a tratar.

3.2.1 Empresa

Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). (Porto, 2018)

Sociedad o compañía. - Es aquél contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. En este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil. (Ojeda, 2018)

3.2.2 Formas Legales de Organización

Las formas legales de organización más comunes son:

3.2.2.1 Propietario Único

Una empresa individual es un negocio propio de una persona, el cual asume toda la responsabilidad de la compañía, así como todas las utilidades.

3.2.2.2 La Sociedad

Es una empresa propiedad de dos o más individuos, que comparten la responsabilidad de la compañía. La responsabilidad jurídica compartida, permite que todos los socios sean tratados por igual como parte de un grupo.

3.2.2.3 La Corporación

Tiene responsabilidad limitada. La propiedad es fácilmente transferible, puede combinar capital de numerosos propietarios.

3.2.3 Empresa Constituida Como Persona Natural.

Son todas aquellas personas que ejercen sus derechos y cumplen obligaciones a título personal.
(red, 2017)

Es importante saber que, al constituir una empresa como Persona Natural, estás asumiendo a título personal todas las obligaciones de la empresa, esto implica que asumes responsabilidades y garantizas con todo tu patrimonio (los bienes que estén a tu nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa. (red, 2017)



En el caso de una quiebra de la empresa y existan deudas pendientes, la persona deberá hacerse responsable por ellas a título personal y, en caso de no pagarlas, sus bienes personales podrían ser embargados. (red, 2017)

3.2.3.1 Ventajas Persona Natural.

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se les exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Se pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos. (red, 2017)

3.2.3.2 Impuesto a la Renta para Personas Naturales y Sucesiones Indivisas

Para liquidar el Impuesto a la Renta en el caso de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicará a la base imponible las siguientes tarifas:



Tabla 18 Impuesto a la renta año 2017

AÑO 2017 – EN DÓLARES

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0	11290	0	0 %
11290	14390	0	5 %
14390	17990	155	10 %
17990	21600	515	12 %
21600	43190	948	15 %
43190	64770	4187	20 %
64770	86370	8503	25 %
86370	115140	13903	30 %
115140	En adelante	22534	35 %

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.sri.gob.ec

Tabla 19 Impuesto a la renta año 2018

AÑO 2018 – EN DÓLARES

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0	11.270*	0	0%
11.270	14.360	0	5%
14.360	17.950	155	10%
17.950	21.550	514	12%
21.550	43.100	946	15%
43.100	64.630	4.178	20%
64.630	86.180	8.484	25%
86.180	114.890	13.872	30%
114.890	En adelante	22.485	35%

* La base imponible disminuye con respecto al año anterior por cuanto se registró un índice de inflación negativo.

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.sri.gob.ec

3.2.4 Compañía en Nombre Colectivo.

3.2.4.1 Constitución y razón social.

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

3.2.4.2 Capacidad.

Las personas que según lo dispuesto en el Código de Comercio tienen capacidad para comerciar, la tienen también para formar parte de una compañía en nombre colectivo

3.2.4.3 Capital.

El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

3.2.4.4 Administración.

A falta de disposición especial en el contrato se entiende que todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acto constitutivo de la compañía solo alguno o algunos de los socios hubieren sido autorizados para obrar, administrar y firmar por ella, solo la firma y los actos de éstos, bajo la razón social, obligarán a la compañía.

3.2.4.5 De los socios.

El socio de la compañía en nombre colectivo tendrá las siguientes obligaciones principales:

- a) Pagar el aporte que hubiere suscrito, en el tiempo y en la forma convenida;
- b) No tomar interés en otra compañía que tenga el mismo fin.
- c) Participar en las pérdidas; y,
- d) Resarcir los daños y perjuicios que hubiere ocasionado a la compañía, en caso de ser excluido.

3.2.5 Compañía de Responsabilidad Limitada.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

3.2.5.1 De las Personas que Pueden Asociarse

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

3.2.5.2 El Capital

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

3.2.5.3 Derechos de los Socios

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante, cualquier estipulación contractual.

3.2.5.4 Administración

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social.

3.2.5.5 La Forma del Contrato

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

3.2.6 Compañía Anónima.

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.



3.2.6.1 Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

3.2.6.2 Fundación de la Compañía

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

3.2.6.3 Capital y de las Acciones

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. (Nacional, 2014)

3.3 Aspectos Legales a Considerar por una Persona Natural para tener Actividad

Comercial en Ecuador.

En cuanto al ámbito legal para ejercer actividad comercial en el territorio ecuatoriano, se enmarca en aspectos entorno al ámbito Tributario nacional, seccional o de comercio exterior de realizar importaciones o exportaciones.

3.3.1 Aspectos Tributarios.

En Ecuador las personas naturales o personas jurídicas que desean realizar una actividad económica, con la venta de bienes o prestación de servicios, deben cumplir con determinados requisitos tributarios y legales para su implementación y correcta aplicación. En base a ello se indican los requisitos básicos a tramitar para implementación de este tipo de actividad.

3.3.1.1 Nacionales



Imagen 1 Ciclo Virtual del Contribuyente

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Fuente: www.sri.gob.ec

3.3.1.1.2 Obtención el RUC.

El RUC es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria.

Sirve para poder ejercer actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales (número de

cédula de identidad o ciudadanía) y/o sociedades (número autogenerated por el sistema al momento de la inscripción), que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.

3.3.1.1.3. Requisitos.

Deben inscribirse todas las personas naturales, instituciones públicas, organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, con domicilio o establecimiento en el territorio ecuatoriano, dentro de los 30 primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos. El contribuyente lo realizará en cualquier ventanilla de atención al contribuyente en el Servicio de Rentas Internas (SRI) a nivel nacional, portando los requisitos se inscribe en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en Régimen General o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) (SRI, 2018)

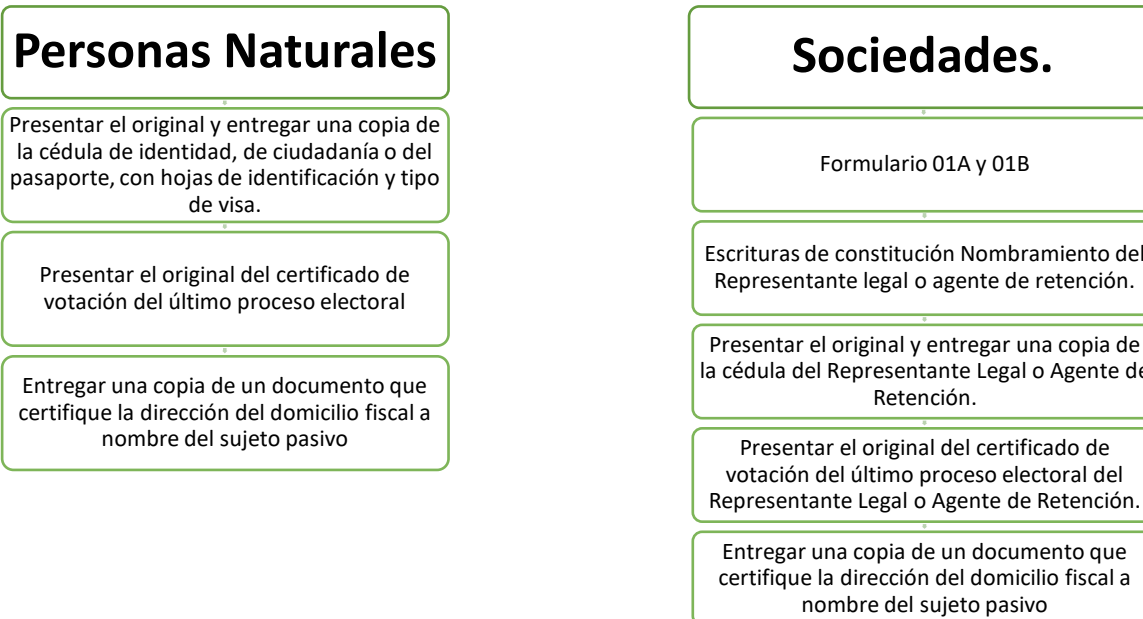


Ilustración 2 Requisitos personas naturales y sociedades

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.sri.gob.ec



3.3.1.2 Seccionales.

Las personas naturales, sucesiones indivisas obligadas o no obligadas a llevar contabilidad y las personas jurídicas, para poder ejercer actividad económica en determinada ciudad en Ecuador, deben obtener los permisos necesarios para ello, emitidos por las Gobiernos Autónomos Seccionales (GAD'S), siendo estos: (COOTAD, 2018)

3.3.1.2.1 Imp. A la Propiedad Urbano

Si cuenta con una propiedad en donde funciona su local comercial, productiva, de distribución o bodega.

- Sujeto Pasivo: Propietario del inmueble en zona urbana.
- Periodo de pago: Anual desde el 1° de enero de cada año, en base al catastro hasta el 31 de dic. Del año anterior.
- Si el predio se encuentre en territorio urbano y rural, para el cobro se considerará en donde más territorio se ubique.
- Si el predio es de varios condóminos, los contribuyentes o uno de ellos, podrán solicitar se haga constar en el catastro el valor de su propiedad.
- Tarifa: de entre el 0,25% hasta un 5%.
- Base Imponible: Valor de (Suelo + edificaciones + de reposición).
- Deducciones (Deben Presentarse Hasta el 30 de Noviembre de Cada Año Cuando el predio haya sido hipotecado (sin amortización anual) para adquirirlo, construirlo o mejorarlo, siendo esta rebaja del 20% al 40% del saldo del valor del capital de la deuda, sin que exceda el 50% del valor comercial del predio; (COOTAD, 2018)



- **Exenciones Permanentes:** Predios unifamiliares con un valor de hasta 25 remuneraciones básica mínima unificada, propiedad del sector público, de instituciones de beneficencia o asistencia social, de naciones extranjeras o de utilidad pública. (COOTAD, 2018)
- **Exenciones Temporales: Por 2 a 5 Años Siguiendo a su Terminación o Adjudicación, Dependiendo los Casos:** Bienes de patrimonio familiar de hasta \$48,000 y los construidos para vivienda popular y hoteles, etc.
- **Descuentos por Pronto Pago:** El descuento si pagan la primera quincena de los meses de enero a junio será del 10, 8,6,4,3 y 2% respectivamente.
 - Si lo hace en la segunda quincena de esos mismos meses será de 9,7,5,3,2 y 1%.
 - Los que se realicen a partir del 1° de Julio tendrán un recargo del 10%.
 - Vencido el periodo de pago se realizarán los recargos e intereses de mora establecidos por la ley, y se los cobrara por vía coactiva.

3.3.1.2.2 Impuesto De Matriculas y Patentes.

- **Sujeto Pasivo:** Personas naturales o jurídicas, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción, que tengan permanentemente actividad comercial, industrial, financiera, inmobiliaria y profesional.
- **Forma de Pago:** Dentro de los 30 días siguientes al inicio de la actividad o 30 primeros días del año.
- **Periodo:** Anual
- **Base Imponible:** Patrimonio.
- **Tarifa:** \$10 mínimo y \$25000 máximo.



- **Rebajas:** Cuando demuestre pérdidas aceptadas por el SRI, el impuesto se reduce a la mitad, y si la pérdida es de más del 50% se reducirá hasta la tercera parte del impuesto.

3.4 Marketing.

Iván Thompson dice: En términos generales, el marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales. (Thompson, 2018)

Mientras que según Jerome McCarthy, "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente". (McCarthy, 2018)

Es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos donde, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible, promoviendo el intercambio de productos y/o servicios de valor a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización (Marketing-free, 2017). El marketing presenta una estructura que aplicada proporciona varios beneficios



Imagen 2 Sistema de marketing simple

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.superyuppies.com

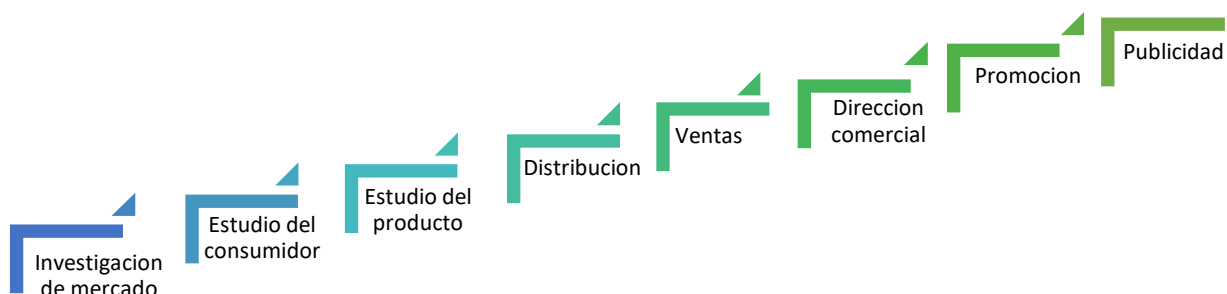


Ilustración 3 Servicio al cliente

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.gestiopolis.com

3.4.1 Marketing de Productos.

Se refiere a todas las medidas que fomentan la demanda y el consumo de mercancías. Las posibilidades en este sector van de grandes campañas publicitarias para artículos de marca hasta actividades puntuales para el apoyo de pequeñas empresas. Aquí se nombran entre otros, la producción de catálogos, panfletos, campañas publicitarias clásicas con carteles y la realización de eventos publicitarios para los clientes. Una importancia mayor tiene el marketing en Internet,



por ejemplo, optimizando los resultados en buscadores y confeccionando páginas web y banners publicitarios. Es fundamental que el marketing de los productos anunciados congenie con los compradores potenciales. Y antes que nada, ha de realizarse un análisis minucioso del mercado y del público destinatario. (FeriasInfo, 2016)

3.4.2 Marketing de Servicios.

Servicios, son todas aquellas actividades intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (Kotler, 2001)

3.5 Marketing mix, las 4P'S.

Conjunto de herramientas de marketing que la empresa usa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta. Debe tomar decisiones de MKT mix para influir en los canales y consumidores finales. Se clasifican en:

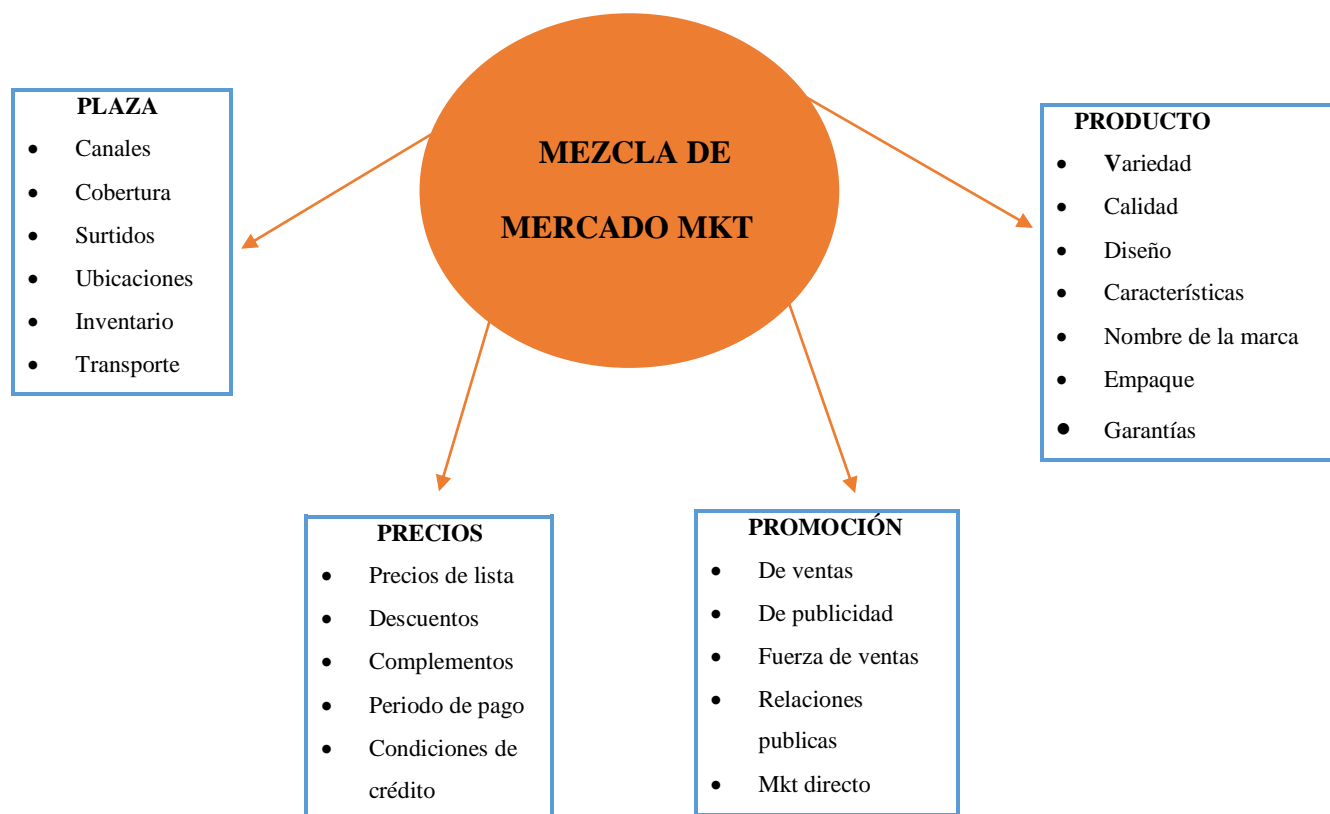


Ilustración 4 Mezcla MKT

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: www.liderarzoymercadeo.com

3.5.1 Producto.

El producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales este compuesto es fundamental para el éxito e cualquier empresa de producción. Tiene en cuenta la gama de productos ofrecidos, calidad y nivel al que se entrega. También presta atención a las marcas garantías y servicios post-venta. Las empresas de producción necesitan establecer vínculos entre el producto según los clientes y la empresa. Al hacerlo es útil plantear.



3.5.1.1 Beneficio del Consumidor

Para que una empresa de producción tenga éxito es fundamental el punto de vista del consumidor.

3.5.2 Precio.

Las decisiones sobre el precio son de gran importancia en la estrategia del marketing. El precio de un producto debe tener relación con el logro de las metas organizacionales y de marketing. Los principios de fijación de precios tienden a basarse en hacer generalizaciones sobre los precios.

3.5.2.1 Carácter Perecedero

Se puede utilizar ofertas especiales y reducciones, pero el uso constante conduce a que los clientes se demoren en comprar con la expectativa de que se produzcan rebajas. Los vendedores pueden tratar compensar ese efectivo con reducciones ventajosas sobre pedidos hechos en con anticipación.

3.5.2.2 Clientes Pueden Solicitar Productos Personalizados

Los clientes están en la libertad de solicitar productos personalizados, obteniendo así un pequeño implemento en el precio final.

3.5.3 Precios Homogéneos

Se utilizan los precios como un indicador de calidad, siendo un tanto subjetiva. Los precios se establecen por el mercado, regulación oficial o empresa, dependiendo del tipo de producto. Se determinan dos métodos para la fijación de precios.

3.5.3.1 Basados en Costos

Orientado a utilidades, se relacionan con la capacidad y voluntad del cliente a pagar.

3.5.3.2 Orientados al Mercado y Cliente

Precios se establecen en relación con las actitudes y comportamiento de los clientes. Calidad y costos varían para permanecer en armonía con los precios. Una vez determinado el precio se emplean técnicas tácticas de precios.

- **De Descuento.** - Su finalidad es brindar al cliente la opción de obtener el producto a menor cosas para que la empresa fidelice a esos clientes meta.
- **De distracción.** - Da imagen de precios bajos.
- **Garantizados.** - Se da cuando el pago se hace si se garantizan ciertos resultados.
- **Para Mantener Precios Altos.** - Cuando se asocia precios de calidad.
- **De Artículos de Promoción.** - Cobra un precio bajo en el primer pedido con la esperanza de obtener otros negocios del cliente a mejores precios.

3.5.4 Plaza.

Todas las organizaciones tienen interés en el cómo poner a disposición de los usuarios las ofertas y hacerlas accesibles. La venta directa es lo más importante para una empresa de productos. La ubicación de la empresa puede variar en importancia de acuerdo con la naturaleza del producto.

- **Promoción:** Las promociones en los productos pueden ser realizada a través de:

- **Venta Personal:** Presentación personal de los productos a uno o más compradores futuros.

Se debe: hacer relaciones personales con los clientes, adoptar orientación profesional, crear y mantener una imagen favorable y hacer la compra fácil.

3.5.4.1 Intermediario.

Individuo o institución que conecta a los productores y los consumidores o a los ahorradores y los inversores, bien sea para poner de acuerdo simplemente a dos partes diferentes de un mismo proceso productivo, sin adquirir nunca la propiedad de los activos con los que trafica, o bien sea asumiendo mayores riesgos y responsabilidades en dicho proceso. (economía, 2018)

3.5.4.1.1 Beneficios de los Intermediarios.

- Asignan a los productos el sitio y momento oportunos para el consumo.
- Hacen llegar grandes cantidades y diversos productos a lugares lejanos.
- Asumen riesgos de transportación de productos.
- Conocen los gustos del consumidor y sugieren al productor.
- Contribuye a disminuir los costos de venta al comprar grandes volúmenes.
- Promueven las ventas, otorgan créditos, asumen riesgos de cobro.

3.5.5 Publicidad.

La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que son fundamentales para el comercio en general. Si un producto no es publicitado, difícilmente las personas lo conocerán. La publicidad es una estrategia de marketing para posicionar los productos en el



mercado global. Con la publicidad se busca que el impacto en la sociedad del producto sea aceptable, para darle paso al consumismo activo. (Concepto de definición, 2018)

3.5.5.1 Tipos de Publicidad.

- **Por su Ámbito.** - Puede ser local o nacional.
- **Por el Medio Empleado.** - Puede ser en la radio, televisión, cine, prensa, vallas carteles.
- **Por su Audiencia.** - Consumidor detallista.
- **Por el Planteamiento de la Campaña.** - Pueden ser por el tipo de mensaje, momento del producto o por el objetivo.

3.5.5.2 Medios Publicitarios.

Son las formas y vehículos que usa la publicidad para hacer llegar al público, el anuncio de una empresa, producto o servicio determinado, en la actualidad las redes sociales están teniendo una gran acogida para dar a conocer diferentes productos o servicios, la empresa textil “Tfashion” ha considerado desarrollar su publicidad en redes sociales por diferentes motivos.

- **Red Social.** - Las redes sociales en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.



VENTAJAS PARA LAS EMPRESAS

Incrementa las oportunidades de compra – venta en mercados nacionales e internacionales

Localización rápida a clientes, proveedores, socios

Baja los costos

Acorta y elimina canales de distribución

VENTAJAS PARA LOS CLIENTES

Proporciona productos más baratos

Genera más opciones de elección de productos y proveedores

Transacciones las 24 horas del día

Capacitación al cliente para obtener productos personalizados

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

3.6 Plan de Recursos Humano.

3.6.1 La Gerencia.

Es un proceso desarrollado por una o varias personas, siendo su labor llevar, dirigir o administrar un departamento de la empresa, sociedad o comunidad, teniendo a su cargo una o más personas. (Definición, 2018)

3.6.1.1 Funciones Gerenciales.

Gerente es la persona o funcionario que cumple o realiza todas las funciones administrativas. Existen 3 niveles de gerencia: Alta gerencia, mandos medios y supervisores de primera línea o atención al cliente.

3.6.1.2. Tipos de Gerencia:

3.6.1.2.1 Democrática Gerente sugiere cambios o delega a otras personas.

Da libertad a la iniciativa y creatividad. Dentro del grupo de trabajo un coordinador, facilita una buena comunicación en el grupo. La mejor gerencia es un intermedio entre la gerencia democrática y autocrática.

3.6.1.3 Habilidades Gerenciales.

3.6.1.3.1 Habilidades técnicas

Involucra el conocimiento y experticia en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o área específica que ocupa. (Emprende pyme, 2018)

3.6.1.3.2 Habilidades Humanas:

Se refiere a la habilidad de interactuar efectivamente con las personas. Un gerente interactúa y coopera principalmente con los empleados a su cargo; muchos también tienen que tratar con clientes, proveedores, aliados, etc. (Emprende pyme, 2018)

3.6.1.3.3 Habilidades Conceptuales:

Se trata de la formulación de ideas, entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, etc. (Emprende pyme, 2018)

3.7 Recurso Humano.

Se denomina Recursos Humanos al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función o gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización. (Mintecon, 2018)

El proceso del área de Recurso Humano es el siguiente:

- Reclutamiento y selección
- Inducción

- Preparación
- Remuneraciones
- Remuneraciones

3.7.1 Desarrollo y Capacitación.

3.7.1.1 *Desarrollo.*

Aprendizaje que va más allá del trabajo diario y posee un enfoque a largo plazo. (Wayne, 2005)

3.7.1.2 *Capacitación.*

Son todas las actividades diseñadas para impartir a los empleados que tiene como objetivo favorecer los conocimientos y habilidades necesarias para empleados actuales. (Wayne, 2005)

La capacitación tiene dos razones de ser: satisfacer necesidades presentes de la empresa con base en conocimientos y actitudes y prever situaciones que se deben resolver con anticipación. (Wayne, 2005)

El programa de capacitación implica dar conocimientos, que permitan al trabajador desarrollar su labor y ser capaz de resolver los problemas que se le presenten, elevando su nivel de vida y productividad. (Wayne, 2005)

3.7.1.2.1 *Importancia de la Capacitación.*

- Una empresa como una organización con fines de lucro tiene la necesidad contar con un personal capacitado y calificado.
- Utilizar nuevos procedimientos y técnicas de capacitación para el mejor desempeño y productividad de los trabajadores.



- La capacitación es una de las partes más importantes de diferentes empresas que quieren ser líderes en el mercado.

3.7.1.2.2 Beneficios de la Capacitación.

- La capacitación conduce a la empresa a una rentabilidad más alta.
- Los empleados tienen total conocimiento de las diferentes áreas de la empresa.
- La empresa obtiene una buena fama.
- Crea una mejor comunicación entre los jefes y los trabajadores.
- Resuelve de mejor manera los problemas y conflictos que llegar a generarse.
- Los trabajadores se permiten plantearse metas personales.

3.7.1.2.3 Objetivos de la Capacitación.

- Calidad
- Productividad
- Salud y seguridad
- Desarrollo personal
- Prevención obsolescencias

3.7.2 Evaluación del Desempeño.

La evaluación del desempeño constituye una función esencial que de una u otra manera suele efectuarse en toda organización moderna. La evaluación del desempeño es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual.

Al evaluar el desempeño la organización obtiene información para la toma de decisiones: Si el desempeño es inferior a lo estipulado, deben emprenderse acciones correctivas; si el desempeño es satisfactorio, debe ser alentado. (Barcelo, 2017)

3.7.2.1 Beneficios de la Evaluación del Desempeño.

- Crear normas para el mejor comportamiento de los miembros de la organización.
- Informa la técnica y todos los aspectos que se van a evaluar y como va hacer calificado su productividad.
- Comunicas los todos los aspectos de las organizaciones y las mejoras que se van efectuar para su mejor funcionamiento.
- Conocer de las medidas efectuadas por el jefe para su mejor desempeño.

3.8 Remuneraciones y Obligaciones del Patrono.

Salario es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado.

3.8.1 Formas de Remuneración.

En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo. La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo. (Trabajo, 2012)

3.8.2 Obligaciones del Patrono.

- Celebrar un contrato de trabajo.
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 386.00 USD.
- Asumir el porcentaje (11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- A pagar una compensación por el salario digno.
- A pagar utilidades si la empresa tiene bene beneficios (ECUADORLEGALONLINE, 2018).

3.8.3 Obligaciones del Trabajador.

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Restituir al empleador materiales no usados y conservar en buen estado instrumentos y útiles de trabajo.
- Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor al señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o empleador.



- Observar buena conducta durante el trabajo.
 - Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
 - Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
 - Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores.
 - Guardar secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o que tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.
 - Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas impuestas por autoridades.
- (ECUADORLEGALONLINE, 2018)

3.9 Organigrama.

Es la representación gráfica de la estructura organizativa. El Organigrama es un modelo abstracto y sintomático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización. Desempeña un papel informativo, permitiendo que los integrantes de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales. Y como instrumento de análisis estructural. (LUCIDCHART, 2018)

3.9.1 Tipos de Organigrama.

Analítico. - Estos Organigramas nos permiten obtener información detallada de la organización y esta complementada con anexos y por escritos.

Generales. - Estos organigramas se enfocan a las áreas de mayor importancia.

Suplementarios. - Este organigrama nos da la información más detallada de la organización es el completarlo del analítico.

3.9.2 Importancia de los Organigramas.

Detectar fallas estructurales, representa gráficamente las unidades y relaciones estas se pueden observar en cualquier unidad o relación que corresponda con el tipo de actividad, función o autoridad. (LUCIDCHART, 2018)

3.10 Plan de Producción.

Tiene como objetivo hacer constar todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o a la prestación de servicios recogidos en el Plan de Empresa.

En el caso de desarrollo y producción, se debe comenzar considerando la duración de los trabajos de investigación y desarrollo que llevan a configurar totalmente el producto y las necesidades de inversión en equipo humano y de laboratorio, muestras, prototipos, etc., necesarios para desarrollar el producto final.

Por lo tanto, se describirán aspectos como la asignación de funciones en el proceso de desarrollo, los riesgos y dificultades inherentes al proceso, posibilidad de mejoras a corto y medio plazo del producto o en desarrollo de nuevos productos sinérgicos, los costes del proceso y los derechos de propiedad derivados del producto. (Cubillo, 2013)

3.11 Ubicación.

Se debe tener en cuenta diferentes aspectos como mano de obra, normativa medio ambiental, ventajas y desventajas de la empresa, proximidad a las materias primas, contar con una ubicación



accesible para los clientes, clima, competencia, facil expansión, modificación y organización del espacio, transporte y estructura de impuestos.

3.12 Layout.

Medio utilizado para distribuir eficazmente la planta, manteniendo orden en las áreas de trabajo y equipo de la Organización, debiendo ser de fácil comprensión para el empleador y útil para el empleado.

3.12.1 Objetivos de la Layout.

- Mejor utilización del espacio de la planta.
- Realizar las actividades de los trabajadores de una mejor manera.
- Mayor oportunidad de crecimiento de la planta.
- Mejora la comunicación de los trabajadores y el jefe.
- Incrementa el nivel de producción.
- Menos desecho de materia prima.

3.12.2 Procesos.

Representa la secuencia básica de los pasos o actividades que la empresa sigue para concebir, diseñar y llevar un producto al mercado. Muchas de estas tareas implican actividades intelectuales, en lugar de físicas. Algunas empresas definen y siguen un proceso de desarrollo preciso y detallado, mientras que otras tal vez ni siquiera puedan describir sus procesos.



Toda organización emplea un proceso diferente que el de las demás organizaciones; de hecho, la misma organización puede aplicar distintos procesos a diferentes grupos de productos. (B.CHASE, 2009)

3.12.2.1 Tipos de Procesos en una Empresa de Producción.

3.12.2.1.1 Procesos por Lotes.

Normalmente todas las empresas de producción se encuentran divididas por plantas de producción y cada una de ellas elabora una parte del producto terminado. El producto llega en cierto estado inicial y va recorriendo cada planta hasta verse completado.

3.12.2.1.2 Procesos Continuos.

En este caso se trata de procesos en donde una red de depósitos forma una serie que la materia prima debe recorrer para transformarse en el producto final (Quiminet, 2018)

3.12.2.1.3 Procesos en Cadena.

Varias personas realizan actividades dentro de la fábrica con ritmos precisos dependientes de los avances previos. Armandos una cadena que transporta el producto según su proceso. (Quiminet, 2018)

3.12.2.1.4 Procesos Tipo Proyecto.

Aquí la producción se desarrolla en un sitio específico que cumple con las condiciones adecuadas para el trabajo o que es el área a ser aprovechada. (Quiminet, 2018)



3.13 Plan Financiero y Estadístico.

Para estimar el potencial de contribución de un proyecto, se requiere analizar algunas variables económicas y contables.

Tabla 20 Análisis y evaluación de los proyectos de inversión

FASES	TAREAS
	CRITERIOS
IDEAS DE PROYECTOS SELECCIÓN PRELIMINAR	TAMAÑO DEL PROYECTO POTENCIAL ECONÓMICO
	ESTUDIOS
PREPARACIÓN DE ESTUDIOS TÉCNICO - ECONÓMICO	FLUJOS DE BENEFICIOS INVERSIONES VALORES RESIDUALES VIDAS ECONÓMICAS
	MÉTODOS
DETERMINACIÓN DE METODOLOGÍA DE TRABAJO	TIR VAN
	PARÁMETROS
ESTIMACIONES MACROECONÓMICAS	INFLACIÓN RIESGO DEL ENTORNO
	DECISIONES
SELECCIÓN FINAL	ACEPTACIÓN O RECHAZO PRIORIDADES RELACIONES CON ESTRATEGIAS GLOBAL
	PRESUPUESTO
ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	PROYECTOS ACEPTADOS, CRITERIOS ECONÓMICOS. PROYECTOS ACEPTADOS, CRITERIOS NO ECONÓMICOS

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Ing. Lesi Giler

3.14 Estudios Técnicos-Económicos.

3.14.1 Inversiones y Presupuestos.

Las inversiones bien sean a corto o a largo plazo, representan colocaciones que la empresa realiza para obtener un rendimiento de ellos o bien recibir dividendos que ayuden a aumentar el capital de la empresa. Las inversiones a corto plazo si se quiere son colocaciones que son prácticamente efectivas en cualquier momento a diferencia de las de largo plazo que representan un poco más de riesgo dentro del mercado. (UNAM)

Un presupuesto es un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. (Emprendepyme, 2018)

3.14.2 Vida Económica.

Referida generalmente a los equipos industriales, la vida económica de una máquina es aquella duración que desde el punto de vista económico a la empresa le resulta más conveniente, bien sea porque le reporta un valor actualizado neto (valor capital) máximo o un coste anual medio mínimo. Para la determinación de vida o duración óptima de un equipo industrial se han formulado numerosos modelos matemáticos, generalmente de naturaleza estadística o econométrica, que responden a situaciones económicas diversas. (Economía, 2018)

3.14.3 Métodos de Evaluación.

3.14.3.1 VAN (*Valor actual neto*).

Calcula el valor presente, el dinero que una inversión generará en el futuro, teniendo en cuenta que el valor real del dinero cambia con el tiempo, también se utiliza para determinar la rentabilidad del proyecto de inversión. (Actual, 2018)

Toda inversión cuyo Valor actual neto es >0 es rentable.

Este método entrega el valor actual de la productividad del proyecto, en otras palabras, este método nos entrega los ingresos actualizados. Para obtener el rendimiento se resta la inversión inicial.

La Fórmula del VAN es:

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

$Q1, Q2, \dots, Qn$ = Flujo de Efectivo por periodo

k = La tasa de descuento seleccionada

A = Inversión inicial

3.14.3.2 TIR (*Tasa interna de retorno*).

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Economipedia, Plan estretegico 2018, 2018)



$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1+r)^1} + \frac{Q2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+r)^n}$$

Q1, Q2,..., Qn =Flujos de efectivo por periodo

A= Inversión inicial

r=Tasa de descuento%

3.14.3.3 Flujo de Caja.

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Economipedia, 2018)

Podemos estimar los flujos de la empresa a través de un método que prevé directamente las entradas y salidas de caja; es el denominado método directo. (Economipedia, 2018)

Capítulo 4: Estudio Técnico y Financiero de la Propuesta

Propuesta para la Implementación.

En este capítulo se aplicará el mismo método técnico de investigación analítico sistemático, haciendo la propuesta de la implantación de nuevos productos generados de tela reciclada de una empresa textil, mediante un estudio de aplicación estadístico y principalmente financiero, de marketing, de gerencia y liderazgo de recurso humano. Dentro de la legislación que exige el Estado.

4.1 Plan Administrativo.

“Tfashion” es una empresa manufacturera, dedicada a la comercialización de prendas de vestir y accesorios en tela térmica, siendo dueño una persona natural el cual asume toda la responsabilidad de las actividades desarrolladas, de las pérdidas y ganancias que esta genere.

Para tal efecto en las bases del Servicio de Rentas Internas se encontrará con RUC de PN (persona natural) no obligada a llevar contabilidad en base a lo que establece la ley al respecto. Teniendo como obligaciones tributarias la declaración y pago mensual del IVA (impuesto al valor agregado) y la declaración y pago del Impuesto a la Renta.

4.2 Nombre de Fantasía.

“Tfashion”

4.3 Objetivo y Domicilio de la Empresa.

- “Tfashion” es una empresa textil que tiene el proyecto de implementar nuevos productos en base a tela reciclada.
- La empresa tiene su domicilio en el cantón Cañar - Ecuador.

4.4 Ubicación.



Imagen 3 Ubicación del emprendimiento

Fuente: Google Map

4.5 Administración.

Por motivo que la actividad comercial hasta la fecha y con base a la evaluación efectuada su dueño es responsable de la administración de la misma. En cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias estas serán efectuadas por una tercera persona conocedora del tema.

4.6 Capital.

El capital de trabajo \$750 y en maquinaria, planta y equipo \$5000 de la empresa textil “Tfashion”.



4.7 Misión.

Tfashion es un emprendimiento que pertenece al sector de la economía popular y solidaria, con talento humano altamente competitiva que produce y vende prendas de vestir térmicas. Para lo cual ha adoptado una estrategia para la mejora continua y la innovación diferenciadora que torna sostenible al emprendimiento. Utiliza tecnología de vanguardia, y lo hace con responsabilidad social empresarial para satisfacer a su mercado objetivo.

4.8 Visión.

En el 2021 Tfashion será una empresa líder reconocida en el mercado regional productora de bienes altamente competitivos en el mercado en condiciones de asumir desafíos asociativos, con niveles de sensibilidad ambiental y de respeto al género.

4.9 Objetivos.

4.9.1 Objetivo General.

Diseñar un modelo de negocio, en donde se reutilice los residuos de tela poliéster o térmica: “Tfashion”. Ubicado en el cantón Cañar, ciudad Cañar, Todo esto mediante la generación de emprendimientos productivos ecológicos, aportando a la reducción de emisiones netas y la generación de dividendos.

4.9.2 Objetivos específicos.

- Rastrear los aportes teóricos sobre el tema de investigación;
- Establecer mediante el estudio de mercado la competencia, la oferta y demanda
- Establecer la línea base de los factores críticos;



- Diseñar el plan de mejora continua y modelo de gerencia, que genere un desecho de entre el cero y cinco por ciento de residuos de tela.

4.10 Políticas.

- Ofrecer el producto terminado con la mejor calidad
- Tener la infraestructura adecuada de trabajo con la mejor maquinaria del mercado
- Brindar la confianza y respeto a todo el personal para que así toda la empresa camine de la mano
- Respetar los horarios de ingreso a la empresa
- Estudiar los reportes de ventas, inventarios y costos mensualmente
- Manejar el concepto del “Que el cliente siempre tiene la razón”
- Implementar personas con experiencia en la rama de la industria textil
- Desarrollar cada uno de los procesos establecidos para la producción
- No ingresar a los puestos de trabajo en estado de embriagues
- En fechas festivas incrementar promociones para todos los productos
- Brindar facilidades de pago a los intermediarios

4.11 Estrategias.

- La estrategia asumida en el presente modelo de negocio es la innovación basada en la mejora continua y reducción del impacto ambiental
- La diferenciación es otra estrategia potente que se sostiene en la calidad del talento humano comprometido
- Constante capacitación del personal que labora en la empresa

- Constar con la mejor maquinaria y tecnología
- Tener bajos niveles de rotación del personal
- Brindar ofertas en fechas de menor venta
- Mantener satisfechos a los clientes e intermediarios más antiguos de la empresa
- Tener la debida seguridad para el local utilizando un nivel avanzado de alarmas
- Innovar con diferentes productos de alta calidad

4.12 Marketing.

4.12.1 Producto.

La empresa textil “Tfashion” está creada para satisfacer la necesidad de vestimenta para climas fríos, mediante la oferta de la vestimenta en tela poliéster o también llamada tela térmica, siendo una empresa textil con un objetivo encaminado principalmente a evitar la contaminación, creando nuevos artículos mediante la reutilización de desechos de tela, que cabe recalcar no pueden ser vendidos a terceros para la generación de otros productos, siendo desechados en la basura común.

Esta empresa textil tiene por ubicación la Av. Ingapirca y El Vergel, con un horario de atención de lunes a domingos de 8h00 a 17h00. Todo esto se lleva acabo con un personal capacitado utilizando eficientemente los recursos.

La demanda de los productos de poliéster es cíclica, es decir tiene mayor demanda en diversas fechas y con la particularidad de que las ventas se desarrollan o generan en ferias y exposiciones, por lo que los nuevos productos deben adherirse a las ventas de las demás prendas de vestir de la empresa, continuando con este proceso de comercialización.



ROPA PARA MASCOTAS

Segmento del mercado: Perros de razas pequeñas entre 1 a 5 años.

Medidas: Largo espalda 20cm , contorno pecho 31 cm, contorno cuello 21cm.

ZAPATOS PARA BEBÉ

Segmento del mercado: Bebés entre 1 mes a un 1 año.

Medidas: Largo del pie va desde los 7,5 cm hasta 12 centímetros.

ALMOHADAS

Segmento del mercado: Personas entre los 15 y 80 años de edad , tanto hombres como mujeres.

Medidas: Largo de 70 a 90 20cm , ancho entre los 40 y 60 cm.

Ilustración 5 Productos a elaborarse detallados

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Investigación propia

4.12.2 Precio.

La determinación del precio de productos es una de las tareas más importantes y de mayor responsabilidad, ya que los mismos deben estar establecidos principalmente en consideración a los costos de fabricación, para posteriormente analizar a la competencia directa o indirecta con productos sustitutos.

Para este caso se han establecido los precios en base a la manufactura de prototipos, donde se consideró mano de obra, materiales, costos indirectos, etc., como se detalla a continuación:

Tabla 12 Componentes del costo y precio de venta al público

PRODUCTO	MATERIA PRIMA*	COSTOS INDIRECTOS	MANO DE OBRA	COSTO DE PRODUCCIÓN**	UTILIDAD \$	PVP
ZAPATOS DE BEBE	\$ 0.08	\$ 0.01	\$ 0.19	\$ 0.28	\$ 0.72	\$ 1.00
ALMOHADAS	\$ 0.57	\$ 0.01	\$ 0.32	\$ 0.90	\$ 1.60	\$ 2.50
ROPA PARA PERROS	\$ 0.16	\$ 0.01	\$ 0.77	\$ 0.95	\$ 2.05	\$ 3.00

* Datos obtenidos de la tabla 40, Materia Prima

** Datos obtenidos de la tabla 41, Total de unidades producidas al año, columna costo unitario

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Investigación Propia



Tabla 21 Precio de venta al público

PRODUCTO	PVP SIN IMPUESTOS
ZAPATOS DE BEBÉ	\$ 1
ALMOHADAS	\$ 2.50
ROPA PARA PERROS	\$ 3

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Tabla 12 Componentes del costo y precio de venta al público

4.12.3 Plaza.

Para establecer la plaza de los nuevos productos de tela reciclada se va a utilizar los siguientes componentes:

4.12.3.1 Canal.

Para la distribución de los productos de tela Tffashion se va emplear el canal de distribución directa que va hacer de la tienda de producción al consumidor final, pero también se enfocan en los intermediarios que son personas que compran el producto y luego lo venden con un margen de utilidad en otros lugares

4.12.3.2 Cobertura.

Para los productos de Tffashion tenemos la siguiente cobertura

Tabla 22 Cobertura

ZONA URBANA DEL CANTÓN CAÑAR	11.234
ZONA RURAL DEL CANTÓN CAÑAR	47.071
TOTAL	59.323

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: www.GADICCañar.com



4.12.3.3 Surtidos de Productos.

En la tienda Tfashion existen una gran cantidad de productos de tela poliéster o térmica de la cual se generan residuos los cual van a ser utilizados nuevamente para generar nuevos productos.

4.12.3.4 Ubicación.

Para beneficio de sus clientes la tienda Tfashion se encuentra ubicada en una zona central favoreciendo tanto a las personas que van a la feria libre como a la gente del centro del cantón por su cercanía.

4.12.4 Promoción.

La promoción de los nuevos productos de tela reciclada se va a enfocar a intermediarios ya que tienen un mayor consumo de esta clase de tela, pero también enfocados a los consumidores finales.

Para que una empresa tenga un nivel alto de ventas depende de una buena promoción de los productos que ofrecen informando de las características básicas de los productos y la ubicación de la empresa.

Tabla 23 Promociones para las diferentes épocas del año

PRODUCTO	PROMOCIÓN	PRECIO
ZAPATOS DE BEBÉ	Descuento del 50 % por cada compra de 3 ternos de dormir.	\$ 0.50
RAPA MASCOTAS	Descuento del 25 % los días domingos.	\$ 2.63
ALMOHADAS	Por la compra de 2 almohadas recibe la tercera con el 50 % de descuento.	\$1.50
CATÁLOGOS	Revistas donde contenga todos los productos con las diferentes tallas y precios que se ofrecen en la tienda.	
PÁGINA WEB	Creación de una página web para presentar todos los productos de la tienda, así como la creación de redes sociales para abarcar toda la atención del público.	

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

Fuente: Investigación Propia



4.13 Análisis de la Competencia.

Los precios de los productos se fijan mediante la orientación de existentes en el mercado, para este caso son productos de tela reciclada y no existe por el momento un competidor ofertando este tipo de productos (con tela térmica y reciclada), por tal motivo se han analizado a competidores que fabrican o comercializan productos similares de otros materiales (productos sustitutos).

Tabla 24 Análisis de la competencia

COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO
TELAS BENITES	ROPA DE MASCOTAS	\$4	ZAPATOS DE BEBÉ	\$2.50	ALMOHADAS	\$4
CONFECCIONES OTAVALO	ROPA DE MASCOTAS	\$5	ZAPATOS DE BEBÉ	\$2	ALMOHADAS	\$3
CONFECCIONES LOLITA	ROPA DE MASCOTAS	\$4	ZAPATOS DE BEBÉ	\$2	ALMOHADAS	\$3.50
PROMEDIO		\$ 4.33		\$ 2.16		\$3.50

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Investigación Propia

Tabla 25 Análisis de la competencia

PRODUCTOS	PRECIO PROMEDIO DE LA COMPETENCIA	PRECIO DE VENTA TFASHION	DIFERENCIA
ROPA DE MASCOTAS	\$ 4.33	\$ 3	\$ 1.33
ZAPATOS DE BEBÉ	\$ 2.16	\$ 1	\$ 1.16
ALMOHADAS	\$ 3.50	\$ 2.50	\$ 1.00

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández
Fuente: Investigación Propia

Por motivo de que son productos de tela reciclada no existe una competencia directa, pero se han analizado los productos sustitos los cuales se presentan con sus respectivos precios antes expuestos lo que indica que los productos T-fashion se encuentra con una ventaja que es los precios más económicos con referencia de sus posibles competidores.

4.14 Publicidad.

La publicidad emitida o emitida por cualquier medio de comunicación es consistente, objetiva, clara y completa generar recompra y persistencia.

El mensaje o anuncio se estudia meticulosamente para que no capte incorrectamente la información enviada y se realiza un análisis para determinar su efectividad. Está dirigida a clientes meta y potencial a nivel local, regional o nacional. Toda publicidad, medios empleados y alcance de la misma, pueden varias dependiendo del objetivo de la publicidad y el análisis económico.

Tabla 26 Publicidad

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
Fundas con el logo de Tfashion	100 unidades de fundas plásticas color blanco con las medidas de 23 por 28 cm.	\$ 3
Tarjetas de presentación	200 tarjetas de presentación de 7 por 5 cm.	\$ 5
Bolsas para épocas navideñas	70 bolsas para épocas navideñas de 12 por 10 cm de cartón.	\$ 7

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.14.1 Etiquetado y Empaquetado.



Imagen 4 Empaquetado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández



Imagen 5 Etiquetado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández



Imagen 6 Empaquetado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández



Imagen 7 Empaquetado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.14.2 Tarjeta de Presentación.



Imagen 8 Tarjeta de presentación

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.14.3 Marca y Registro.



Imagen 9 Marca y registro

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.14.4 Empaquetado Especial por Navidad.



Imagen 10 Etiquetado especial

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.15 Plan de recursos humanos.

4.15.1 Organigrama.

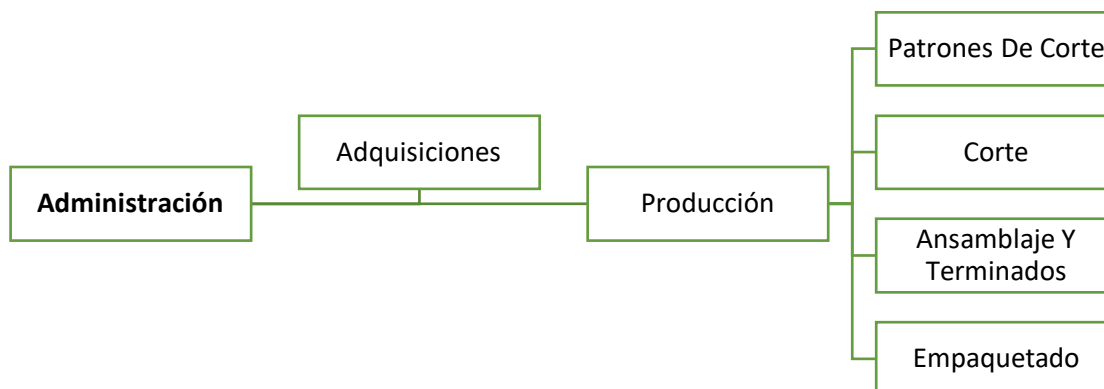


Ilustración 6 Organigrama

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.15.2 Recurso Humano.

El personal de trabajo es lo más importante en una empresa o sea que define el éxito que pueda llegar a tener una empresa, ya que si el personal tiene la motivación necesaria de parte del dueño de la empresa, esto llevará a efectuar un trabajo más eficaz, por lo tanto, es necesario que la empresa cuente con un manual de normas para poder manejar el personal adecuadamente. La empresa textil “Tfashion” cuenta con 4 trabajadores incluyendo al dueño el señor Jonathan Córdova.

4.16 Flujograma de Procesos

Un flujo grama, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujo grama consiste en



representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos. (Definición A, 2018)

Básicamente, el flujo grama hace que sea mucho más sencillo el análisis de un determinado proceso para la identificación de, por ejemplo, las entradas de los proveedores, las salidas de los clientes y de aquellos puntos críticos del proceso. (Definición A, 2018)

Normalmente, el flujo grama es empleado para: comprender un proceso e identificar las oportunidades de mejorar la situación actual; diseñar un nuevo proceso en el cual aparezcan incorporadas aquellas mejoras; facilitar la comunicación entre las personas intervinientes; y para difundir de manera clara y concreta informaciones sobre los procesos. (Definición A, 2018)

4.16.1 Flujograma de Procesos Para la Elaboración de Zapatos de Bebe.

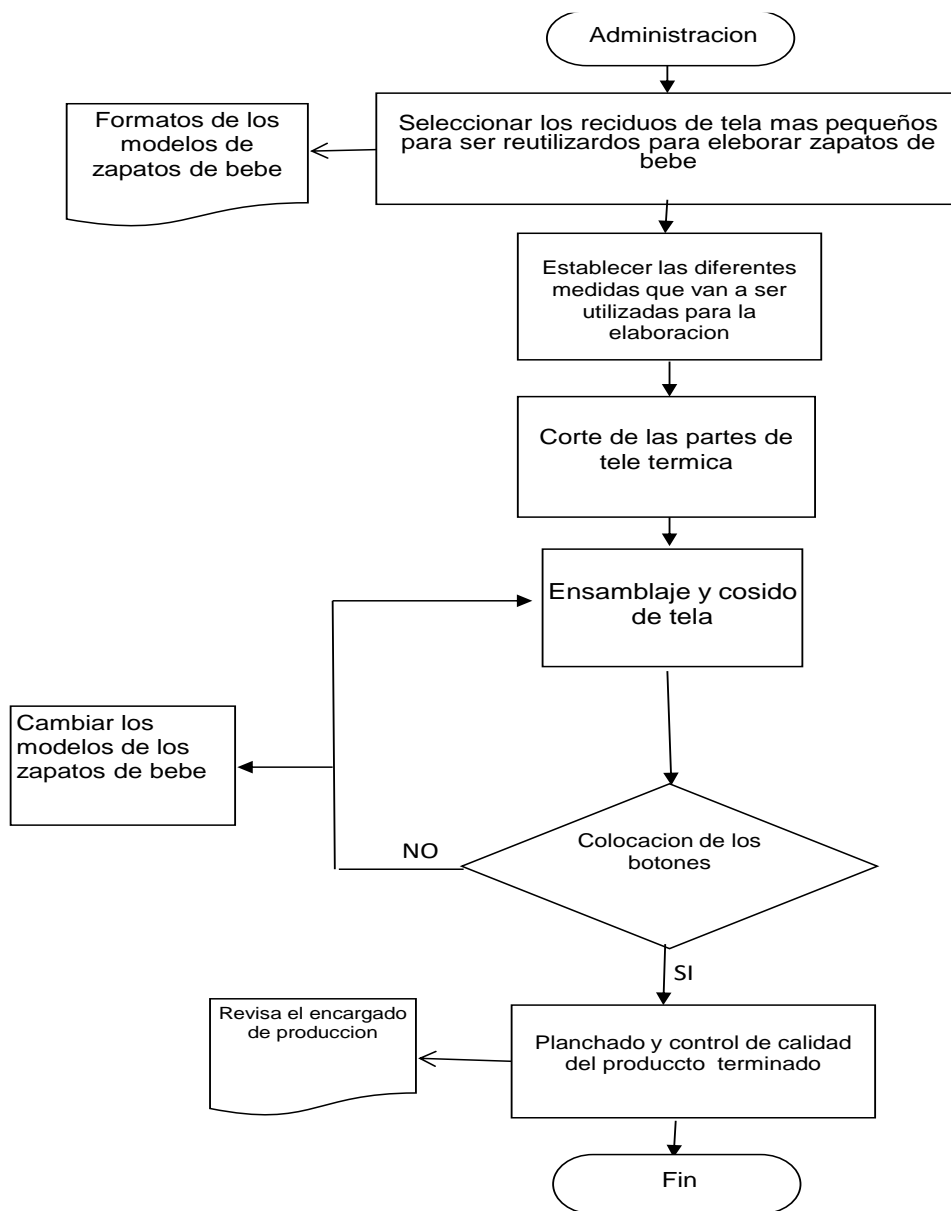


Imagen 11 Flujograma de procesos para la elaboración de zapatos de bebe

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.16.2 Flujoograma de Procesos Para la Elaboración de Almohadas.

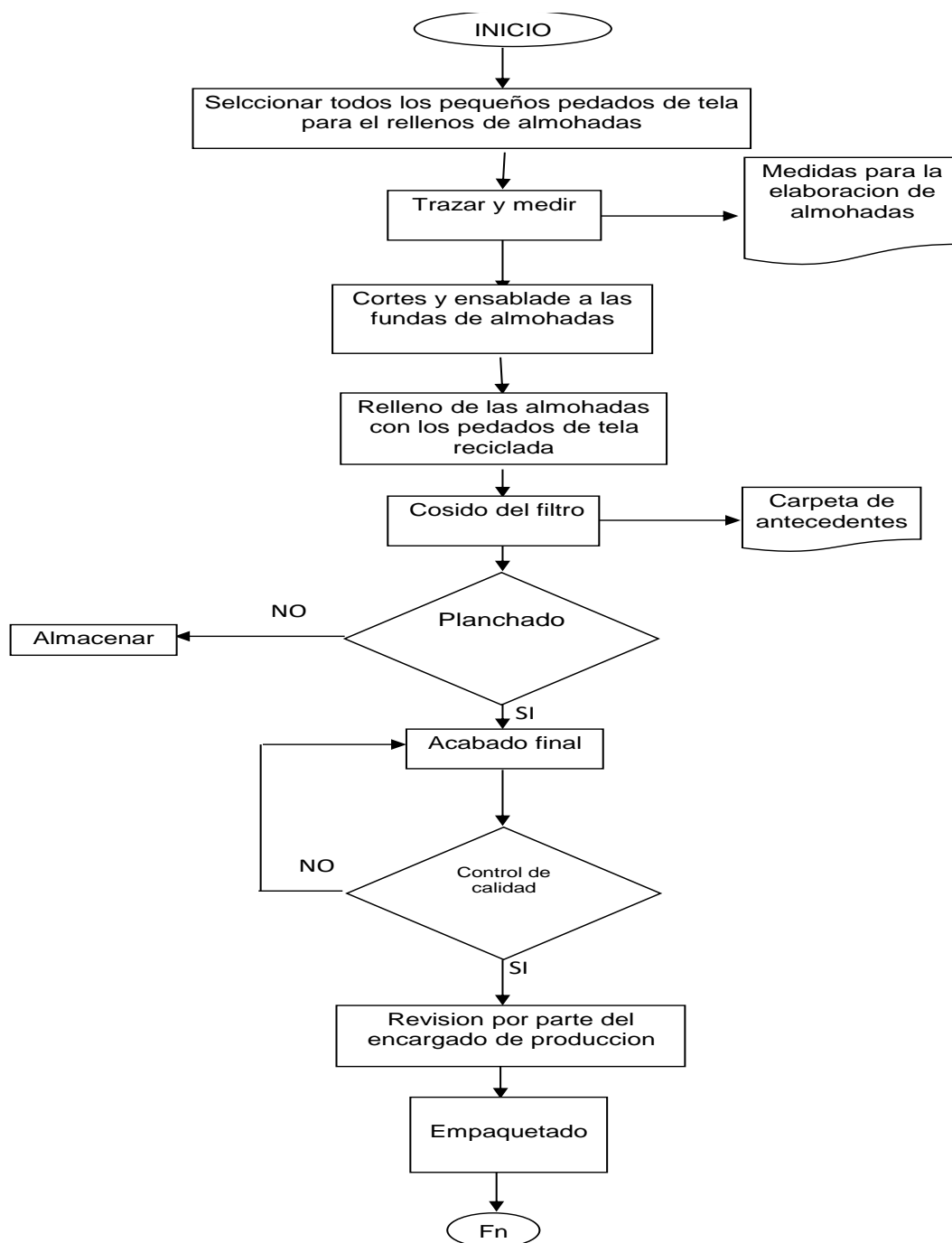


Imagen 12 Flujoograma de procesos para la elaboración de almohadas

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.16.3 Flujoograma de Procesos Para la Elaboración de Ropa para Mascotas.

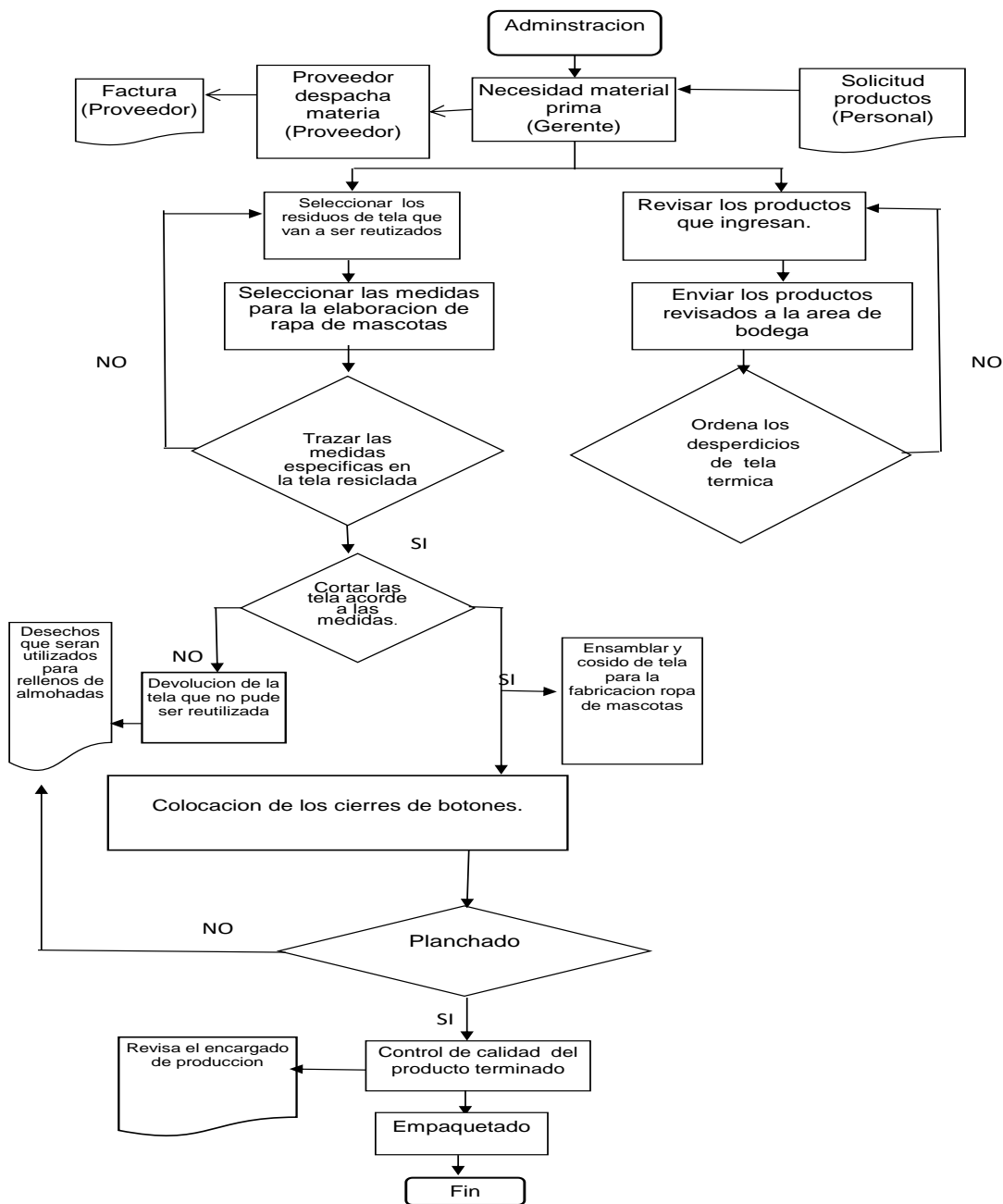


Imagen 13 Flujoograma de procesos para la elaboración de ropa para mascotas

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.17 Procesos.

4.17.1 Procesos Tipo Proyecto.

En la empresa textil “Tfashion” se emplea el método de procesos tipo proyecto debido de que aquí la producción se desarrolla en un sitio específico que cumple con las condiciones adecuadas para el trabajo o que es el área a ser aprovechada.

4.18 Diagramas de Procesos

Un diagrama de flujo de procesos (PFD) es un tipo de diagrama de flujo que ilustra las relaciones entre los principales componentes de una planta industrial. Se usa ampliamente en los ámbitos de ingeniería química e ingeniería de procesos, aunque sus conceptos a veces también se aplican a otros procesos. Se usa para documentar o mejorar un proceso o modelar uno nuevo. En función de su uso y contenido, también se puede denominar "diagrama de flujo de procesos", "diagrama de flujo de bloques", "diagrama de flujo esquemático", "diagrama de flujo macro", "diagrama de flujo vertical", "diagrama de tuberías e instrumentación", "diagrama de flujo de sistema" o "diagrama de sistema". Estos emplean un conjunto de símbolos y notaciones para describir un proceso. Los símbolos cambian en distintos lugares y los diagramas pueden variar desde simples garabatos trazados a mano o notas adhesivas hasta diagramas de aspecto profesional con información detallada expansible desarrollados mediante software.

4.19 Layout Actual.

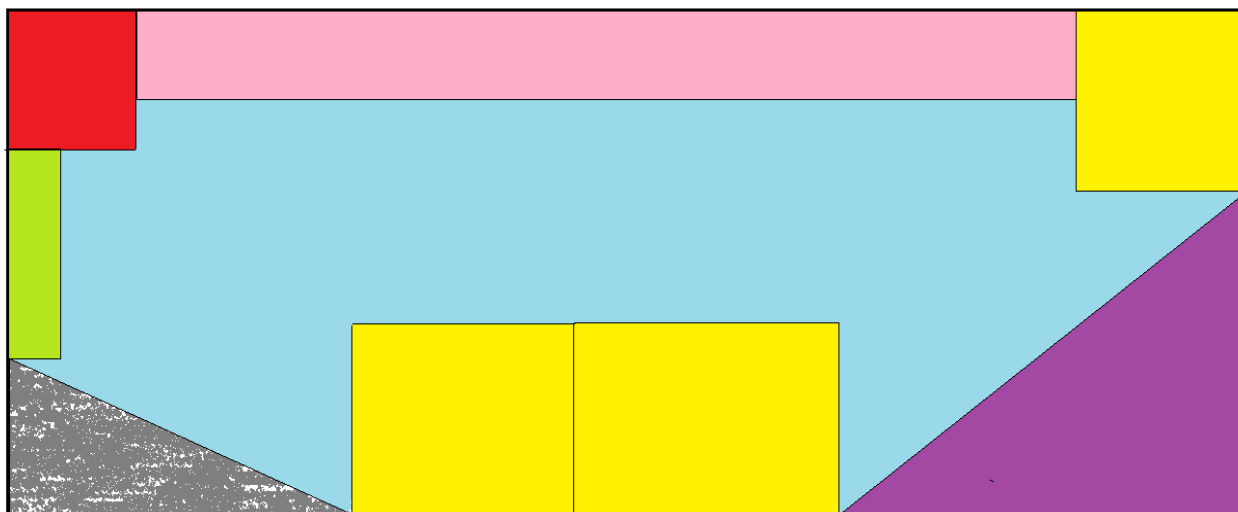


Imagen 14 Layout actual

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.19.1 Zonificación General Actual

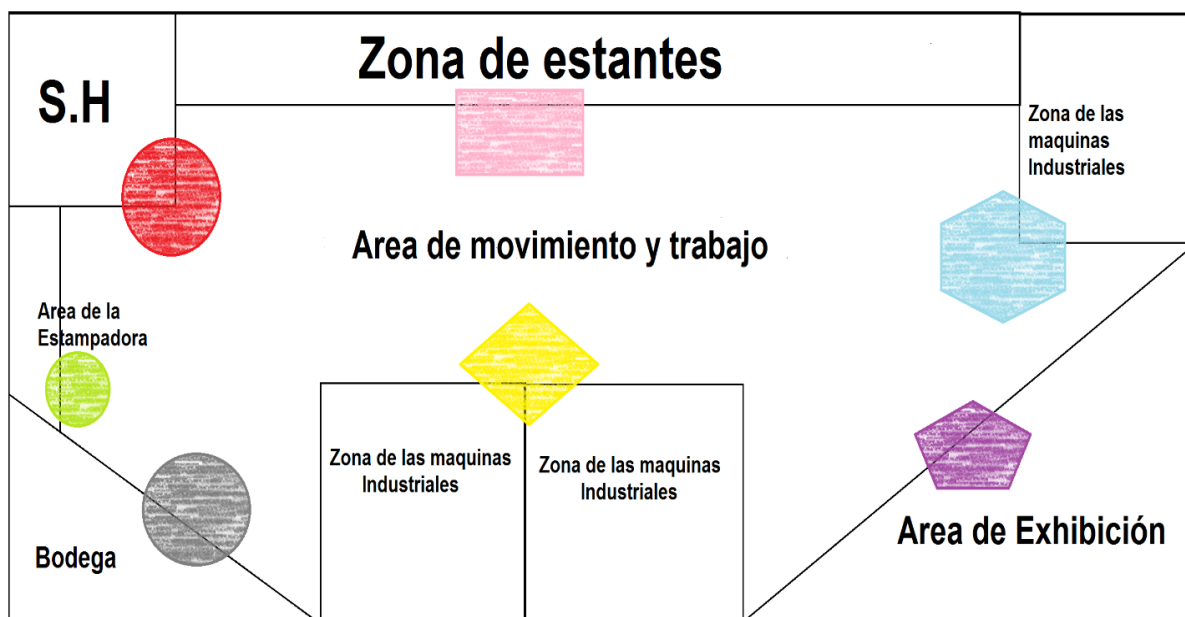


Imagen 15 Zonificación general actual

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.19.2 Zonificación de Accesos y Atención Actual.

Simbologías Zonas Generales y Accesos

	Zona de estantes
	Área de Movimiento y trabajo
	Zona de las maquinas Industriales
	Bodega
	Area de la estampadora
	Area de Exhibición
	Servicios Higiénicos

Ilustración 7 Zonificación de accesos y atención actual

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.20 Layout Mejorado.

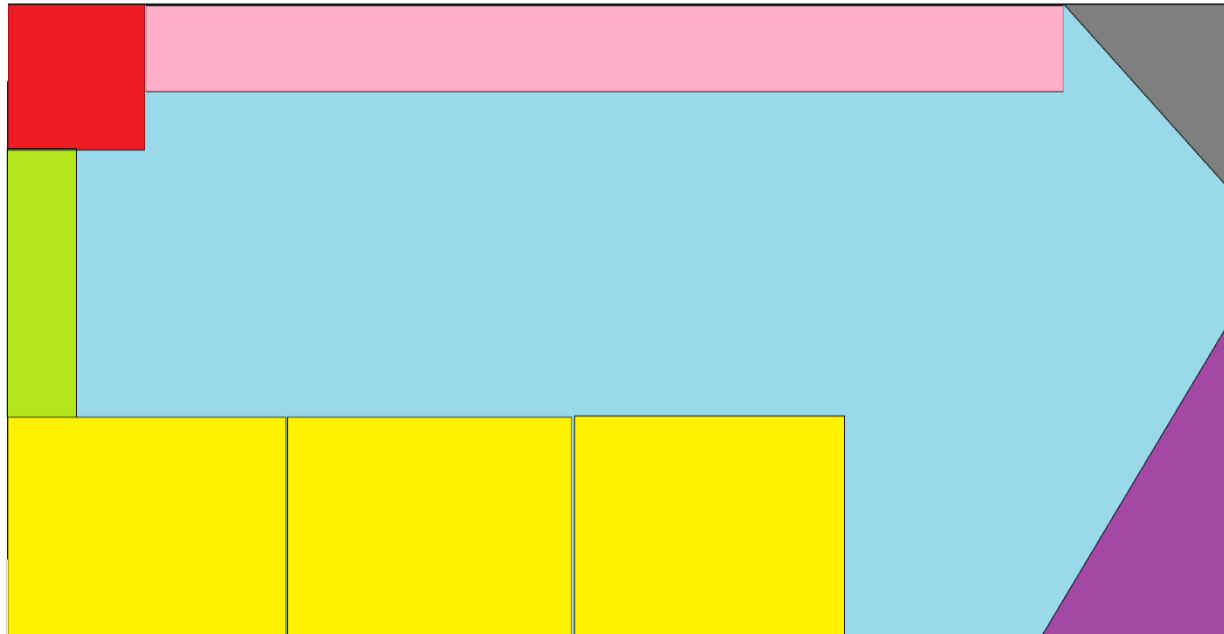


Imagen 16 Layout mejorado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.20.1 Zonificación General Mejorado.

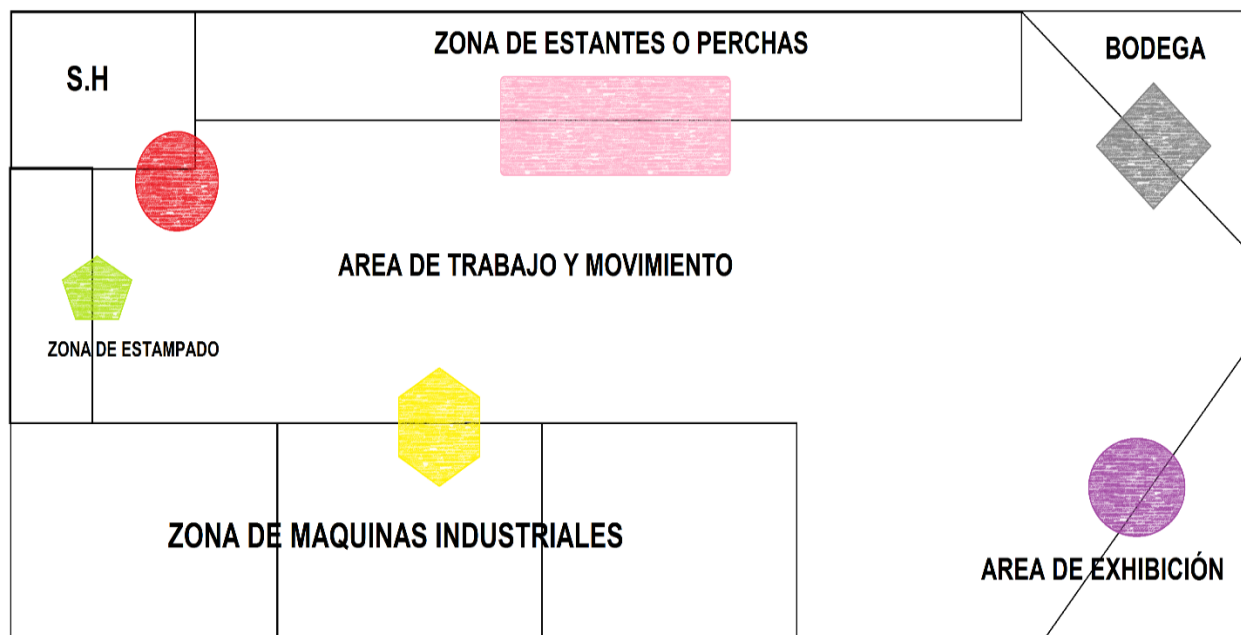


Imagen 17 Zonificación general mejorado

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.20.2 Zonificación de Accesos y Atención.

SIMBOLOGÍAS ZONAS GENERALES Y ACCESOS

	Zona de estantes
	Área de Movimiento y trabajo
	Zona de las máquinas Industriales
	Bodega
	Área de la estampadora
	Área de Exhibición
	Servicios Higiénicos

Ilustración 8 Zonificación de accesos y atención

Elaborado por: Telmo Andrés Morejón Fernández

4.21 Maquinaria



Cortadora marca Jack

Mecanismo de Placa Inferior
Placa Octogonal
Tamaño del Disco 4"
Corte De 25mm
Afilador Automático
Motor Eléctrico de Alto Desempeño

Alto
38 cm



2 Rectas Industriales Juki, es usada en todo tipo de tela, al ser una maquina universal su uso se da de acuerdo al modelo, por ejemplo, en el modelo pesado se aplica para la confeccion de Jeans, ropa de trabajo, etc. en el modelo estandar se aplica a tela liviana o en prendas como polos, camisas, etc.

Características:

Velocidad de 5500 puntadas por minuto(modelo estandar).

Velocidad de 4500 puntadas por minuto(modelo pesado)

Lubricacion automatica.

Codigo de aguja (DBX1#11~#14) en el standar y (DBX1#20~#23) en el pesado.



Maquina elasticadora 4 agujas Saga, puntada cadeneta para multiples aplicaciones.

Al tener 4 agujas con separación de 1/4 de pulgada entre aguja y aguja podrá hacer muchas combinaciones.

Equipado también con un puller dentado que es útil en algunas operaciones de corrugado.

Se usa muy bien para hacer pretinas anchas , pegado de cintas tipo tapete, pegado de elástico y un sin fin de aplicaciones

Lubricacion automatica.



Sublimadora Estampadora 82x38cm Grande Marca Blanca Press

Area de impresión 82 cm²

Rango de temperatura 0° a 300°

4.22 Proyección de Crecimiento del Cantón Cañar.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES 2010-2020

Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
110	OÑA	3,732	3,775	3,818	3,861	3,903	3,943	3,982	4,020	4,057	4,093	4,128
111	CHORDELEG	13,074	13,289	13,507	13,723	13,938	14,150	14,360	14,568	14,773	14,976	15,176
112	EL PAN	3,179	3,175	3,170	3,164	3,157	3,149	3,140	3,129	3,118	3,105	3,091
113	SEVILLA DE ORO	6,130	6,211	6,292	6,372	6,451	6,529	6,604	6,678	6,751	6,821	6,890
114	GUACHAPALA	3,553	3,588	3,623	3,656	3,689	3,720	3,750	3,780	3,807	3,834	3,859
115	CAMILO PONCE ENRIQUEZ	22,557	23,697	24,895	26,142	27,441	28,793	30,204	31,668	33,191	34,774	36,423
201	GUARANDA	95,720	97,124	98,519	99,897	101,253	102,586	103,884	105,153	106,387	107,590	108,763
202	CHILLANES	18,292	18,175	18,053	17,925	17,792	17,652	17,504	17,350	17,189	17,023	16,850
203	SAN JOSE DE CHIMBO	16,490	16,607	16,719	16,826	16,926	17,020	17,106	17,185	17,257	17,321	17,378
204	ECHUANDE	12,631	12,791	12,951	13,107	13,259	13,408	13,552	13,692	13,826	13,956	14,081
205	SAN MIGUEL	28,514	28,614	28,705	28,786	28,856	28,914	28,957	28,989	29,006	29,011	29,004
206	CALUMA	13,645	13,926	14,208	14,490	14,772	15,054	15,333	15,610	15,885	16,158	16,429
207	LAS NAVES	6,339	6,452	6,564	6,677	6,788	6,899	7,008	7,115	7,221	7,325	7,428
301	AZOGUES	73,407	74,698	76,003	77,310	78,615	79,917	81,212	82,497	83,770	85,030	86,276
302	BIBLIAN	21,883	22,090	22,296	22,499	22,697	22,889	23,074	23,253	23,423	23,586	23,741
303	CAÑAR	62,317	63,012	63,707	64,394	65,068	65,729	66,372	66,996	67,601	68,185	68,747
304	LA TRONCAL	56,646	58,477	60,361	62,288	64,256	66,266	68,317	70,401	72,523	74,678	76,872
305	EL TAMBO	9,899	10,143	10,391	10,643	10,897	11,153	11,413	11,673	11,935	12,198	12,462
306	DELEG	6,419	6,463	6,506	6,548	6,588	6,626	6,662	6,695	6,727	6,755	6,782
307	SUSCAL	5,243	5,365	5,490	5,615	5,742	5,870	5,998	6,128	6,257	6,387	6,516

Imagen 18 Proyección de crecimiento del cantón cañar.

Fuente: INEC 2010

El incremento de la población en el cantón Cañar es del 0,2% anual, lo que nos indica que los incrementos de nuestras ventas se van a estimar con base al crecimiento poblacional que es del 0,2% anual.



4.23 Financiero Técnico y Estadístico.

4.23.1. Detalle de tiempos dedicados para la producción por cada uno de los productos en cada actividad

PRODUCTOS

1. Zapatos para bebe
 2. Almohadas
 3. Ropa para perros
-

Tabla 27 Lista de productos



COSTOS	TIEMPO DEDICADO A LA ACTIVIDAD DE PRODUCCION									TOTAL
	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES CIERRRES	PLANCHADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	EMPAQUETADO	
PRODUCTO										
ZAPATOS DE BEBE										
MATERIA PRIMA										
TELA			100%							100%
HILO			70%		20%	10%				100%
MANO DE OBRA										
OPERARIO 1	39,00%	40,00%	10,00%		10,00%			1,00%		100%
CIF										
ENERGÍA ELÉCTRICA	X	X	X	X		X	X	X	X	
AGUA POTABLE							X			
LUBRICANTES			X							
AGUJAS			X		X	X				
TIZA	X									
CINTA MÉTRICA	X									
PRESENTACIÓN									X	
ARMADORES									X	

Tabla 28 Tiempo producción zapatos de bebe



COSTOS	TIEMPO DEDICADO A LA ACTIVIDAD DE PRODUCCION										TOTAL
	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES CIERRES	PLANCHADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	EMPAQUETADO		
PRODUCTO											
ROPA DE MASCOTAS											
MATERIA PRIMA											
TELA			100%								100%
BOTONES						100%					100%
CIERRES						100%					100%
HILO			70%		20%	10%					100%
MANO DE OBRA											
OPERARIO 1	31,25%	50,75%				18,00%					100%
CIF											
ENERGÍA ELÉCTRICA	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
AGUA POTABLE							X				
LUBRICANTES			X								
AGUJAS			X		X	X					
TIZA	X										
CINTA MÉTRICA	X										

Tabla 29 Tiempo producción ropa de mascotas



TIEMPO DEDICADO A LA ACTIVIDAD DE PRODUCCION

COSTOS	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES CIERRRES	PLANCHADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	EMPAQUETADO	TOTAL
MATERIA PRIMA										
TELA			100%							100%
CAROLA			100%							100%
HILO			70%		20%	10%				100%
MANO DE OBRA										
OPERARIO 1	20,25%	25,75%	38,00%	8,90%			3,20%	4,00%		100%
CIF										
ENERGÍA ELÉCTRICA	X	X	X	X		X	X	X	X	
AGUA POTABLE							X			
LUBRICANTES			X							
AGUJAS			X		X	X				
TIZA	X									
CINTA MÉTRICA	X									
PRESENTACIÓN									X	

Tabla 30 Tiempo producción almohadas

4.23.2. Detalle de tiempos dedicados para la actividad de producción por cada uno de los productos en Mano de obra

TIEMPO 1 DIA																
TIEMPO DEDICADO A CADA ACTIVIDAD																
COSTOS	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES, CIERRRES	PLANCHADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	EMPAQUETADO	TOTAL						
MANO DE OBRA										480						
ZAPATOS DE BEBE	50	70	40							160						
ALMOHADAS	30	40	70	10						150						
ROPA PARA PERROS	40	70	60							170						
CARGO	SUELDO	VALOR DIARIO	VALOR HORA	VALOR MINUTO	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD DE ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES, CIERRRES	PLANCHADO	EMPAQUETADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	TOTAL DÍA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
OPERARIO 1	\$386,00	\$12,87	\$ 1,61	\$0,0268056	\$3,22	\$4,83	\$4,56	\$ 0,27						\$12,87	\$51,47	\$617,60
												TOTAL				\$617,60

Tiempo dedicado por semana: 1 día (viernes, ya que se recolecta la materia prima que son los retazos o residuos de tela).

Tabla 31 Tiempo dedicado a cada actividad 1 día



TIEMPO 1 MES

TIEMPO DEDICADO A CADA ACTIVIDAD

COSTOS	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES, CIERRRES	PLANCHADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	EMPAQUETADO	TOTAL				
MANO DE OBRA										1920				
ZAPATOS DE BEBE	200	280	160							640				
ALMOHADAS	120	160	280	40						600				
ROPA PARA PERROS	160	280	240							680				
CARGO	SUELDO	VALOR DIARIO	VALOR HORA	VALOR MINUTO	TRAZAR Y MEDIR	CORTAR TELA	ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	CONTROL DE CALIDAD DE ENSAMBLAJE	COSIDO DE FILTRO	COLOCAR BOTONES, CIERRRES	PLANCHADO	EMPAQUETADO	CONTROL DE CALIDAD FINAL	TOTAL
OPERARIO 1	\$ 386,00	\$12,87	\$1,61	\$0,0268056	\$12,87	\$19,30	\$18,23	\$1,07						\$51,47

Tabla 32 Tiempo dedicado a cada actividad 1 mes



4.23.2.1. Rol de pagos

ROL DE PAGOS 2018											
CÓD	CARGO	NOMINA	SUELDO	TOTAL ANUAL	APORTE PERSONAL	XII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL ANUAL	MENSUAL
1	DUEÑO	Jonathan Cordova	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 623,70	\$ 550,00	\$ 385,00	\$ 275,00	\$ 550,00	\$8.983,70	\$ 748,64
2	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Tatiana Caceres	\$386,00	\$ 632,00	\$ 437,72	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 193,00	\$ 386,00	\$6.420,72	\$ 535,06
3	TRABAJADOR	Jhoana Quinteros	\$ 386,00	\$ 4.632,00	\$ 437,72	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 193,00	\$ 386,00	\$6.420,72	\$ 535,06
4	TRABAJADOR	Mayra Lopez	\$ 386,00	\$ 4.632,00	\$ 437,72	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 193,00	\$ 386,00	\$6.420,72	\$ 535,06
TOTAL GASTO										\$28.245,87	\$ 2.353,82

Tabla 33 Rol de pagos 2018

DATOS INFORMATIVOS	
APORTE PATRONAL	
\$	735,90
\$	516,47
\$	516,47
\$	516,47

Tabla 34 Datos informativos rol 2018



ROL DE PAGOS 2020											
CÓD	CARGO	NOMINA	SUELDO	TOTAL ANUAL	APORTE PERSONA L	XII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL ANUAL	MENSUAL
1	DUEÑO	Jonathan Cordova	\$ 577,50	\$6.930,00	\$ 654,89	\$ 577,50	\$ 385,00	\$ 288,75	\$ 577,50	\$ 9.413,64	\$ 784,47
2	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Tatiana Caceres	\$ 405,30	\$ 4.863,60	\$ 459,61	\$ 405,30	\$ 405,30	\$ 202,65	\$ 405,30	\$ 6.741,76	\$ 561,81
3	TRABAJADOR	Jhoana Quinteros	\$ 405,30	\$ 4.863,60	\$ 459,61	\$ 405,30	\$ 405,30	\$ 202,65	\$ 405,30	\$ 6.741,76	\$ 561,81
4	TRABAJADOR	Mayra Lopez	\$ 405,30	\$ 4.863,60	\$ 459,61	\$ 405,30	\$ 405,30	\$ 202,65	\$ 405,30	\$ 6.741,76	\$ 561,81
TOTAL GASTO										\$29.638,92	\$.469,91

Tabla 35 Rol de pagos 2020

DATOS INFORMATIVOS

APORTE PATRONAL

\$	772,70
\$	450,49
\$	450,49
\$	450,49

Tabla 36 Datos informativos rol 2020



Se cancela un valor de \$30 en el mes de Enero; el valor diario asciende a \$1

PROCESOS	DESCRIPCION	Kw/h	TIEMPO (horas)	Kw/h Consumido	Valor Kw/h Maquinaria	Alumbrado Kw/h	TOTAL VALOR Kw/h
TRAZAR Y MEDIR						\$ 0,078	\$ 0,08
CORTAR TELA						\$ 0,078	\$ 0,08
ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	Máquina de Coser	0,75	4	3	\$ 0,12	\$ 0,078	\$ 0,20
CONTROL DE CALIDAD Y ENSAMBLE						\$ 0,078	\$ 0,08
COSIDO DE FILTRO	Máquina de Coser	0,75	4	3	\$ 0,12	\$ 0,078	\$ 0,20
COLOCAR BOTONES Y CIERRES						\$ 0,078	\$ 0,08
PLANCHADO	Plancha	0,5	3	1,5	\$ 0,06	\$ 0,078	\$ 0,14
EMPAQUETADO						\$ 0,078	\$ 0,08
CONTROL DE CALIDAD FINAL						\$ 0,078	\$ 0,08
	TOTAL				\$ 0,30	\$ 0,70	\$ 1,00

Tabla 37 Valor de energía por día

Se cancela un valor de \$30 en el mes de Enero; el valor semanal asciende a \$7,50

PROCESOS	DESCRIPCION	Kw/h	TIEMPO (horas)	Kw/h Consumido	Valor Kw/h Maquinaria	Kw/h Alumbrado	TOTAL VALOR Kw/h
TRAZAR Y MEDIR						\$ 0,67	\$ 0,67
CORTAR TELA						\$ 0,67	\$ 0,67
ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	Máquina de Coser	0,75	20	15	\$ 0,60	\$ 0,67	\$ 1,27
CONTROL DE CALIDAD Y ENSAMBLE						\$ 0,67	\$ 0,67
COSIDO DE FILTRO	Máquina de Coser	0,75	20	15	\$ 0,60	\$ 0,67	\$ 1,27
COLOCAR BOTONES Y CIERRES						\$ 0,67	\$ 0,67
PLANCHADO	Plancha	0,5	12	6	\$ 0,24	\$ 0,67	\$ 0,91
EMPAQUETADO						\$ 0,67	\$ 0,67
CONTROL DE CALIDAD FINAL						\$ 0,67	\$ 0,67
TOTAL					\$ 1,44	\$ 6,06	\$ 7,50

Tabla 38 Valor de energía por semana



Se cancela un valor de \$30 en el mes de Enero; el valor mensual asciende a \$30

PROCESOS	DESCRIPCION	Kw/h	TIEMPO (horas)	Kw/h Consumido	Valor Kw/h Maquinaria	Kw/h Alumbrado	TOTAL VALOR Kw/h
TRAZAR Y MEDIR						\$ 2,73	\$ 2,73
CORTAR TELA						\$ 2,73	\$ 2,73
ENSAMBLAR Y COSIDO DE TELA	Máquina de Coser	0,75	120	90	\$ 3,60	\$ 2,73	\$ 6,33
CONTROL DE CALIDAD Y ENSAMBLE						\$ 2,73	\$ 2,73
COSIDO DE FILTRO	Máquina de Coser	0,75	120	90	\$ 3,60	\$ 2,73	\$ 6,33
COLOCAR BOTONES Y CIERRES						\$ 2,73	\$ 2,73
PLANCHADO	Plancha	0,5	90	45	\$ 1,80	\$ 2,73	\$ 4,53
EMPAQUETADO						\$ 2,73	\$ 2,73
CONTROL DE CALIDAD FINAL						\$ 2,73	\$ 2,73
	TOTAL				\$ 5,40	\$ 24,60	\$ 30,00

Tabla 39 Valor de energía por mes

TOTAL ANUAL \$360,00



4.23.2.2 Arriendo

ARRIENDO				
PRECIO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIA
\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 200,00	\$ 50,00	\$ 7,14

Tabla 40 Costo arriendo

ARRIENDO PARA LA FABRICACION DE PRODUCTOS DE TELA RECICLADA		
ANUAL	MENSUAL	DIA
\$ 342,86	\$ 28,57	\$ 7,14

Tabla 41 Costo arriendo producción de tela



4.23.2.3 Depreciaciones

MAQUINA INDUSTRIAL MARCA JUKY			
COSTO DEL BIEN	\$ 1.000	ANUAL	\$ 80,00
VALOR RESIDUAL	\$ 200	MENSUAL	\$ 6,67
AÑOS DE VIDA UTIL	10 AÑOS	DIARIO	\$ 0,22

Tabla 42 Depreciación maquina juky

MAQUINA INDUSTRIAL MARCA SAGA			
COSTO DEL BIEN	\$ 550	ANUAL	\$ 47,00
VALOR RESIDUAL	\$ 80	MENSUAL	\$ 3,92
AÑOS DE VIDA UTIL	10 AÑOS	SEMANTAL	\$ 0,98

Tabla 43 Depreciación maquina saga

PLANCHA			
COSTO DEL BIEN	\$ 250	ANUAL	\$ 40,00
VALOR RESIDUAL	\$ 50	MENSUAL	\$ 3,33
AÑOS DE VIDA UTIL	5 AÑOS	DIARIO	\$ 0,11

Tabla 44 Depreciación plancha 1

PLANCHA			
COSTO DEL BIEN	\$ 250	ANUAL	\$ 40,00
VALOR RESIDUAL	\$ 50	MENSUAL	\$ 3,33
AÑOS DE VIDA UTIL	5 AÑOS	SEMANTAL	\$ 0,83

Tabla 45 depreciación plancha 2



ESTAMPADORA MARCA BLANCO

COSTO DEL BIEN	\$ 9.000	ANUAL	\$ 720,00
VALOR RESIDUAL	\$ 1.800	MENSUAL	\$ 60,00
AÑOS DE VIDA UTIL	10 AÑOS	DIARIO	\$ 2,00

MAQUINA INDUSTRIAL MARCA JUKY

COSTO DEL BIEN	\$ 1.000	ANUAL	\$ 80,00
VALOR RESIDUAL	\$ 200	MENSUAL	\$ 6,67
AÑOS DE VIDA UTIL	10 AÑOS	DIARIO	\$ 0,22

Tabla 46 depreciación estampadora

Tabla 47 depreciación maquina industrial jucky

TOTAL DEPRECIACION ANUAL	\$ 1.007,00	2%*
TOTAL DEPRECIACION MENSUAL	\$ 83,92	
TOTAL DEPRECIACION DIARIO	\$ 4,37	TOTAL : 20,14

- El 2% es el prorrateo a utilizar para la actividad de productos adicionales

Tabla 48 Total depreciaciones



4.23.2.4 Materia Prima

MATERIA PRIMA													
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD DE TERNOS DE DORMIR A PRODUCIR	PRECIO TOTAL DEL ROLLO DE TELA	TIEMPO	CANTIDAD	DESPERDICIO DE TELA POR TERNO DE DORMIR	COSTO DEL DESPERDICIO POR TERNO DE DORMIR	TOTAL DESPERDICIO	TOTAL PRECIO DE DESPERDICIO DE TELA	TOTAL DIA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Rollo de Tela	\$110	18	\$ 220	2 dias	18 ternos de dormir	15 x 15 cm	\$ 0,15	0,00	\$ 2,70	\$ 8,10	\$ 32,40	\$388,80

* La materia prima se obtiene empezando del rollo de tela del cual se fabrican 18 ternos de dormir obteniendo como desperdicio 15 x 15 a un costo de 0.15 centavos multiplicado por los 18 nos da un valor de 2.70

Tabla 49 Materia prima

4.23.2.5 Costo de producción por año

AÑOS	UNIDADES A PRODUCIR AÑO														
	2018			2019			2020			2021			2022		
COSTO DE VENTAS	COSTO UNITARIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO POR AÑO	COSTO UNITARIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO POR AÑO	COSTO UNITARIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO POR AÑO	COSTO UNITARIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO POR AÑO	COSTO UNITARIO	UNID. PRODUCIDAS	COSTO POR AÑO
ZAPATOS DE BEBE	\$0,28	480	\$134,16	\$ 0,30	504	\$152,14	\$ 0,33	529,20	\$172,52	\$ 0,35	555,66	\$195,64	\$0,35	583,44	\$ 205,42
ALMOHADA	\$0,90	480	\$430,52	\$ 0,97	504	\$488,21	\$ 1,05	529,20	\$553,63	\$ 1,13	555,66	\$627,81	\$1,13	583,44	\$ 659,20
ROPA PARA PERRO	\$0,95	480	\$454,92	\$ 1,02	504	\$515,87	\$ 1,11	529,20	\$585,00	\$ 1,19	555,66	\$663,39	\$1,19	583,44	\$ 696,56

* El incremento de los costos de producción serán del 8% en base a lo observado como histórico en este sector.

Tabla 50 Total unidades a producir por año



COSTOS POR DÍA		COSTO ZAPATOS		COSTO AMOHADAS		COSTO ROPA PARA PERROS		
DESCRIPCIÓN	COSTOS DÍA	COSTOS	PORCENTAJE	COSTOS	PORCENTAJE	COSTOS	PORCENTAJE	
MANO DE OBRA	\$ 12,87	\$ 0,19	15%	\$ 0,32	25%	\$ 0,77	60%	100%
MATERIA PRIMA	\$ 8,10	\$ 0,08	10%	\$ 0,57	70%	\$ 0,16	20%	100%
CIF	\$ 0,27	\$ 0,01	20%	\$ 0,01	30%	\$ 0,01	50%	100%
TOTAL	\$ 21,24	\$ 0,28		\$ 0,90		\$ 0,95		
	\$ 21,24	\$ 2,79		\$ 8,97		\$ 9,48		

Tabla 51 Total mo,mp,cif

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	COSTOS INDIRECTOS	MANO DE OBRA	COSTO DE PRODUCCIÓN	UTILIDAD \$	PVP
ZAPATOS DE BEBE	\$ 0,08	\$ 0,01	\$ 0,19	\$ 0,28	\$ 0,72	\$ 1,00
ALMOHADAS	\$ 0,57	\$ 0,01	\$ 0,32	\$ 0,90	\$ 1,60	\$ 2,50
ROPA PARA PERROS	\$ 0,16	\$ 0,01	\$ 0,77	\$ 0,95	\$ 2,05	\$ 3,00

Tabla 52 Costo de producción, utilidad y pvp

4.24 Gastos Administrativos y de Ventas

DATOS

Unidades a producir : 30

Porcentaje equivalente : 2%

* Los Gatos administrativos y de ventas de los productos reciclados se generan en el 2 % de la producción total que es la elaboración de ternos de dormir

Tabla 53 Porcentaje de gastos administrativos

AÑO 2018	GASTOS ADMINISTRATIVOS 2018		GASTOS ADMINISTRATIVOS 2018		COSTO POR UNIDAD
	MENSUAL	ANUAL	ANUAL		
LUZ	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 7,20	\$ 0,24	
ARRIENDO	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 48,00	\$ 1,60	
AGUA	\$ 9,00	\$ 108,00	\$ 2,16	\$ 0,07	
CAPACITACION	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 1,20	\$ 0,04	
MANTENIMIENTO	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 3,60	\$ 0,12	
IMPREVISTOS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16	
TOTAL	\$ 299,00	\$ 3.588,00	\$ 71,76	\$ 2,39	

Tabla 54 Gastos administrativos 2018



AÑO 2018	GASTO DE VENTAS 2018					GASTO DE VENTAS 2018	
	ANUAL	ENERO- MARZO	ABRIL- JUNIO	JULIO-SEPT	OCT-DIC	ANUAL	COSTO UNITARIO
PUBLICIDAD	\$ 525,00	\$ 131,25	\$ 131,25	\$ 131,25	\$ 131,25	\$ 10,50	\$ 0,35
SUMINISTROS	\$ 180,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 3,60	\$ 0,12
INTERNET	\$ 240,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TELEFONO	\$ 84,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 21,00	\$ 1,68	\$ 0,06
TOTAL	\$ 1.029,00					\$ 20,58	\$ 0,69

Tabla 55 Gasto de ventas 2018

AÑO 2019	GASTOS ADMINISTRATIVOS 2019		GASTOS ADMINISTRATIVOS 2019	
	MENSUAL	ANUAL	ANUAL	COSTO UNITARIO
LUZ	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 7,20	\$ 0,24
ARRIENDOS	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 48,00	\$ 1,60
AGUA	\$ 9,00	\$ 108,00	\$ 2,16	\$ 0,07
CAPACITACION	\$ -	\$ -		
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 1,20	\$ 0,04
MANTENIMIENTO	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 3,60	\$ 0,12
IMPREVISTOS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TOTAL	\$ 279,00	\$ 3.348,00	\$ 66,96	\$ 2,23

Tabla 56 Gastos administrativos 2019



AÑO 2019	GASTO DE VENTAS 2019					GASTO DE VENTAS 2019	
	ANUAL	ENERO- MARZO	ABRIL- JUNIO	JULIO-SEPT	OCT-DIC	ANUAL	COSTO UNITARIO
PUBLICIDAD	\$ 500,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 10,00	\$ 0,33
SUMINISTROS	\$ 150,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 3,00	\$ 0,10
INTERNET	\$ 240,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TELEFONO	\$ 100,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 2,00	\$ 0,07
TOTAL	\$ 990,00					\$ 19,80	\$ 0,66

Tabla 57 Gastos de ventas 2019

AÑO 2020	GASTOS ADMINISTRATIVOS 2020		GASTOS ADMINISTRATIVOS 2020	
	MENSUAL	ANUAL	ANUAL	COSTO POR UNIDAD
LUZ	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 7,20	\$ 0,24
ARRIENDOS	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 48,00	\$ 1,60
AGUA	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 2,88	\$ 0,10
CAPACITACION	\$ -	\$ -		
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 7,00	\$ 84,00	\$ 1,68	\$ 0,06
MANTENIMIENTO	\$ 18,00	\$ 216,00	\$ 4,32	\$ 0,14
IMPREVISTOS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TOTAL	\$ 287,00	\$ 3.444,00	\$ 68,88	\$ 2,30

Tabla 58 Gastos administrativos 2020



AÑO 2020	GASTO DE VENTAS 2020					GASTO DE VENTAS 2020	
	ANUAL	ENERO-MARZO	ABRIL-JUNIO	JULIO-SEPT	OCT-DIC	ANUAL	COSTO UNITARIO
PUBLICIDAD	\$ 550,00	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 11,00	\$ 0,37
SUMINISTROS	\$ 185,00	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 3,70	\$ 0,12
INTERNET	\$ 240,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TELEFONO	\$ 100,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 2,00	\$ 0,07
TOTAL	\$ 1.075,00					\$ 21,50	\$ 0,72

Tabla 59 Gastos de ventas 2020

AÑO 2021	GASTOS ADMINISTRATIVOS 2021		GASTOS ADMINISTRATIVOS 2021	
	MENSUAL	ANUAL	ANUAL	COSTO POR UNIDAD
LUZ	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 7,20	\$ 0,24
ARRIENDO	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 48,00	\$ 1,60
AGUA	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 2,88	\$ 0,10
CAPACITACION	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 9,60	\$ 0,32
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 7,00	\$ 84,00	\$ 1,68	\$ 0,06
MANTENIMIENTO	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
IMPREVISTOS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TOTAL	\$ 329,00	\$ 3.948,00	\$ 78,96	\$ 2,63

Tabla 60 Gastos administrativos 2021



AÑO 2021	GASTO DE VENTAS 2021					GASTO DE VENTAS 2021	
	ANUAL	ENERO- MARZO	ABRIL- JUNIO	JULIO-SEPT	OCT-DIC	ANUAL	COSTO UNITARIO
PUBLICIDAD	\$ 550,00	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 137,50	\$ 11,00	\$ 0,37
SUMINISTROS	\$ 185,00	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 46,25	\$ 3,70	\$ 0,12
INTERNET	\$ 240,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TELEFONO	\$ 100,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 2,00	\$ 0,07
TOTAL	\$ 1.075,00					\$ 21,50	\$ 0,72

Tabla 61 Gastos de ventas 2021

AÑO 2022	GASTOS ADMINISTRATIVOS 2022		GASTOS ADMINISTRATIVOS 2022	
	MENSUAL	ANUAL	ANUAL	COSTO POR UNIDAD
LUZ	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 7,20	\$ 0,24
ARRIENDO	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 48,00	\$ 1,60
AGUA	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 2,88	\$ 0,10
CAPACITACION	\$ -	\$ -		
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 7,00	\$ 84,00	\$ 1,68	\$ 0,06
MANTENIMIENTO	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
IMPREVISTOS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 4,80	\$ 0,16
TOTAL	\$ 289,00	\$ 3.468,00	\$ 69,36	\$ 2,31

Tabla 62 Gastos administrativos 2022



AÑO 2022	GASTO DE VENTAS 2022				GASTO DE VENTAS 2022			
	ANUAL	ENERO- MARZO	ABRIL- JUNIO	JULIO-SEPT	OCT-DIC	ANUAL	COSTO UNITARIO	
PUBLICIDAD	\$ 200,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 4,00	\$ 0,13	
SUMINISTROS	\$ 100,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 2,00	\$ 0,07	
INTERNET	\$ 240,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 4,80	\$ 0,16	
TELEFONO	\$ 100,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 2,00	\$ 0,07	
TOTAL	\$ 640,00					\$ 12,80	\$ 0,43	

Tabla 63 Gastos de ventas 2022

4.25 Costos

DATOS	
Crecimiento esperado	: 5%
Incremento poblacional	: 0.2%
Tasa de inflación	: -0.14

Tabla 64 Datos costos

Los costos se proyectan en base al incremento promedio de los últimos 2 años que es el 5%

PERIODO	COSTOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
1. COSTOS FIJOS					
DEPRECIACION	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14	\$ 20,14
2. COSTOS VARIABLES					
MANO DE OBRA	\$ 617,60	\$ 617,60	\$ 648,48	\$ 648,48	\$ 648,48
MATERIA PRIMA	\$ 388,80	\$ 408,24	\$ 428,65	\$ 450,08	\$ 472,59
COSTOS DE VENTAS	\$ 20,58	\$ 19,80	\$ 21,50	\$ 21,50	\$ 12,80
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 71,76	\$ 66,96	\$ 68,88	\$ 78,96	\$ 69,36
COSTOS INDIRECTOS (C.VTAS + C. ADM)	\$ 92,34	\$ 86,76	\$ 90,38	\$ 100,46	\$ 82,16
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 1.098,74	\$ 1.112,60	\$ 1.167,51	\$ 1.199,02	\$ 1.203,23
3. COSTOS TOTALES	\$ 1.118,88	\$ 1.132,74	\$ 1.187,65	\$ 1.219,16	\$ 1.223,37

Tabla 65 Costos totales



4.26 Balance General

BALANCE INICIAL 2018			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
BANCOS	\$ 1.622,46	PASIVO	0,00
INVENTARIOS	\$ 273,38	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 1.895,84	PASIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
MAQUIARIA	\$ 12.050,00	CAPITAL	\$ 12.303,24
(-) DEP. ACUMULADA	\$ 20,14	UTILIDAD	1622,46
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 12.029,86	TOTAL PATRIMONIO	\$ 13.925,70
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 13.925,70	TOTAL DE PASIVOS MAS PATRIMONIO	\$ 13.925,70

Tabla 66 Balance general 2018

4.27 Ventas

El crecimiento de ventas para ropa de mascotas se establece en base a las expectativas del fabricante y comercializador, ya que actualmente no se tienen datos exactos sobre el crecimiento de la población de perros en la Cantón Cañar.

PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADAS EN BASE AL CRECIMIENTO POBLACIONAL

PERIODO	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (UNIDADES)	1440	1483	1527	1574	1622	7648
ZAPATOS DE BEBE	480	489	499	509	519	2497
ALMOHADAS	480	489	499	509	519	2497
ROPA PARA PERROS	480	504	529	555	583	2652
PRECIO UNITARIO	\$ 6,50	\$ 6,83	\$ 7,17	\$ 7,52	\$ 7,90	\$ 35,92
ZAPATOS DE BEBE	\$ 1,00	\$ 1,05	\$ 1,10	\$ 1,16	\$ 1,22	\$ 5,53
ALMOHADAS	\$ 2,50	\$ 2,63	\$ 2,76	\$ 2,89	\$ 3,04	\$ 13,81
ROPA PARA PERROS	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,31	\$ 3,47	\$ 3,65	\$ 16,58
VENTAS	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92	\$ 18.515,74
ZAPATOS DE BEBE	\$ 480,00	\$ 514,08	\$ 550,58	\$ 589,67	\$ 631,54	\$ 2.765,87
ALMOHADAS	\$ 1.200,00	\$ 1.285,20	\$ 1.376,45	\$ 1.474,18	\$ 1.578,84	\$ 6.914,67
ROPA PARA PERROS	\$ 1.440,00	\$ 1.587,60	\$ 1.750,33	\$ 1.929,74	\$ 2.127,54	\$ 8.835,20

Tabla 67 Presupuesto de ventas proyectadas



PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO EN BASE AL CRECIMIENTO ESPERADO DEL 5%						
PERIODO	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN (UNIDADES)	1440	1512	1588	1667	1750	7957
ZAPATOS DE BEBE	480	504	529	556	583	2652
ALMOHADAS	480	504	529	556	583	2652
ROPA PARA PERROS	480	504	529	556	583	2652
PRECIO UNITARIO	\$ 8,00	\$ 8,40	\$ 8,82	\$ 9,26	\$ 9,72	\$ 44,21
ZAPATOS DE BEBE	\$ 1,00	\$ 1,05	\$ 1,10	\$ 1,16	\$ 1,22	\$ 5,53
ALMOHADAS	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,31	\$ 3,47	\$ 3,65	\$ 16,58
ROPA PARA PERROS	\$ 4,00	\$ 4,20	\$ 4,41	\$ 4,63	\$ 4,86	\$ 22,10
VENTAS	\$ 3.840,00	\$ 4.233,60	\$ 4.667,54	\$ 5.145,97	\$ 5.673,43	\$ 23.560,54
ZAPATOS DE BEBE	\$ 480,00	\$ 529,20	\$ 583,44	\$ 643,25	\$ 709,18	\$ 2.945,07
ALMOHADAS	\$ 1.440,00	\$ 1.587,60	\$ 1.750,33	\$ 1.929,74	\$ 2.127,54	\$ 8.835,20
ROPA PARA PERROS	\$ 1.920,00	\$ 2.116,80	\$ 2.333,77	\$ 2.572,98	\$ 2.836,71	\$ 11.780,27

Tabla 68 Presupuesto de ventas proyectadas 5%



4.28 Inversión

CUADRO DE INVERSIONES

DETALLE	COSTO
PREINVERSION	\$ 60,00
ESTUDIOS	\$ 50,00
LOGISTICA	\$ 10,00
EQUIPAMIENTO	\$ 12.150,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 100,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 12.050,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 93,24
TOTAL	\$ 12.303,24

Tabla 69 Tabla de inversiones

4.29 Flujo Neto De Caja

DESCIPCIÓN	AÑOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN					
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92
RECUPERACIÓN POR VENTAS					
SUBTOTAL:					
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92
PAGOS A PROVEEDORES					
DIVIDENDOS					
GASTOS OPERATIVOS					
GASTOS FABRICACIÓN (SUELDOS- DEPREC. MTTO. ENERGÍA)	\$ 617,60	\$ 617,60	\$ 648,48	\$ 648,48	\$ 648,48
GASTOS ADMINISTRACIÓN (SUELDOS, OTROS GASTOS)	\$ 71,76	\$ 66,96	\$ 68,88	\$ 78,96	\$ 69,36
GASTOS DE VENTA (SUELDOS, DEPREC, COMBUST, MTTO)	\$ 20,58	\$ 19,80	\$ 21,50	\$ 21,50	\$ 12,80
SUBTOTAL:	\$ 709,94	\$ 704,36	\$ 738,86	\$ 748,94	\$ 730,64
SALDO OPERATIVO	\$ 2.410,06	\$ 2.682,52	\$ 2.938,50	\$ 3.244,65	\$ 3.607,28
FLUJO ACTIVIDADES DE INVERSIÓN					
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS					
FLUJO POR ACTIVIDADES FINANCIAMIENTO					
PRÉSTAMO BANCARIO					
(-) PAGO CAPITAL E INTERÉS (PRÉSTAMOS)					
SALDO NETO	\$ 2.410,06	\$ 2.682,52	\$ 2.938,50	\$ 3.244,65	\$ 3.607,28

Tabla 70 Flujo neto de caja

4.30 Flujo De Producción

Incremento del 5% cada año

FLUJO DE PRODUCCIÓN															
DESCRIPCION	PERIODO 2018			PERIODO 2019			PERIODO 2020			PERIODO 2021			PERIODO 2022		
	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO
ZAPATOS DE BEBE	10,00	40,00	480	10,50	42	504	11,03	44,10	529,2	11,58	46,31	555,66	12,16	48,62	583,443
ALMOHADAS	10,00	40,00	480	10,50	42	504	11,03	44,10	529,2	11,58	46,31	555,66	12,16	48,62	583,443
ROPA PARA PERROS	10,00	40,00	480	10,50	42	504	11,03	44,10	529,2	11,58	46,31	555,66	12,16	48,62	583,443
TOTAL	30	120	1440	31,50	126	1512	33,08	132,3	1587,6	34,73	138,915	1666,98	36,47	145,860	1750,329

Tabla 71 Flujo de producción 5%

Índice de crecimiento del 10%

FLUJO DE PRODUCCIÓN															
DESCRIPCION	PERIODO 2018			PERIODO 2019			PERIODO 2020			PERIODO 2021			PERIODO 2022		
	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO
ZAPATOS DE BEBE	10,00	40,00	480	11,00	44	528	12,10	48,40	580,8	13,31	53,24	638,88	14,64	58,56	702,768
ALMOHADAS	10,00	40,00	480	11,00	44	528	12,10	48,40	580,8	13,31	53,24	638,88	14,64	58,56	702,768
ROPA PARA PERROS	10,00	40,00	480	11,00	44	528	12,10	48,40	580,8	13,31	53,24	638,88	14,64	58,56	702,768
TOTAL	30	120	1440	33,00	132	1584	36,30	145,2	1742,4	39,93	159,72	1916,64	43,92	175,692	2108,304

Tabla 72 Flujo de producción 10 %

** El impuesto a la renta se calcula como persona natural no obligada a llevar contabilidad, por consiguiente, al no llegar a la base gravada (11270 para 2018) no genera un impuesto causado y por ende impuesto a pagar.

4.31 Estado De Perdidas Y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL INGRESOS	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92
INGRESOS	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92
TOTAL DE VENTAS	\$ 3.120,00	\$ 3.386,88	\$ 3.677,36	\$ 3.993,59	\$ 4.337,92
TOTAL GASTOS	\$ 1.211,22	\$ 1.219,50	\$ 1.278,03	\$ 1.319,62	\$ 1.305,53
COSTO DE VENTA	\$ 1.118,88	\$ 1.132,74	\$ 1.187,65	\$ 1.219,16	\$ 1.223,37
GTOS.TOTAL	\$ 92,34	\$ 86,76	\$ 90,38	\$ 100,46	\$ 82,16
GTOS.ADMINISTRACIÓN	\$ 71,76	\$ 66,96	\$ 68,88	\$ 78,96	\$ 69,36
GTOS. VENTAS	\$ 20,58	\$ 19,80	\$ 21,50	\$ 21,50	\$ 12,80
GTOS.FINANCIEROS					
PERDIDA DEL EJERCICIOS	\$ 1.908,78	\$ 2.167,38	\$ 2.399,33	\$ 2.673,96	\$ 3.032,39
(-)15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ 286,32	\$ 325,11	\$ 359,90	\$ 401,09	\$ 454,86
UTILIDAD ANTES DE IMP.	\$ 1.622,46	\$ 1.842,27	\$ 2.039,43	\$ 2.272,87	\$ 2.577,53
IMPUESTO **					
UTIL.DESPUES DE IMP.	\$ 1.622,46	\$ 1.842,27	\$ 2.039,43	\$ 2.272,87	\$ 2.577,53
UTILIDAD NETA	\$ 1.622,46	\$ 1.842,27	\$ 2.039,43	\$ 2.272,87	\$ 2.577,53

Tabla 73 Estado de pérdidas y ganancias

4.32 TIR Y VAN

FLUJO DE INGRESO		FLUJOS DE EGRESOS		FLUJO DE EFECTIVO NETO	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	\$ 3.120,00	1	\$ 1.118,88	1	\$ 2.001,12
2	\$ 3.386,88	2	\$ 1.132,74	2	\$ 2.254,14
3	\$ 3.677,36	3	\$ 1.187,65	3	\$ 2.489,71
4	\$ 3.993,59	4	\$ 1.219,16	4	\$ 2.774,42
5	\$ 4.337,92	5	\$ 1.223,37	5	\$ 3.114,55

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

FORMULACION DE DATOS

F1	\$ 2.001,12	$TIR = -A + \frac{Q1}{(1+r)^1} + \frac{Q2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+r)^n}$
F2	\$ 2.254,14	
F3	\$ 2.489,71	
F4	\$ 2.774,42	
F5	\$ 3.114,55	
N	5 AÑOS	VAN= \$15.131,53
IO	\$ 5.750,00	TIR= 31%

Tabla 74 TIR y VAN



4.33 Punto de equilibrio

Cabe indicar que la actividad evaluada en el presente trabajo de titulación, tiene como principal objetivo la eliminación del desecho en basura común de residuos los retazos de tela que se generan de la principal producción de su producto estrella. Y a su vez el generar un beneficio económico, mediante la utilización de productos secundarios a ser comercializados.

Se han determinado que los desechos generados a la semana se producirán un número determinado de piezas por cada sub producto propuesto, ya que con el material existente solo se pueden fabricar unidades fijas siendo 480 unidades al año por cada uno.



4.34 Conclusiones

Rastrear los aportes teóricos sobre el tema de investigación y Establecer la línea base de los factores críticos:

Para 2012, la generación de residuos en el Ecuador era de 406,8 Kg per cápita al año, actualmente es de 4,06 millones de toneladas métricas al año y del 0,4 kg per cápita. Se estima que para el año 2017 el país generará 5,4 millones de toneladas métricas anuales, los residuos de material textil potencialmente reciclables son el 13.4%. Actualmente según datos de Ministerio de Ambiente el país cuenta con 50 nuevas industrias dedicadas al reciclaje (plástico, metales, cartón, telas, químicos, entre otros.), la inversión realizados por estas ascienden a USD 60 millones, permitiendo reciclar un poco más de 80 mil toneladas de materiales al año, aportando a la economía local USD 55 millones. (Ekos, 2014). En la encuesta realizada a 6 empresas fabricantes de productos textiles en la ciudad de Cuenca y Cañar, se evidencio que solo 1 recicla sus residuos.

Establecer mediante el estudio de mercado la competencia, la oferta y demanda:

Actualmente en la ciudad de Cañar no existe competencia directa en este tipo de actividad productiva en confección utilizando tela térmica y menos aun realizando productos en base a residuos de este material. La competencia detectada en este tipo de actividad se deriva de empresas de otras ciudades que llegan con las ferias a realizarse en semanas de festividades, feriados, navidades, etc. Cabe indicar que la competencia no genera productos reutilizando retazos de este tipo de tela.

Diseñar el plan de mejora continua y modelo de gerencia, que genere un desecho de entre el cero y cinco por ciento de residuos de tela.



Los residuos generados llegarán a cero, ya que semanalmente se fabricarán 3 sub productos siendo estos, Zapatos de bebe, ropa para mascotas y almohadas (material reciclado cuerpo externo y relleno). Utilizando y día semanal para esta actividad.

Se rediseña el layout de la planta de producción, para generar un flujo correcto de procesos y con ello, reducir los tiempos muertos y descoordinación en la línea de producción.

En el capítulo 4 se determina el plan estratégico y financiero para el desarrollo de la actividad complementaria, utilizando eficientemente los insumos financieros, humanos, tecnológicos y de maquinaria que ya se tiene. Llegando a cumplir con el objetivo de reducir los desperdicios y residuos hasta llegar a cero residuos y por ende no aportar a la contaminación del entorno.



4.35 Recomendaciones

Se recomienda que el propietario y fabricante de estos productos obtenga la calificación emitida por la Junta Nacional de la Defensa del Artesano (JNDA), para que sus productos graven tarifa 0% de IVA, y sea más competitivo a nivel nacional.

Se recomiendo tomar cursos de diseño y realizar benchmarking y lograr mejorar en todas las áreas que engloba la actividad de manufactura de estos productos.

Legalizar su actividad ante Servicio de Rentas Internas y el municipio, con el objetivo de eliminar el riesgo de ser sancionado y multado por el incumplimiento de la normativa y leyes vigentes para el efecto

Bibliografía

ABC, D. (17 de Diciembre de 2017). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:

<https://www.definicionabc.com/economia/textil.php>

Actual, E. (11 de Enero de 2018). *Empresa Actual*. Obtenido de Empresa Actual:

<https://www.empresaactual.com/escuela-financiera-el-valor-actual-neto-van-o-npv/>

Acuña, G. (2001). *Gestión ambientalmente adecuada de residuos urbanos en América Latina:*

un enfoque de política integral. . Mexico: Desafíos e innovaciones en la gestión

ambiental: actas del Seminario Internacional Experiencia Latinoamericana en Manejo

Ambiental.

aite. (2017). historia y actualidad. *aite*, 3.

B.CHASE, R. (2009). *Administracion de operaciones*. Mexico: Educacion.

Barcelo, J. C. (2017). La evaluación del desempeño laboral y la gestión de RRHH. *Business*

School, 3-5.

Comercio, E. (24 de marzo de 2015). El reciclaje en los hogares del país creció en los últimos

cinco años. *El Comercio*, pág. 3.

ConceptoDefinicion. (08 de Enero de 2018). *ConceptoDefinicion*. Obtenido de

ConceptoDefinicion: <http://conceptoDefinicion.de/publicidad/>

COOTAD. (14 de MARZO de 2018). *CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL*.

Obtenido de CODIGO ORGANICO ORGANIZACION TERRITORIAL:

http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

Cubillo, M. B. (2013). Plan de producción. *Terrasa*, 1-2.

Definicion A, B. (29 de ABRIL de 2018). *Definicion A,B,C*. Obtenido de Definicion A,B,C:

<https://www.definicionabc.com/?s=Flujograma#resultados>

Definicion, C. (03 de Enero de 2018). *Concepto Definicion*. Obtenido de Concepto Definicion:

<http://conceptodefinicion.de/gerencia/>

DefinicionABC. (17 de Diciembre de 2017). *DefinicionABC*. Obtenido de DefinicionABC:

<https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/contaminacion.php>

economía, L. g. (09 de Enero de 2018). *La gran enciclopedia de economía*. Obtenido de La gran enciclopedia de economía:

<http://www.economia48.com/spa/d/intermediario/intermediario.htm>

Economía, L. g. (11 de Enero de 2018). *La gran Enciclopeia de Economía*. Obtenido de La gran

Enciclopeia de Economía: <http://www.economia48.com/spa/d/vida-economica/vida-economica.htm>

Economipedia. (12 de Enero de 2018). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Economipedia. (12 de Enero de 2018). *Plan estretegico 2018*. Obtenido de Tasa interna de retorno: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Ecoticias. (2016). ? Que hace el mundo con la basura? *Econoticias*, 3.

ECUADORLEGALONLINE. (2 de FEBRERO de 2018). *DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y EMPREADO*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>

Ekos. (2014). zoom al rector del recclaje. *Ekos*, 2-5.

ekos. (2017). Industria textil. *ekos*, 2-3.

Emprende pyme. (02 de Enero de 2018). Obtenido de *Emprende pyme*:

<https://www.emprendepyme.net/las-habilidades-gerenciales.html>

Emprendepyme. (10 de Enero de 2018). *Emprendepyme*. Obtenido de *Emprendepyme*:

<https://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>

España, L. n. (2015). Alergia a la ropa, ¿existe? *La nueva España*, 2.

FeríasInfo. (2016). Marketing de productos. *FeríasInfo*, 2-4.

INEC. (2014). *Módulo de Información Ambiental en Hogares 2014*. Quito: castilla postal.

Inforeciclaje. (2014). Reciclaje de ropa. *Inforeciclaje* , 23.



Inforecliaje. (17 de Noviembre de 2017). *Inforecliaje*. Obtenido de Inforecliaje:

<http://www.inforeciclaje.com/que-es-reciclaje.php>

Kotler, P. (2001). *Dirección del marketing*. Mexico: Pearsllon Educacion.

León, M. D. (5 de mayo de 2014). *Prezy*. Obtenido de Prezy: <https://prezi.com/1qm-5wkfo4is/la-contaminacion-de-la-industria-textil/>

LUCIDCHART. (2018). *LUCIDCHART*. Obtenido de LUCIDCHART:

<https://www.lucidchart.com/pages/es/qu%C3%A9-es-un-organigrama>

Marketing-free. (21 de Diciembre de 2017). *Marketing-free*. Obtenido de Marketing-free:

<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

McCarthy, J. (03 de Enero de 2018). *Marketing-Free*. Obtenido de Marketing-Free:

<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

Mintecon. (08 de Enero de 2018). *Mintecon*. Obtenido de Mintecon:

<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/05/funcion-de-recursos-humanos-en-una-empresa/>

Mundo, E. (12 de Mayo de 2017). *El Mundo*. Obtenido de El Mudo:

<http://www.elmundo.es/salud/2016/05/12/57337e6ce2704e51668b4622.html>

Nacional, H. (2014). *Ley de Compañías*. Quito: eSilec Profesional.

Ojeda, I. M. (02 de Enero de 2018). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:

<https://es.slideshare.net/wilsonvelas/sociedades-o-compaas>

Porto, J. P. (02 de Enero de 2018). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de:

<https://definicion.de/empresa/>

pyme, E. (01 de Enero de 2018). *Emprende pyme*. Obtenido de Emprende pyme:

<https://www.emprendepyme.net/las-habilidades-gerenciales.html>

pyme, E. (05 de Enero de 2018). *Emprende pyme*. Obtenido de Emprende pyme:

<https://www.emprendepyme.net/las-habilidades-gerenciales.html>

Quiminet. (09 de Enero de 2018). *Quiminet*. Obtenido de Quiminet:

<https://www.quiminet.com/empresas/procesos-en-cadena-y-tipo-proyecto-2746405.htm>

red, E. e. (12 de Diciembre de 2017). *Empresarios en red*. Obtenido de Empresarios en red:

<https://www.empresariosenred.cl/capacitate/articulos/tributario-y-legal/tributario/diferencias-y-ventajas-persona-natural-y-persona>

Rendón, C. L. (2016). PLAN DE NEGOCIOS, PLAN. *Charlas Camara*, 3-6.

Repaveca. (17 de Noviembre de 2017). *Repaveca*. Obtenido de Repaveca:

<http://www.repaveca.com.ve/index.php/biblioteca/item/396-reducir-reutilizar-y-reciclar>

Salazar, I. (12 de Enero de 2018). *Ingenieria Industrial*. Obtenido de Ingenieria Industrial:

<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/producci%C3%B3n/an%C3%A1lisis-del-punto-de-equilibrio/>

ShareAmerica. (2015). Reducir, reutilizar, reciclar. Repetir. *ShareAmerica*, 4.

SRI. (05 de Enero de 2018). *Registro unico de contribuyentes (RUC)*. Obtenido de Registro

unico de contribuyentes (RUC): <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

SURKANA. (8 de DICIEMBRE de 2017). *SURKANA*. Obtenido de SURKANA:

<http://www.surkana.com/blog/sabes-de-que-esta-hecha-tu-ropa/>

Textilon. (17 de Diciembre de 2017). *Textilon*. Obtenido de Textilon:

<http://textilon.es/2016/04/14/el-poliester-en-prendas-deportivas-y-merchandising/>

Thompson, I. (04 de Enero de 2018). *Marketing-Free*. Obtenido de Marketing-Free:

<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

Trabajo, L. d. (2012). *Codigo de trabajo*. Quito: Lexis.

UNAM, F. D. (s.f.). *ECONOMÍA UNAM*. Obtenido de ECONOMÍA UNAM:

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

Wayne, M. (2005). *Administracion de recursos humanos*. Mexico: Person Educacion.