

Carrera: Administración y Gestión Comercial

Asignatura (UIC): Gestión de la Innovación Administrativa

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en:

**Tecnólogo Superior Universitario en Administración y Gestión
Comercial.**

**Tema: COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
AUTÓCTONAS ELABORADAS EN COTACACHI**

Autor/s: Irma Alejandra Espin Mediavilla

Edelmira Margarita Álvarez Muñoz

John Edward Palomeque Marín

Tutor: Ing. Hilberth Villalba B.

Mg. Sergio Carrera

Fecha: 19/ SEPTIEMBRE/2025

Autor: ESPIN MEDIAVILLA IRMA ALEJANDRA



Título a obtener: Tecnológico Superior Universitario en

Administración y Gestión Comercial

Matriz: Sangolquí-Ecuador

Correo electrónico: irma.espin@ister.edu.ec

Autor: ALVAREZ MUÑOZ EDELMIRA MARGARITA



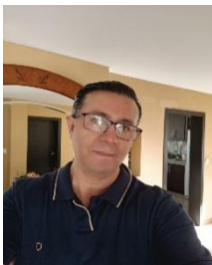
Título a obtener: Tecnológico Superior Universitario en

Administración y Gestión Comercial

Matriz: Sangolquí-Ecuador

Correo electrónico: edelmira.alvarez@ister.edu.ec

Autor: PALOMEQUE MARIN JOHN EDWARD



Título a obtener: Tecnológico Superior Universitario en

Administración y Gestión Comercial

Matriz: Sangolquí-Ecuador

Correo electrónico: jhon.palomeque@ister.edu.ec

Dirigido por: VILLALBA BEJARANO HILBERTH ALEXIS



Título: Ingeniero en Finanzas

Matriz: Sangolquí-Ecuador

Correo electrónico: hilberth.villalba@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados:

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui SANGOLQUÍ – ECUADOR

Espín Mediavilla Irma Alejandra

Edelmira Margarita Álvarez Muñoz

Palomeque Marín John Edward

**COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AUTÓCTONAS
ELABORADAS EN COTACACHI.**

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, **IRMA ALEJANDRA ESPIN MEDIAVILLA** declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado **COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR AUTÓCTONAS ELABORADAS EN COTACACHI**, de la Tecnología Superior Universitaria en Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



IRMA ALEJANDRA ESPIN MEDIAVILLA
C.I.: 1003967039

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

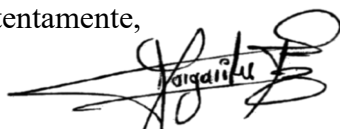
Presente

Por medio de la presente, yo, EDELMIRA MARGARITA ALVAREZ MUÑOZ declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIOS COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR AUTOCTONAS ELABORADAS EN COTACACHI, de la Tecnología Superior Universitaria en la Carrera de Administración y Gestión Comercial y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



EDELMIRA MARGARITA ALVAREZ MUÑOZ
C.I.: 0802473330

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, JOHN EDWARD PALOMEQUE MARÍN declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado PLAN DE NEGOCIOS COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR AUTÓCTONAS ELABORADAS EN COTACACHI, de la Tecnología Superior Universitaria en la Carrera de Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



JOHN EDWARD PALOMEQUE MARÍN
C.I.: 0602300840



FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

**TECNOLOGÍA UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL**

AUTOR /ES:

**ESPÍN MEDIAVILLA IRMA ALEJANDRA
EDELMIRA MARGARITA ÁLVAREZ MUÑOZ
PALOMEQUE MARÍN JOHN EDWARD**

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

ING. HILBERTH VILLALBA E ING. SERGIO CARRERA MSC.

CONTACTO ESTUDIANTE:

0961961119

0980613398

0996009237

CORREO ELECTRÓNICO:

Espinalejandra9@gmail.com

Margarita_geminis1989@hotmail.com

Jonedward_2009@live.com

TEMA:

**COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR AUTÓCONONAS
ELABORADAS EN COTACACHI**

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

EL PROYECTO SE ENFOCA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS AUTÓCTONAS ELABORADAS EN COTACACHI, SE IDENTIFICA LA FALTA DE ESTRATEGIAS DIGITALES, ALTOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y ESCASA DISTRIBUCIÓN COMO PRINCIPALES PROBLEMAS. SE JUSTIFICA EN LA NECESIDAD DE PRESERVAR LA CULTURA, GENERAR EMPLEO DIGNO Y ABRIR NUEVOS MERCADOS. LOS OBJETIVOS DESCRITOS BUSCAN DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIOS SOSTENIBLE QUE CONSERVE LA IDENTIDAD CULTURAL Y EL COMERCIO JUSTO.

EL ESTUDIO DE MERCADO MUESTRA QUE EXISTE UNA AMPLIA DEMANDA, ESPECIALMENTE DE TURISTAS Y CONSUMIDORES INTERESADOS. LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y OBSERVACIONES REFLEJAN QUE LOS CLIENTES VALORAN LA CALIDAD, EL BORDADO Y EL VALOR CULTURAL DE LAS PRENDAS, AUNQUE EL PRECIO ES PERCIBIDO COMO OBSTÁCULO. SE PROPONE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y COLABORACIONES PARA POSICIONAR LA MARCA “KAWSAY RUNA”.

EL PROYECTO ESTARÁ LOCALIZADO EN SANGOLQUÍ, UN PUNTO ESTRATÉGICO PARA LLEGAR A CONSUMIDORES URBANOS Y TURISTAS. SE PLANIFICA UNA PRODUCCIÓN INICIAL DE 100 UNIDADES SEMANALES, CON PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DEL 10% TRIMESTRAL. EL ESTUDIO TÉCNICO DETALLA LA DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL EN ÁREAS DE EXHIBICIÓN, ALMACENAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN, ADEMÁS DEL PERSONAL REQUERIDO Y LOS RECURSOS MATERIALES.

LA PROPUESTA SE SUSTENTA EN UNA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA CON MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y UN LOGOTIPO QUE REFLEJAN IDENTIDAD CULTURAL. EL ANÁLISIS FODA MUESTRA FORTALEZAS EN LA AUTENTICIDAD Y MANO DE OBRA ARTESANA. EL ANÁLISIS FINANCIERO REFLEJA UNA INVERSIÓN INICIAL DE 28.205,40 DÓLARES, CON CAPITAL DE TRABAJO SUFICIENTE PARA CUBRIR LOS PRIMEROS MESES DE OPERACIÓN. SE PROYECTAN INGRESOS MENSUALES DE MÁS DE 9.000 DÓLARES, SIENDO LAS CHAQUETAS, BLUSAS Y PONCHOS LOS PRODUCTOS MÁS RENTABLES.

PALABRAS CLAVE:

VESTIMENTA AUTÓCTONA, IDENTIDAD CULTURAL, SOSTENIBILIDAD, COMERCIALIZACIÓN, ARTESANOS

ABSTRACT:

THE PROJECT FOCUSES ON THE MARKETING OF INDIGENOUS GARMENTS MADE IN COTACACHI. IT IDENTIFIES THE LACK OF DIGITAL STRATEGIES, HIGH PRODUCTION COSTS, AND LIMITED DISTRIBUTION AS THE MAIN PROBLEMS. IT IS JUSTIFIED BY THE NEED TO PRESERVE CULTURE, GENERATE DIGNIFIED EMPLOYMENT, AND OPEN NEW MARKETS. THE DESCRIBED OBJECTIVES AIM TO DESIGN A SUSTAINABLE BUSINESS PLAN

THAT PRESERVES CULTURAL IDENTITY AND FAIR TRADE. THE MARKET STUDY SHOWS THAT THERE IS A WIDE DEMAND, ESPECIALLY FROM TOURISTS AND INTERESTED CONSUMERS. THE RESULTS OF SURVEYS AND OBSERVATIONS REFLECT THAT CUSTOMERS VALUE THE QUALITY, EMBROIDERY, AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF THE GARMENTS, ALTHOUGH THE PRICE IS PERCEIVED AS AN OBSTACLE. DIGITAL MARKETING STRATEGIES AND COLLABORATIONS ARE PROPOSED TO POSITION THE BRAND 'KAWSAY RUNA'.

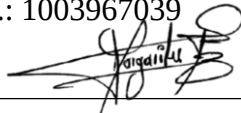
THE PROJECT WILL BE LOCATED IN SANGOLQUÍ, A STRATEGIC POINT FOR REACHING URBAN CONSUMERS AND TOURISTS. AN INITIAL PRODUCTION OF 100 UNITS PER WEEK IS PLANNED, WITH GROWTH PROJECTIONS OF 10% QUARTERLY. THE TECHNICAL STUDY DETAILS THE DISTRIBUTION OF THE PREMISES INTO AREAS FOR EXHIBITION, STORAGE, AND ADMINISTRATION, AS WELL AS THE REQUIRED PERSONNEL AND MATERIAL RESOURCES. THE PROPOSAL IS BASED ON STRATEGIC MANAGEMENT WITH A MISSION, VISION, VALUES, AND A LOGO THAT REFLECTS CULTURAL IDENTITY. THE SWOT ANALYSIS SHOWS STRENGTHS IN AUTHENTICITY AND SKILLED LABOR. THE FINANCIAL ANALYSIS REFLECTS AN INITIAL INVESTMENT OF \$28,205.40, WITH ENOUGH WORKING CAPITAL TO COVER THE FIRST MONTHS OF OPERATION. MONTHLY REVENUES ARE PROJECTED TO EXCEED \$9,000, WITH JACKETS, BLOUSES, AND PONCHOS BEING THE MOST PROFITABLE PRODUCTS.

PALABRAS CLAVE:

TRADITIONAL CLOTHING, CULTURAL IDENTITY, SUSTAINABLE BUSINESS, DIGITAL MARKETING, COTACACHI



Firmadel Estudiante
ESPIN MEDIAVILLA IRMA ALEJANDRA
C.I.: 1003967039



Firma del Estudiante (AUTOR)
ALVAREZ MUÑOZ EDELMIRA MARGARITA
C.I.: 0802473330



Firmado electrónicamente por:
JOHN EDWARD
PALOMEQUE MARIN

Firmadel Estudiante
JOHN EDWARD PALOMEQUE MARIN
C.I.: 0602300840

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

    www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo IRMA ALEJANDRA ESPIN MEDIAVILLA con C.I.: 1003967039 alumno de la Carrera TECNOLOGÍA SUPERIOR UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Irma Alejandra Espin Mediavilla
C.I.: 1003967039

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Yo, EDELMIRA MARGARITA ALVAREZ MUÑOZ con C.I.: 0802473330 alumno de la Carrera ADMINISTRACION Y GESTION COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante

Nombre del Estudiante

C.I.: 0802473330

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 18 de septiembre del 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo, JOHN EDWARD PALOMEQUE MARÍN con C.I.: 0602300840 alumno de la Carrera ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante

JOHN EDWARD PALOMEQUE MARÍN

C.I.: 0602300840

Dedicatoria:

Agradezco en primer lugar a Dios, a mi madre por enseñarme que con valentía y perseverancia se puede lograr lo que nos proponemos no importa el tiempo que lleve hacerlo y a mi hermana por su constante apoyo y ánimo para poder culminar esta carrera. Mi gratitud a mis compañeros de grupo por su esfuerzo y paciencia para poder desarrollar este proyecto tan importante.

Espín Mediavilla Irma Alejandra

Con profundo agradecimiento, dedico este trabajo de titulación a mi esposo, Cristian Bolaños, quien ha sido mi apoyo incondicional en cada paso de este camino. Su paciencia, motivación y fe en mí han sido fundamentales para alcanzar esta meta, a mis padres, gracias por sus constantes oraciones, por creer en mí y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. También extendiendo mi gratitud a mis compañeros de grupo, quienes con dedicación, compromiso y trabajo en equipo hicieron posible el desarrollo de este proyecto.

Edelmira Margarita Álvarez.

Agradezco de antemano a mi querida familia, por todo el apoyo brindado, para culminar esta carrera, dedicado también para mi querida y adorada madre y mis hermanos, este trabajo es un escalón, que lo hago con mucho esfuerzo y dedicación.

Mi gratitud a mis compañeros de grupo, que han hecho realidad este sueño esperado, para desarrollar este proyecto.

Palomeque Marín John Edward

Agradecimientos:

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la culminación de este proyecto de titulación.

En primer lugar, damos gracias a Dios, por habernos dado la salud, la sabiduría y la fortaleza necesarias para llegar hasta aquí. A nuestros padres, gracias por sus constantes oraciones, por su amor incondicional y por enseñarnos el valor del esfuerzo y la perseverancia; este logro también es de ustedes.

Agradecemos de manera especial al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui, por brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente y por el acompañamiento a lo largo de nuestra carrera. De igual forma, expresamos nuestra gratitud al Magíster Villalba Bejarano Hilberth Alexis, por su guía, paciencia y valiosas orientaciones durante el desarrollo de este proyecto.

A todos los que de alguna manera nos apoyaron en este proceso, nuestro profundo agradecimiento por ser parte de este importante logro.

Espín Mediavilla Irma Alejandra

Edelmira Margarita Álvarez Muñoz

Palomeque Marín John Edward

Resumen:

El proyecto se enfoca en la comercialización de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi, se identifica la falta de estrategias digitales, altos costos de producción y escasa distribución como principales problemas. Se justifica en la necesidad de preservar la cultura, generar empleo digno y abrir nuevos mercados. Los objetivos descritos buscan diseñar un plan de negocios sostenible que conserve la identidad cultural y el comercio justo.

El estudio de mercado muestra que existe una amplia demanda, especialmente de turistas y consumidores interesados en la autenticidad cultural. Los resultados de las encuestas y observaciones reflejan que los clientes valoran la calidad, el bordado y el valor cultural de las prendas, aunque el precio es percibido como obstáculo. Se proponen estrategias de marketing digital y colaboraciones para posicionar la marca “Kawsay Runa”.

El proyecto estará localizado en Sangolquí, un punto estratégico para llegar a consumidores urbanos y turistas. Se planifica una producción inicial de 100 unidades semanales, con proyecciones de crecimiento del 10% trimestral. El estudio técnico detalla la distribución del local en áreas de exhibición, almacenamiento y administración, además del personal requerido y los recursos materiales.

La propuesta se sustenta en una administración estratégica con misión, visión, valores y un logotipo que reflejan identidad cultural. El análisis FODA muestra fortalezas en la autenticidad y mano de obra artesanal, pero también debilidades en capacidad productiva y acceso a financiamiento. Legalmente, se plantea constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.). Finalmente, se integran compromisos ambientales.

El análisis financiero refleja una inversión inicial de 28.205,40 dólares, con capital de trabajo suficiente para cubrir los primeros meses de operación. Se proyectan ingresos mensuales de más de 9.000 dólares, siendo las chaquetas, blusas y ponchos los productos más rentables. Los costos mensuales se estiman en 6.171 dólares, garantiza una utilidad positiva desde el primer año. Indicadores como VAN, TIR y relación costo-beneficio confirman la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. En conclusión, el proyecto es financieramente viable, rentable y bastante atractivo para la inversión a mediano y largo plazo.

Palabras claves: Vestimenta autóctona, identidad cultural, sostenibilidad, comercialización, artesanos

Abstract

The project focuses on the marketing of indigenous garments made in Cotacachi. The main challenges are identified: a lack of digital strategies, high production costs, and limited distribution. The justification is the need to preserve the culture, generate decent employment, and open new markets. The objectives outlined seek to design a sustainable business plan that preserves cultural identity and promotes fair trade.

The market research shows a strong demand, especially from tourists and consumers interested in cultural authenticity. The results of surveys and observations reflect that customers value the quality, embroidery, and cultural value of the garments, although price is perceived as an obstacle. Digital marketing strategies and collaborations are proposed to position the "Kawsay Runa" brand.

The project will be located in Sangolquí, a strategic location for reaching urban consumers and tourists. An initial production of 100 units per week is planned, with a quarterly growth projection of 10%. The technical study details the layout of the premises into display, storage, and administrative areas, as well as the required personnel and material resources.

The proposal is based on strategic management with a mission, vision, values, and a logo that reflect cultural identity. The SWOT analysis shows strengths in authenticity and artisanal workmanship, but also weaknesses in production capacity and access to financing. Legally, the proposal proposes the incorporation of a Simplified Joint Stock Company (S.A.S.). Finally, environmental commitments are integrated.

The financial analysis reflects an initial investment of \$28,205.40, with sufficient working capital to cover the first months of operation. Monthly revenues of over \$9,000 are projected, with jackets, blouses, and ponchos being the most profitable products. Monthly costs are estimated at \$6,171, ensuring a positive profit from the first year. Indicators such as NPV, IRR, and cost-benefit ratio confirm the profitability and sustainability of the business. In conclusion, the project is financially viable, profitable, and quite attractive for medium- and long-term investment.

Keywords: Traditional clothing, cultural identity, sustainable business, digital marketing, Cotacachi

INDICE DE CONTENIDO

1.	CAPITULO 1: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	16
1.1	Identificación del proyecto y problema.....	16
1.2	Tema	16
1.3	Antecedentes y contexto	16
1.4	Justificación.....	17
1.5	Objetivos de la investigación.....	17
1.5.1	Objetivo general	17
1.5.2	Objetivos específicos.....	17
1.6	Impacto	18
1.6.1	Social.....	18
1.6.2	Económico.....	18
1.7	Innovación tecnológica.....	18
1.8	Beneficiarios	18
1.8.1	Directos	18
1.8.2	Indirectos	19
2	CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.....	20
2.1	Resultados esperados del estudio de mercado	20
2.2	Demanda.....	20
2.3	Oferta	20
2.4	Ficha de observación	21
2.5	Encuestas y presentación de resultados:	22

	9
2.5.1 Instrumento y técnica de recolección de datos:.....	22
2.5.2 Análisis documental:	22
2.5.3 Encuesta:	22
2.5.4 Población:.....	23
2.5.5 Muestra.....	23
2.5.6 Presentación de tablas y gráficos	24
2.6 Estrategias de mercado	37
2.7 Propuesta de valor digital	38
3 CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO.....	42
3.1 Localización.....	42
3.2 Tamaño óptimo.....	43
3.3 Distribución	44
3.4 Ingeniería del proyecto	44
3.4.1 Identificación de recursos humanos	44
3.4.2 Identificación de recursos materiales	45
3.5 Recursos productivos.....	46
3.6 La casa de la calidad	49
4 CAPITULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO	50
4.1 Administración estratégica	50
4.1.1 Misión.....	50
4.1.2 Visión	50
4.1.3 Valores	50

	10
4.1.4 Slogan.....	51
4.1.5 Logotipo	51
4.2 Análisis FODA	53
Comercialización de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi.....	53
4.3 Estructura Organizacional y funcional	54
4.4 Estudio legal	55
4.4.1 Tipo de empresas.....	55
4.5 Estudio Ambiental /Objetivos de desarrollo sostenible.....	56
5 CAPITULO 5: ESTUDIO FINANCIERO.....	58
5.1 Inversión inicial	58
5.2 Capital de trabajo.....	59
5.3 Identificación de ingresos.....	59
5.4 Costos y Gastos administrativos.....	61
5.5 Financiamiento	62
5.6 Flujo de caja.....	63
5.7 Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)	64
5.8 Costo beneficio	65
5.9 Conclusiones.....	66
5.10 Recomendaciones.....	67
5.11 Bibliografía.....	68
5.12 Anexos	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Genero de la muestra</i>	24
Tabla 2 <i>Ciudad de la muestra</i>	25
Tabla 3 <i>Edad de la muestra</i>	26
Tabla 4 <i>Con qué frecuencia compra prendas de vestir de la muestra</i>	28
Tabla 5 <i>Características que valoran la prenda de vestir de la muestra</i>	28
Tabla 6 <i>Características de las prendas</i>	28
Tabla 7 <i>Descripción de calidad de la prenda de vestir de la muestra</i>	29
Tabla 8 <i>Considera precio justo por la prenda de vestir de la muestra</i>	30
Tabla 9 <i>Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda de vestir de la muestra</i>	31
Tabla 10 <i>Donde compra las prendas de vestir de la muestra</i>	31
Tabla 11 <i>Donde prefiere comprar las prendas de vestir de la muestra</i>	32
Tabla 12 <i>Que probabilidad de comprar las prendas de vestir de la muestra</i>	33
Tabla 13 <i>Que redes Sociales utiliza para comprar las prendas de vestir de la muestra</i>	34
Tabla 14 <i>Cual es el principal obstáculo para comprar las prendas de vestir</i>	34
Tabla 15 <i>Conoce usted una marca conocida de la muestra</i>	35
Tabla 16 <i>Recomienda las prendas de vestir artesanales de la muestra</i>	36
Tabla 17 <i>Que tan Satisfactorio esta con prendas de vestir artesanales de la muestra</i>	37
Tabla 18 <i>Precio por unidad y Total</i>	45
Tabla 19 <i>Comercialización de prendas autóctonos elaboradas en Cotacachi</i>	53

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Ficha de Observación Sobre el Negocio Otavalo Fashions</i>	21
Figura 2 <i>Ficha de Observación sobre el Negocio S/N</i>	22
Figura 3 <i>Ficha de Observación sobre el Negocio Fantasías en Cuero</i>	22
Figura 4 <i>Calculo de la muestra en Excel</i>	23
Figura 5 <i>Genero de la muestra</i>	24
Figura 6 <i>Ciudad de la Muestra</i>	25
Figura 7 <i>Edad de la Muestra</i>	26
Figura 8 <i>Con qué frecuencia compra prendas de vestir de la muestra</i>	27
Figura 9 <i>Prendas de vestir de su interés de la muestra</i>	28
Figura 10 <i>Características que valora la prendas de vestir de la muestra</i>	29
Figura 11 <i>Descripción de Calidad de la prenda de vestir de la muestra</i>	29
Figura 12 <i>Considera precio justo por la prenda de vestir de la muestra</i>	30
Figura 13 <i>Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda de vestir de la muestra</i>	31
Figura 14 <i>Donde compra las prendas de vestir de la muestra</i>	32
Figura 15 <i>Donde prefiere comprar las prendas de vestir de la muestra</i>	33
Figura 16 <i>Que probabilidad de comprar las prendas de vestir de la muestra</i>	33
Figura 17 <i>Que redes sociales utiliza para comprar prendas de vestir de la muestra</i>	34
Figura 18 <i>Cual es el principal obstáculo para comprar las prendas de vestir</i>	35
Figura 19 <i>Conoce usted una marca de la muestra</i>	36
Figura 20 <i>Recomienda las prendas artesanales de la muestra</i>	36
Figura 21 <i>Que tan Satisfactorio esta con prendas de vestir artesanal de la muestra</i>	37
Figura 22 <i>Método de Ponderación del factor para la localización del local</i>	42

	13
Figura 23 <i>Ubicación del local en la ciudad de Sangolquí</i>	43
Figura 24 <i>Proyección Trimestral de las ventas</i>	44
Figura 25 <i>Diagrama de procesos para la producción artesanal</i>	47
Figura 26 <i>Flujograma de procesos desde la realización del pedido</i>	48
Figura 27 <i>La casa de la calidad con los requerimientos del cliente</i>	49
Figura 28 <i>Slogan</i>	52
Figura 29 <i>Colores y letras utilizadas en la elaboración del slogan</i>	52
Figura 30 <i>Distribución por área de la estructura Organizacional y Funcional</i>	54
Figura 31 <i>De los 17 objetivos de desarrollo sostenible establecidas por la ONU</i>	56
Figura 32 <i>Resumen específico de los utilizados como inversión inicial</i>	58
Figura 33 <i>Capital de Trabajo</i>	59
Figura 34 <i>Ingresos</i>	59
Figura 35 <i>Porcentaje aportado por cada prenda que estará a la venta</i>	60
Figura 36 <i>Costos</i>	61
Figura 37 <i>Gastos de Administración y ventas</i>	62
Figura 38 <i>Financiamiento Bancario</i>	63
Figura 39 <i>Flujo de Caja</i>	64
Figura 40 <i>Evaluación Financiera</i>	64
Figura 41 <i>Costo Beneficio</i>	65

1. CAPITULO 1: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Identificación del proyecto y problema

Para la comercialización y venta de productos textiles y artesanales elaborados en Cotacachi el problema más visible en la actualidad es el desconocimiento de estrategias de marketing digital, ya que la mayoría de negocios los promocionan, ya sea en páginas web o redes sociales, también está la falta de canales de distribución. Los costos elevados son debido a los procesos manuales y artesanales con los cuales se lleva a cabo la producción de la ropa y otros artículos, la demanda es baja y la competencia es notoria dentro del sector, más no en otras ciudades.

1.2 Tema

Plan de Negocio Comercialización de prendas de vestir autóctonas elaboradas en Cotacachi
G4771.11:

1.3 Antecedentes y contexto

Cotacachi una ciudad ubicada en la provincia de Imbabura, reconocida por sus habilidades para la elaboración de ropa, productos de cuero y textiles los cuales reflejan su identidad cultural de manera artesanal y con materiales naturales. Sin embargo, su comercialización es limitada, ya que la mayoría produce para el autoconsumo, sin iniciativas de expansión, marketing e inversión en tecnología. Representa una gran oportunidad de crecimiento económico y cultural, si existiera el apoyo e iniciativa por parte de las autoridades locales, en este sentido cabe recalcar que el turismo es de gran ayuda para promocionar y promover el comercio, es por eso que surge la necesidad de iniciar este proyecto e impulsar la comercialización de sus productos y ampliar el mercado, destacando la identidad cultural, el empleo digno y precios justos para sus habitantes y artesanos, valorando la autenticidad a través de la moda.

1.4 Justificación

El fortalecimiento de la economía e identidad cultural es uno de los desafíos que enfrenta Cotacachi buscando preservar sus costumbres que las han heredado por décadas, la generación de empleo digno y desarrollo económico debido que la mayoría lo realiza de manera informal en pequeños mercados locales, nuestro proyecto busca expandir el mercado nacional e internacional y así cumplir con una mejora en la fuente de ingresos y el respeto por el medio ambiente valorando los productos éticos, hechos a mano, su técnica y con estrategias de comercio para llegar a ser competitivos.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 *Objetivo general*

Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de prendas de vestir autóctonas elaboradas en Cotacachi, que les permita ser más competitivos y generar mayor demanda para posicionarse en los mercados a nivel nacional e internacional aumentando su sostenibilidad, promoviendo su cultura y cuidado del medio ambiente.

1.5.2 *Objetivos específicos*

- Realizar un análisis de mercado local para identificar el perfil de los clientes y lo que busca cada uno con sus preferencias, investigando las tendencias en moda y sus precios en la competencia para poder identificar las falencias y oportunidades para la venta de prendas.
- Realizar una evaluación de la viabilidad financiera del proyecto, costos, ingresos, ubicación y rentabilidad y de esta manera asegurar la sostenibilidad.
- Crear un modelo de mercado por medio de alianzas en tiendas donde vendan productos similares para ampliar la distribución y formalizar su negocio.

1.6 Impacto

1.6.1 Social

El impacto social y cultural al buscar conservar y valorar los productos elaborados en estas comunidades, garantiza continuar con estas prácticas en las futuras generaciones con respeto al medio ambiente y a las diferentes culturas del Ecuador, capacitar con nuevas técnicas empresariales para mejorar sus competencias y capacidades.

1.6.2 Económico

Hay un impacto económico significativo no solo en Cotacachi sino en la región, fortaleciendo la economía por medio de la generación de empleo, volviéndose menos vulnerables en términos de ingresos, creación de talleres con más tecnología, marketing, contabilidad y ventas, se busca el financiamiento lo cual es clave para el aumento de producción y apertura de nuevas tiendas. El crecimiento y beneficio también es para los proveedores de materia prima y los intermediarios como transporte y distribuidores.

1.7 Innovación tecnológica

La innovación tecnológica es clave para el aumento de la productividad y eficiencia en base a estrategias de comercialización, busca una mejora en la calidad de los productos, aumento en la producción y ventas. Con el implemento de tecnología para despachar pedidos en menor tiempo asegura una reducción de costos notable. Al obtener la visibilidad de la marca podemos atraer clientes interesados en la moda variada, por ejemplo, la combinación de colores y estilos de manera rápida por medio de aplicaciones que permiten innovar sin perjudicar su autenticidad, manteniendo el perfil con bajo impacto ambiental.

1.8 Beneficiarios

1.8.1 Directos

Los artesanos y artesanas de Cotacachi son los principales beneficiarios de las estrategias para el comercio y apertura a nuevos mercados, expandiendo y formalizando sus emprendimientos, capacitándose para mejorar sus habilidades.

1.8.2 Indirectos

Como beneficiarios indirectos está la familia de cada artesano que obtendrá una mejora en su economía y calidad de vida lo cual abarca salud, educación y alimentación. También se obtiene beneficios para los proveedores y consumidores por el aumento de la demanda y acceso a productos de alta calidad y ética.

2 CAPITULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Resultados esperados del estudio de mercado

Como principal objetivo tenemos identificar los desafíos y oportunidades para obtener óptimos resultados en la venta de las prendas, analizando la oferta, la demanda, evaluando los precios de la competencia, creando canales y una marca para generar confianza causando un buen impacto social y económico para los habitantes y artesanos de Cotacachi.

2.2 Demanda

Esta evaluación nos permite identificar el mercado e interés en estas prendas, la clase de compradores son locales o turistas y dependiendo del marketing realizado se puede obtener compradores en línea. El estudio de cada opción es para constatar si tenemos viabilidad para su venta y distribución, en primer lugar, está el perfil del comprador el cual está segmentado entre consumidores que muestran interés por la cultura, otros por la autenticidad y están los consumidores locales, la mayoría de ellos la compran para su uso diario. Según análisis y estudios realizados en el sector de Cotacachi hay una gran afluencia de turistas debido a su gran producción y venta textil con el 45,99% de talleres lo cual también genera más de 46.240 empleos. Y hay una gran tendencia a comprar estas prendas por la variedad de colores y materiales autóctonos y sus bordados llamativos diseños únicos (Ministerio de Industria y Productividad, s.f). Se espera un gran éxito en el mercado local ya que hay varias festividades donde las utilizan y por su gran historia y conexión cultural, satisfaciendo las expectativas de los consumidores.

2.3 Oferta

La oferta hace referencia a la cantidad y variedad de las prendas, su disponibilidad, mano de obra, la demanda en su mayoría turística y local, en las fechas festivas como la celebración del Inti Raymi y los precios a los cuales se vende cada prenda dependiendo el período y el trabajo empleado en cada una.

- Chalecos con bordados a mano de excelente calidad y detalles únicos.
- Chaquetas de cuero con variedad en modelos y colores, elaborados con materiales textiles autóctonos, precios accesibles sin quitarle el valor del trabajo manual y calidad.
- Locales donde se pueda exhibir los modelos, como lo sería en el nuevo centro comercial ubicado en el sector de San Rafael, del cantón Rumiñahui, el cual está enfocado en los pequeños emprendimientos.
- Como segunda opción está el centro de Sangolquí donde existe la venta de prendas Otavaleñas y de Atuntaqui, se haría una alianza o un nuevo local con prendas de Cotacachi.

2.4 Ficha de observación

Con este instrumento recolectamos datos los cuales nos permite ir registrando información real de manera ordenada, las características, comportamientos de los vendedores o encargados de la competencia, precios visibles, flujo de turistas o compradores locales, variedad en los productos, etc.

Figura 1

Ficha de observación sobre el negocio “Otavalo Fashion”

LOGO	UBICACIÓN	COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	PROMOCIÓN	MATERIAL	CALIDAD EN EL SERVICIO	REDES SOCIALES	CALIDAD DE LOS MATERIALES	PROPUESTA DE VALOR
	Sangolquí, Calle Venezuela y Bolívar	OTAVALO FASHION	Blusas bordadas	48,00	Mitad de precio	Hilos	Bueno	Facebook	Duradero	Variedad de prendas autóctonas de diferentes cuñades
			Ponchos	65,00	Descuentos	Lana			Duradero	
			Chaquetas	60,00	Descuentos	Cuero			Medianamente	
			Vestidos	45,00	Descuentos	Hilos			Medianamente	

Nota. Imagen elaborada por el equipo de trabajo.

Figura 2

Ficha de observación sobre el negocio “S/N”

LOGO	UBICACIÓN	COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	PROMOCIÓN	MATERIAL	CALIDAD EN EL SERVICIO	REDES SOCIALES	CALIDAD DE LOS MATERIALES	PROPUESTA DE VALOR
	Sangolqui, Calle Ascazubi y Bolívar	S/N	Carteras de cuero	35,00	Descuentos	Cuero	Regular		Medianamente	Variedad en modelos y precios dependiendo la calidad
			Correas	23,00	Descuentos	Cuero y sintético			Duradero	
			Blusas	36,00	Descuentos	Hilo y seda			Duradero	
			Ponchos	60,00	Descuentos	Lana e hilo			Medianamente	

Nota. Imagen elaborada por el equipo de trabajo.

Figura 3

Ficha de observación sobre el negocio “Fantasías en cuero”

LOGO	UBICACIÓN	COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	PROMOCIÓN	MATERIAL	CALIDAD EN EL SERVICIO	REDES SOCIALES	CALIDAD DE LOS MATERIALES	PROPUESTA DE VALOR
	Sangolqui, Calle Leopoldo Mercado 171103	FANTASIAS EN CUERO	Carteras	50,00	Cartera más billetera	Cuero	Bueno	Instagram: https://www.instagram.com/fantasias_en_cuero?igsh=MWdleTc5NW5xb2xIMw==	Duradero	Artículos de cuero
			Bolsos	48,00	Descuentos	Cuero			Duradero	
			Billeteras	30,00	Descuentos	Cuero			Duradero	
			Correas	25,00	Mitad de precio	Cuero			Duradero	

Nota. Imagen elaborada por el equipo de trabajo.

2.5 Encuestas y presentación de resultados:

2.5.1 Instrumento y técnica de recolección de datos:

Para la recolección de los datos del estudio sobre la venta de productos autóctonos de Cotacachi se utilizó dos técnicas importantes las dos permitieron recopilar información valiosa:

2.5.2 Análisis documental:

Esta técnica es eficaz ya que permite analizar el mercado previo, fuentes secundarias, promociones y consumo de estos productos autóctonos. Se consultaron artículos estadísticos y catálogos de ferias. Esta técnica nos permitió conocer y comprender el valor e importancia cultural en el marco socioeconómico en el que se desarrolla nuestro proyecto, las normativas, sobre todo las tendencias de consumo y así confirmar la viabilidad y la ubicación.

2.5.3 Encuesta:

Esta técnica es eficaz ya que permite analizar el mercado previo, fuentes secundarias, promociones y consumo de estos productos autóctonos. Se consultaron artículos estadísticos y

catálogos de ferias. Esta técnica nos permitió conocer y comprender el valor e importancia cultural en el marco socioeconómico en el que se desarrolla nuestro proyecto, las normativas, sobre todo las tendencias de consumo y así confirmar la viabilidad y la ubicación.

2.5.4 Población:

La población estuvo conformada por clientes potenciales del cantón Rumiñahui cuya población total es 113.341 habitantes, nos centramos en los rangos de edad entre 15 y 20, 21 y 29 y mayores a 30 años que presentan un posible interés por la compra de estas prendas de esta manera conocemos sus preferencias. Se aplicó la encuesta con una muestra de 96 personas en la cual participaron hombres y mujeres de los sectores e Rumiñahui y sus alrededores permitiendo conocer sus preferencias en precios y calidad y una probabilidad de compra, también nos permitió estructurar un perfil del cliente.

2.5.5 Muestra:

Para el cálculo del tamaño de la muestra se determinó utilizando el método de fórmulas utilizando los siguientes parámetros:

- Población (N): 113341.
- Nivel de confianza (Z): 95%.
- Error de estimación (E): 4%.
- Probabilidad de éxito (p): 50%.

Figura 4

Cálculo de la muestra en Excel

INGRESE LOS DATOS			
N=	113,431		
Z=	95%		
e=	4%		
p=	50%		
		Numerador	108,94
		Denominador	1,14
		Muestra=	96

Nota. La figura muestra el cálculo de la muestra para el estudio de mercado Fuente: datos obtenidos del plan de negocios.

Como resultado de la muestra fue calculada de 96 clientes, con estos datos buscamos obtener un resultado válido con precisión y representación equilibrada.

2.5.6 *Presentación de tablas y gráficos*

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Tabla 1

Género de la muestra

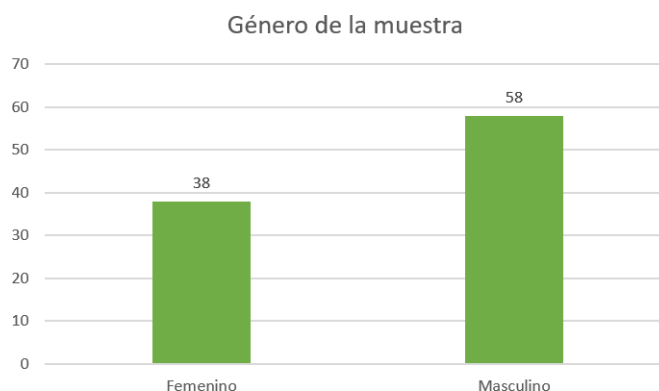
Género	Conteo	Porcentaje
Femenino	38	39,58%
Masculino	58	60,42%
N=	96	100,00%

Nota. La tabla muestra el género de los encuestados obtenida mediante fórmulas de Excel.

Fuente: datos obtenidos de la encuesta.

Figura 5

Género de la muestra



Nota. La figura muestra el género de los encuestados. Fuente: datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación. Estos datos reflejan una participación de 96 personas con mayoría del género masculino 58 y el porcentaje (60,42) y 38 femenino con un porcentaje de

(39,58) puede ser por varios + factores ya sea por disponibilidad, o preferencia en la compra del producto, refleja el comportamiento del consumidor.

Tabla 2

Ciudad de la muestra

Ciudad	Conteo	Porcentaje (%)
Ambato	1	1.04%
Cali, Colombia	1	1.04%
Esmeraldas	1	1.04%
Guayaquil	4	4.17%
Ibarra	9	9.38%
Lago Agrio	14	14.58%
Machachi	1	1.04%
Manta	1	1.04%
Nueva Loja	1	1.04%
Quito	32	33.33%
Riobamba	4	4.17%
Sangolquí	23	23.96%
Santo Domingo	1	1.04%
Sucumbíos	1	1.04%
Toronto	1	1.04%
Urdaneta, Los Ríos	1	1.04%
Total	96	100.00%

Figura 6

Ciudad de la muestra



Nota. La figura muestra el Ciudad de los encuestados. Fuente: datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación. En la figura muestra que la mayoría de encuestados se encuentran en la ciudad de Quito y Sangolquí, lo cual nos permite tener una visión más amplia del mercado ya que no solo podríamos tener consumidores en el cantón Rumiñahui, sino de Quito. También tenemos de otras ciudades que muestran gran interés en la compra de los productos, lo cual nos ayudaría en la participación de ferias y cuando haya actividades festivas.

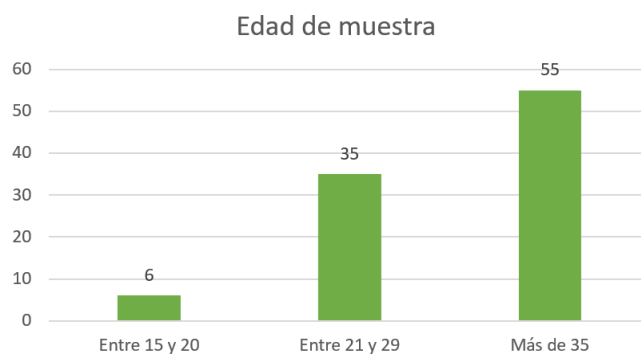
Tabla 3

Edad de la muestra

Edad	Conteo	Porcentaje
Entre 15 y 20	6	6,25%
Entre 21 y 29	35	36,46%
Más de 35	55	57,29%
N=	96	100,00 %

Figura 7

Edad de la muestra



Nota. La figura muestra el Ciudad de los encuestados. Fuente: datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación. En este análisis se puede visualizar una importante tendencia e interesados en la compra de productos artesanales, las personas mayores a 30 años con el 57,29 % con mayor afinidad, se puede basar en varios factores como es la posibilidad económica, interés en la cultura y valoran la cultura y trabajo artesanal. Cabe destacar también el rango de edad de 21-29 años que también presentan un gran interés.

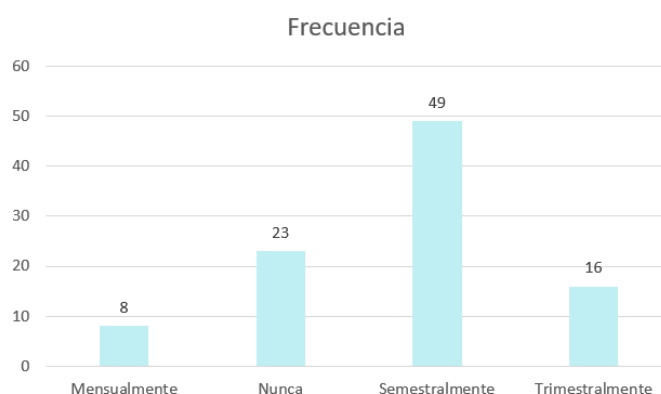
Tabla 4

Con que frecuencia compra prendas de vestir de la muestra

Frecuencia de compra de ropa	Conteo	Porcentaje
Mensualmente	8	8,33
Nunca	23	23,96
Semestralmente	49	51,04
Trimestralmente	16	16,67
N=	96	

Figura 8

Con frecuencia se compra prendas de vestir de la muestra



Nota. La figura muestra con qué frecuencia compra prendas de vestir de los encuestados.

Fuente: datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación. La frecuencia de compra podemos identificar que la mayoría lo hace o lo haría semestralmente o más tiempo obteniendo un 51,04%, lo cual nos permite

enfocarnos en la viabilidad del negocio si la compra fuera semestral, y analizar nuevos mercados locales donde los consumidores compren con mayor frecuencia.

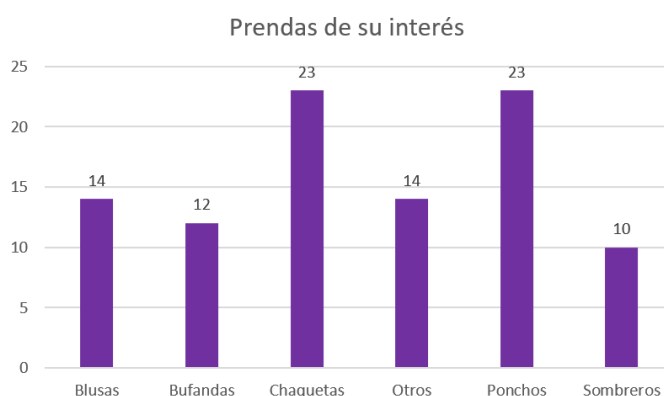
Tabla 5

Características que valora la prenda de vestir de la muestra

Vestir de interés	Conteo	Porcentaje
Blusas	14	14,58
Bufandas	12	12,50
Chaquetas	23	23,96
Otros	14	14,58
Ponchos	23	23,96
Sombreros	10	10,42
N=	96	100,00%

Figura 9

Prendas de vestir de su interés de la muestra



Análisis e interpretación. Las prendas más populares nos reflejan los ponchos y chaquetas las cuales alcanzan un porcentaje de 23,96% las dos prendas, lo que quiere decir que casi la mitad de encuestados optan por ellas, sin dejar de lado el resto ya que también obtuvieron preferencia con un interés considerable, puede darse por factores como el clima siendo estas prendas de abrigo o también por moda local. Los sombreros tienen un bajo porcentaje eso puede generar una baja demanda.

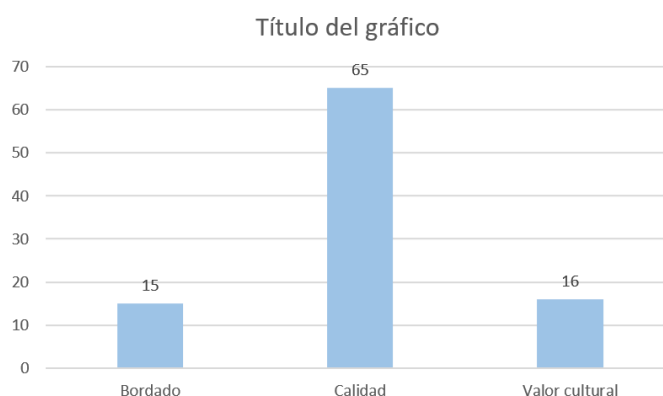
Tabla 6

Características que valora la prenda de vestir de la muestra

Características que valora	Conteo	Porcentaje
Bordado	15	15,63
Calidad	65	67,71
Valor cultural	16	16,67
N=	96	

Figura 10

Características que valora la prenda de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. Hay un amplio margen en cuanto a la calidad con preferencia del 67,71% en relación al resto de opciones, esto nos indica que la mayoría de consumidores buscan durabilidad en sus prendas y que justifiquen el precio, esto representa una gran oportunidad para nuestro negocio ya que los productos que ofrecemos son de alta calidad y precios ajustados a la misma, con el valor cultural y bordados con detalles únicos.

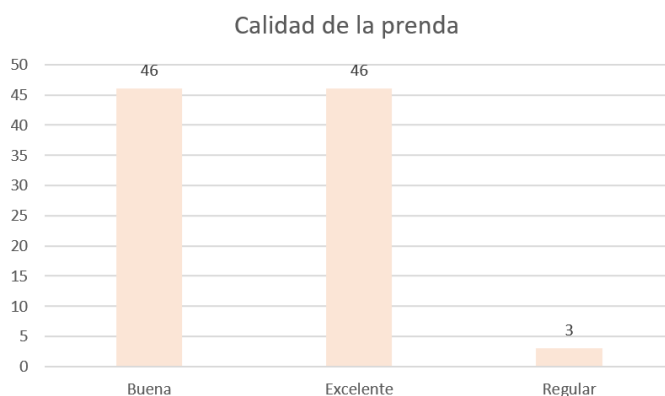
Tabla 7

Descripción de calidad de la prenda de vestir de la muestra

Calidad de la prenda	Conteo	Porcentaje
Buena	46	48,42
Excelente	46	48,42
Regular	3	3,16
N=	95	100,00%

Figura 11

Descripción de calidad de la prenda de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. Las dos opciones positivas resaltan en esta pregunta obteniendo el 48,42% en cada una excelente y buena con más del 90% de aceptación, esto nos da un resultado sobre la satisfacción del cliente y una fortaleza y oportunidad de impulsar nuestro mercado.

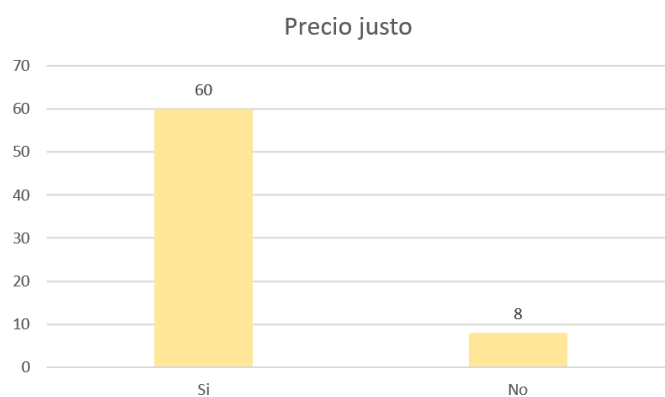
Tabla 8

Considera precio justo por la prenda de vestir de la muestra

Precio justo	Conteo	Porcentaje
Si	60	88,24%
No	8	11,76%
N=	68	100,00%

Figura 12

Considera precio justo por la prenda de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. Según los comentarios la mayoría son positivos, con gran satisfacción sobre el precio justo ya que todos hablan de su calidad y proceso artesanal.

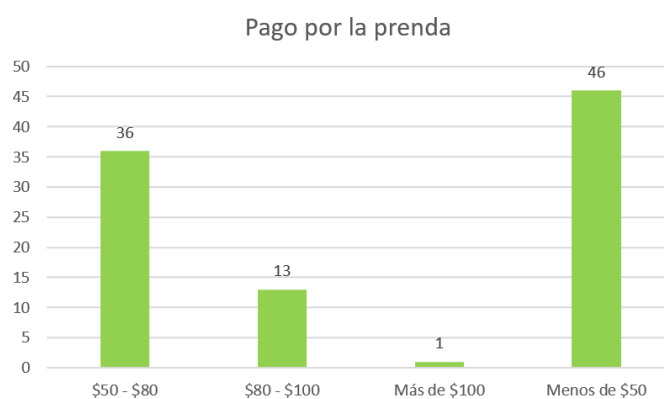
Tabla 9

Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda de vestir de la muestra

Cuanto estaría dispuesto a pagar	Conteo	Porcentaje
\$50 - \$80	36	37,50
\$80 - \$100	13	13,54
Más de \$100	1	1,04
Menos de \$50	46	47,92
N=	96	100,00%

Figura 13

Cuanto estaría dispuesto a pagar por la prenda de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. La mayoría de encuestados optan por el rango menos de 50 dólares con el porcentaje de 47,92%, lo cual indica que el consumidor busca precios accesibles.

Tabla 10

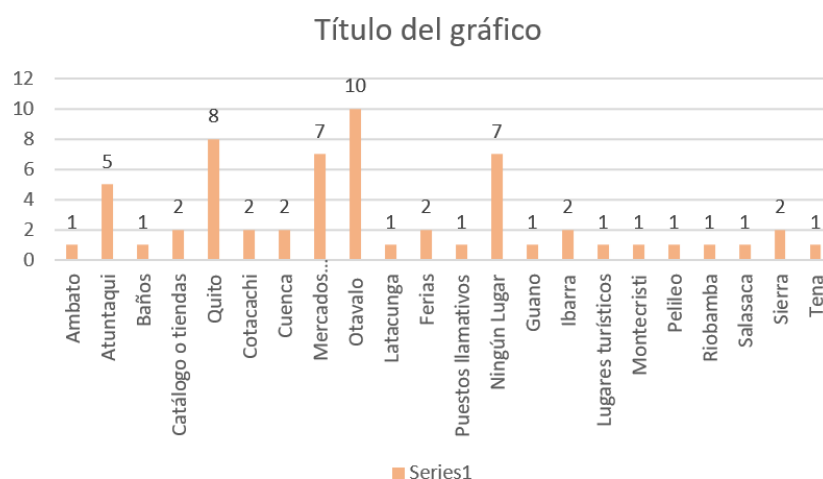
Donde compra las prendas de vestir de la muestra

Dónde compra sus prendas	Conteo	Porcentaje
Ambato	1	1,65%
Atuntaqui	5	8,33%
Baños	1	1,65%
Catálogo o tiendas	2	3,44%
Quito	8	12,77%
Cotacachi	2	3,44%
Cuenca	2	3,44%
Mercados Artesanales	7	11,68%
Otavalo	10	16,75%
Latacunga	1	1,65%

Ferias	2	3,44%
Puestos llamativos	1	1,65%
Ningún Lugar	7	11,68%
Guano	1	1,65%
Ibarra	2	3,44%
Lugares turísticos	1	1,65%
Montecristi	1	1,65%
Pelileo	1	1,65%
Riobamba	1	1,65%
Salasaca	1	1,65%
Sierra	2	3,44%
Tena	1	1,65%
N=	60	100%

Figura 14

Donde compra las prendas de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. La gran mayoría compran en Otavalo, lo que indica que es una ciudad potencialmente fuerte en venta de prendas autóctonas y que se podría hacer un estudio de mercado para poder adquirir estrategias de venta.

Tabla 11

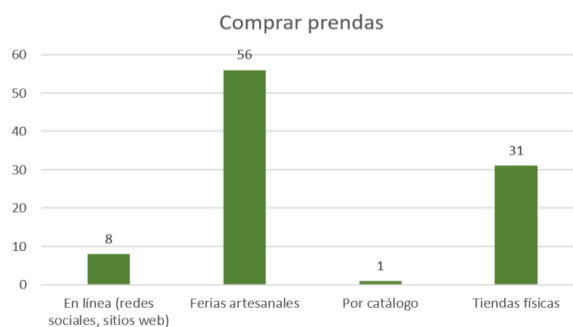
Donde prefiere comprar las prendas de vestir de la muestra

Donde prefiere comprar las prendas	Conteo	Porcentaje
En línea (redes sociales, sitios web)	8	8,33
Ferias artesanales	56	58,33
Por catálogo	1	1,04

Tiendas físicas	31	32,29
N=	96	100,00%

Figura 15

Donde prefiere comprar las prendas de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. Esta pregunta es muy interesante porque la mayoría ha comprado en ferias artesanales, obteniendo el 58,33%. Esto se da por la clase de prendas que se va a comercializar ya que son hechas a mano y representativas no hay tanta promoción en redes sociales.

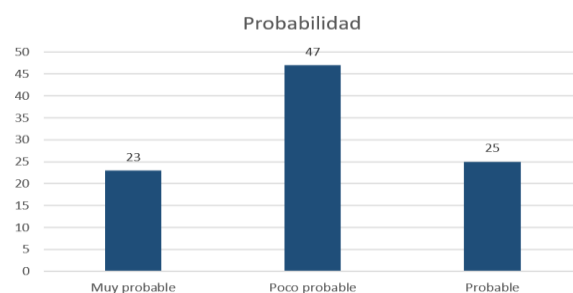
Tabla 12

Que probabilidad de comprar las prendas de vestir de la muestra

Probabilidad de comprar	Conteo	Porcentaje
Muy probable	23	24,21
Poco probable	47	49,47
Probable	25	26,32
N=	95	100,00%

Figura 16

Que probabilidad de comprar las prendas de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. En casi la mitad de los encuestados hay una baja probabilidad de comprar estas prendas lo cual muestra una resistencia con el 49,47%, y podríamos ajustar precios como estrategia de mercado y obtener una mayor aceptación.

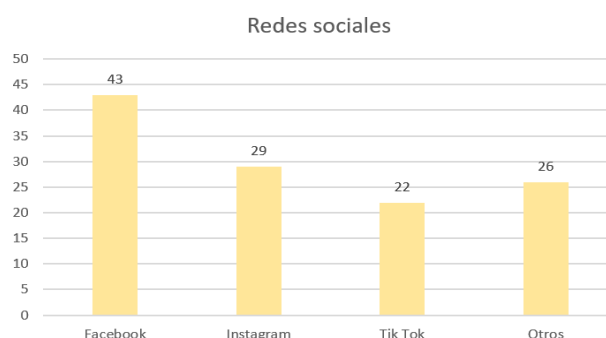
Tabla 13

Que redes sociales utiliza para comprar las prendas de vestir de la muestra

Redes sociales que utiliza	Conteo	Porcentaje
Facebook	43	35,83%
Instagram	29	24,17%
Tik Tok	22	18,33%
Otros	26	21,67%
N=	120	100,00%

Figura 17

Que redes sociales utiliza para comprar las prendas de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. Es dominante las redes sociales como Facebook e Instagram que son las más utilizadas para promocionar los productos, consolidándose como canales principales para lanzar campañas y colaboraciones y como tercero podemos ubicar a Tik Tok como red social más utilizada.

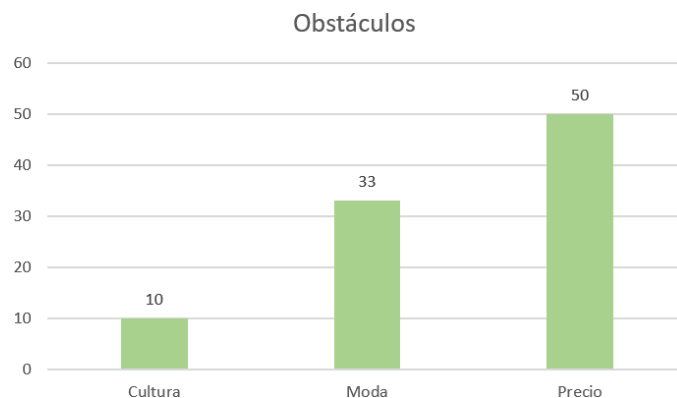
Tabla 14

Cuál es el principal obstáculo para comprar las prendas de vestir de la muestra

Obstáculo para comprar	Conteo	Porcentaje
Cultura	10	10,75
Moda	33	35,48
Precio	50	53,76
N=	93	

Figura 18

Cuál es el principal obstáculo para comprar las prendas de vestir de la muestra



Análisis e interpretación. La mayoría de consumidores ven al precio como principal obstáculo con el 53,76%, esto nos da un enfoque para generar una estrategia y promociones que haga más llamativa con paquetes donde genere el valor justo, y el cliente pueda valorar la calidad y valor cultural.

Tabla 15

Conoce usted una marca conocida de la muestra

Conoce marcas conocidas	Conteo	Porcentaje
Si (Sin una tienda específica)	73	85,88%
No (No conocen o no saben)	6	3,53%
Atumoda	1	1,18%
Coya	1	1,18%
Maos	1	1,18%
Maqueño	1	1,18%
Moderna	1	1,18%
Otavallo	2	2,35%
Pandora	1	1,18%
Pinto	1	1,18%
Toro	1	1,18%
Witerline	1	1,18%
Sion Textiles	1	1,18%
N=	91	100,00%

Figura 19

Conoce usted una marca conocida de la muestra



Análisis e interpretación. Hay una gran mayoría con desconocimiento sobre marcas de prendas autóctonas, pero si hay también personas que han comprado en ferias y algunos locales de Otavalo donde hay gran venta de estos productos.

Tabla 16

Recomienda las prendas de vestir artesanal de la muestra

Recomienda la ropa artesanal	Conteo	Porcentaje
Sí recomiendan	58	89,23%
No recomiendan	5	7,69%
Prefieren no opinar	2	3,08%
N=	65	100,00%

Figura 20

Recomienda las prendas de vestir artesanal de la muestra



Análisis e interpretación. Hay una gran satisfacción y recomendación de las prendas, comentarios positivos y con gran valor cultural, nos ayuda amplificar, organizar y publicar diseños que nos permitan llegar a cada consumidor satisfaciendo sus necesidades y preferencias.

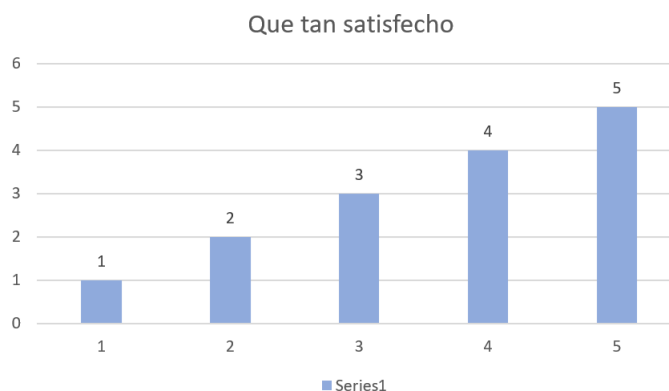
Tabla 17

Que tan satisfecho esta con prendas de vestir artesanal de la muestra

Que tan satisfecho	Conteo	Porcentaje
1	2	2,08
2	2	2,08
3	8	8,33
4	36	37,50
5	48	50,00
N=	96	100,00%

Figura 21

Que tan satisfecho esta con prendas de vestir artesanal de la muestra



Análisis e interpretación. La satisfacción de adquisición de las prendas es muy aceptable ya que está en el 50%, esto nos ayuda a establecer nuestro negocio con una aceptación mayoritaria de los consumidores.

2.6 Estrategias de mercado

- Resaltar la autenticidad y valor de las prendas tradicionales, que nos permita diferenciarnos de la competencia buscando la fidelidad del comprador, del segmento

turístico, local e interesados consientes.

- A fin de destacar la calidad artesanal y generar sostenibilidad se propone aprovechar las plataformas digitales para poder llegar a todas las ciudades a nivel nacional e internacional. Por medio de la propuesta “KAWSAY RUNA” con el cual se destaca la identidad, materiales naturales, artesanía y tradición textil que se han mantenido por décadas, con el propósito de expansión de mercado.
- El marketing, promocionar nuestra marca que representa la moda autóctona, ampliando su distribución y venta por medio de páginas web, redes sociales entre ellas tik tok que es la más utilizada en la actualidad donde se mostrará los modelos adaptándonos a la moda actual y sus avances sin perder el valor cultural.
- Colaboraciones con influencers como Kike Jav el cual participa de manera activa en todas las festividades realizadas en Otavalo, Tabacundo, Machachi, entre otras promocionando sus fiestas y la vestimenta utilizada en cada una de ellas, generando confianza, curiosidad, atraer nuevos clientes y alianzas con marcas similares.
- Promociones añadiendo accesorios como correas, carteras, billeteras con precios atractivos para aumentar las ventas, esto se puede realizar utilizando las redes sociales y participando en ferias y mercados ya que en la encuesta realizada la mayoría opta por la compra en ferias dando prioridad a la interacción directa con el cliente.

2.7 Propuesta de valor digital

Kawsay Runa es una marca que busca promover y comercializar prendas de vestir autóctonas de Cotacachi, resaltando la riqueza cultural y tradicional de la región. Nuestro objetivo es ofrecer productos de alta calidad únicos y atractivos, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y promuevan el desarrollo sostenible de la comunidad.

Análisis de Mercado

- *Sector económico:* Comercio al por menor de productos textiles y prendas de vestir.

- *Público objetivo:* Turistas, jóvenes y adultos interesados en la cultura y tradición ecuatoriana.

- *Competencia:* Empresas locales y nacionales que comercializan productos textiles y prendas de vestir.

Estrategia de Marketing

- *Posicionamiento:* Kawsay Runa se posicionará como una marca líder en la comercialización de prendas de vestir autóctonas de Cotacachi, Ecuador.

- *Promoción:* Utilizaremos redes sociales, publicidad en línea y offline, ferias y eventos culturales para promocionar nuestros productos.

- *Precios:* Nuestros precios serán competitivos y justos, considerando la calidad y unicidad de nuestros productos.

Productos

- *Prendas de vestir:* Camisas, pantalones, faldas, vestidos y accesorios tradicionales de Cotacachi.

- *Materiales:* Telas autóctonas, algodón, lana y otros materiales naturales.

- *Diseños:* Patrones y diseños tradicionales de Cotacachi, con un toque moderno y elegante.

Logística y Distribución

- *Producción:* Nuestros productos serán producidos por artesanos locales de Cotacachi, Ecuador.

- *Distribución:* Nuestros productos serán distribuidos a través de nuestra tienda en línea, tiendas físicas en Sangolquí, y ferias y eventos culturales.

Enlace del catálogo

[Kawsay-Runa-Cultura-que-se-lleva.pdf](#)



Enlace de Facebook

<https://www.facebook.com/kawsayRuna>



Enlace de WhatsApp

https://api.whatsapp.com/send/?phone=0980613398&text&type=phone_number&app_absent

[=0](#)



Kawsay Runa: Cultura que se lleva puesta

Descubre Kawsay Runa, donde la moda andina contemporánea cobra vida. Fusionamos la tradición ancestral con la vanguardia, creando prendas únicas que no solo visten el cuerpo, sino que también nutren el alma.

CONTACTANOS

▼ Horarios de Atención

De lunes a viernes, de 9:00 am a 9:00 pm

Sábados y domingos, de 9:00 am a 5:00 pm

WhatsApp.com

Share on WhatsApp

WhatsApp Messenger: More than 2 billion people in over 180 countries us...

3 CAPITULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Localización

Nuestro proyecto tiene como origen la ciudad o cantón de Cotacachi, muy reconocida por su valor cultural y artesanal, las prendas que se van a comercializar reflejan la identidad de los pueblos indígenas de la Región Andina, la distribución se la va a realizar en Sangolquí, cantón Rumiñahui, esta ubicación es estratégica para ingresar a los mercados urbanos.

Figura 22

Método de ponderación del factor para localización del local

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	ALTERNATIVAS					
		SANGOLQUI		QUITO		SAN RAFAEL	
UBICACIÓN COMERCIAL	40	5	200	3	120	4	160
PARQUEADERO	20	3	60	4	80	4	80
CERCANÍA DE COTACACHI	5	2	10	3	15	2	10
DEMANDA	10	3	30	4	40	2	20
COMPETENCIA	5	3	15	2	10	3	15
FACILIDAD DE ACCESO	20	4	80	3	60	4	80
TOTAL	100		395		325		365

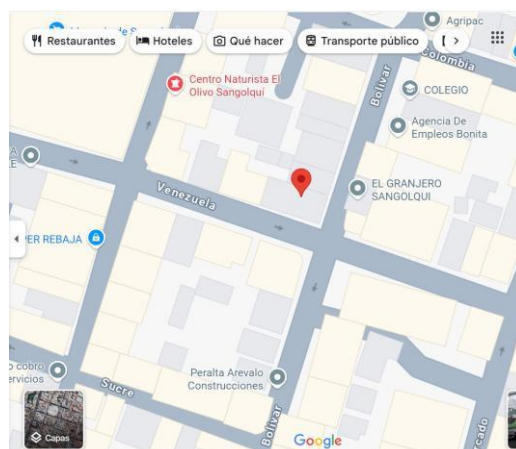
Nota. La figura muestra el método de ponderación aplicado al negocio para la localización.

Fuente: Elaborada por el equipo de trabajo.

Descripción de la localización. La localización del proyecto se decidió en base a los estudios de accesibilidad y cercanía del mercado, y es factible establecer el negocio en Sangolquí en la calle Venezuela y Bolívar, debido a la demanda en el sector es bastante comercial, como preferencia la calle donde se desarrolla la feria en gran manera se puede destacar la afluencia de personas ya que todos salen a comprar ya sea alimentos, artículos o prendas de vestir, lo cual facilita la visibilidad y aceptación de estas prendas de vestir. La ubicación de nuestro negocio será en una zona céntrica en la calle principal de la feria cerca al mercado y centro comercial River Mall, lo cual también favorece el acceso al público y parqueaderos.

Figura 23

Ubicación del local en la ciudad de Sangolquí



Nota. La imagen muestra la ubicación exacta donde estará el local para la comercialización de las prendas. Fuente: Elaborada por Google Maps

3.2 Tamaño óptimo

Se estima iniciar con un aproximado de 100 unidades semanales mezclando según las prendas más llamativas y más votadas en la encuesta como son ponchos, blusas bordadas, correas, chaquetas de cuero, tomando en cuenta los rangos de edad que también sacamos de la encuesta realizada y así poder tener variedad de tallas y colores, 20 prendas de cada uno sería lo más conveniente hasta poder analizar las ventas y que prenda es la más vendida y solicitada o también pedidos de prendas adicionales y para armar las promociones con artículos pequeños que llamen la atención del consumidor, como son pague dos lleve tres o una chaqueta más correa o cartera de cuero. Dependiendo de estos factores ya podríamos obtener el tamaño óptimo y que las ventas sean conforme a la demanda, con una proyección de 10% trimestral, evaluando la capacidad de producción y tiempo de entrega de los artesanos de Cotacachi.

Figura 24*Proyección trimestral de las ventas*

Periodo	Producción estimada (unidades/semana)
Inicio	100
Trimestre 1	110
Trimestre 2	121
Trimestre 3	133

Nota. La figura muestra una producción estimada trimestral con el aumento del 10%. Fuente:

Elaborada por el equipo de trabajo

3.3 Distribución

Podemos distribuir en tres secciones.

- La primera esta la sección o zona de exhibición y ventas.
- La segunda es donde almacenamos la mercadería
- Y la tercera es la sección administrativa.

A demás se tiene proyectado una zona de almacenamiento y despacho para pedidos por medio de redes sociales para cubrir los alrededores de Sangolquí.

3.4 Ingeniería del proyecto

Se requerirá del siguiente personal:

3.4.1 Identificación de recursos humanos

Un gerente o administrador con gran conocimiento en estudio de mercado y marketing que se encargue del ámbito estratégico, un vendedor con conocimiento en atención al cliente y cierre de ventas es la persona que está en atención al público se podría decir que es esencial para la captación de consumidores, un auxiliar de bodega para desarrollo y control de inventario conforme los pedidos que se realicen, será el encargado de ver el stock e ir solicitando el faltante

y así evitar un déficit de prendas y tallas, los artesanos y proveedores son los encargados de la elaboración y envío de las prendas en el tiempo especificado para satisfacer la demanda un grupo de gran importancia para el desarrollo del negocio.

3.4.2 Identificación de recursos materiales

Se detallará los insumos, herramientas, materiales y equipos que se necesitará para el funcionamiento de nuestro negocio de manera eficiente.

- Equipos de oficina (dos computadoras, una impresora, un escritorio, un mostrador, caja)
- Sistema de venta como datafast
- Estanterías para exhibición de los productos, maniquíes, letrero.
- Insumos para empaque como, bolsas y etiquetas de nuestra marca.

Tabla 18

Precios por unidad y total

RECURSOS MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	SUBTOTAL (USD)
Computadoras de escritorio (básicas)	2	\$450	\$900
Impresora multifunción (b/n y color)	1	\$180	\$180
Escritorio (madera o MDF)	1	\$120	\$120
Caja registradora básica	1	\$250	\$250
Mostrador comercial	1	\$200	\$200
Dispositivo Datafast (arrendamiento mensual)	1	\$15 (mensual)	\$15 (1er mes)
Estanterías para exhibición	5	\$80	\$400
Maniquíes	5	\$45	\$225
Bolsas de cartón con logotipo (medianas)	100	\$0.85	\$85
Etiquetas adhesivas personalizadas	500	\$0.10	\$50
Silla	1	34,40	34,40
TOTAL			\$2.444,40

Nota: La tabla muestra el presupuesto en insumos, herramientas, materiales y equipos para el local. Fuente: Tabla elaborada por el equipo de trabajo

Tenemos un presupuesto aproximado de 2444,40 dólares en recursos materiales.

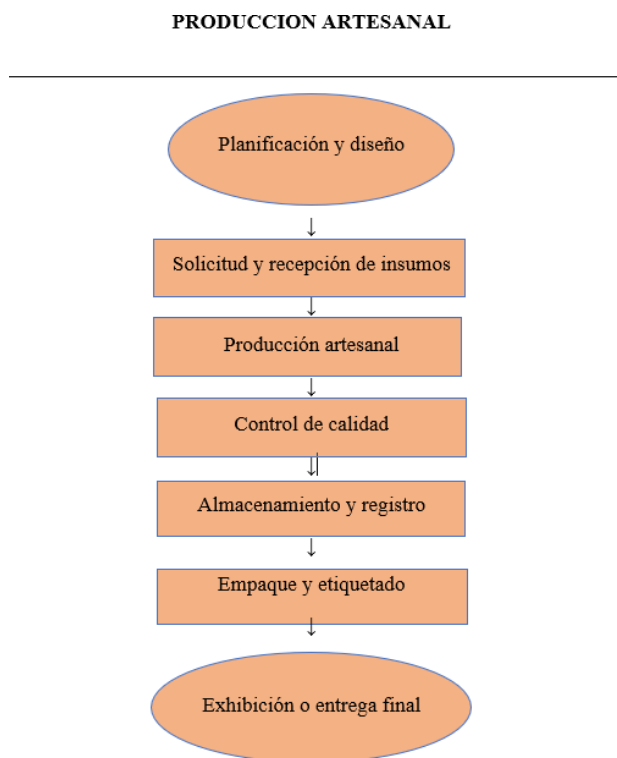
3.5 Recursos productivos

Aquí se detalla los elementos tangibles e intangibles necesarios para la producción, venta y entrega de nuestros productos por requerimiento del cliente. Para nuestro proyecto lo clasificamos de la siguiente manera, y se ve representado en el diagrama:

La producción artesanal. En esta etapa se encargan de la elaboración y confección manual y textil de las prendas, con altos estándares de calidad y diseños únicos, cumpliendo los tiempos de entrega.

Figura 25

Diagrama de procesos para la producción artesanal.



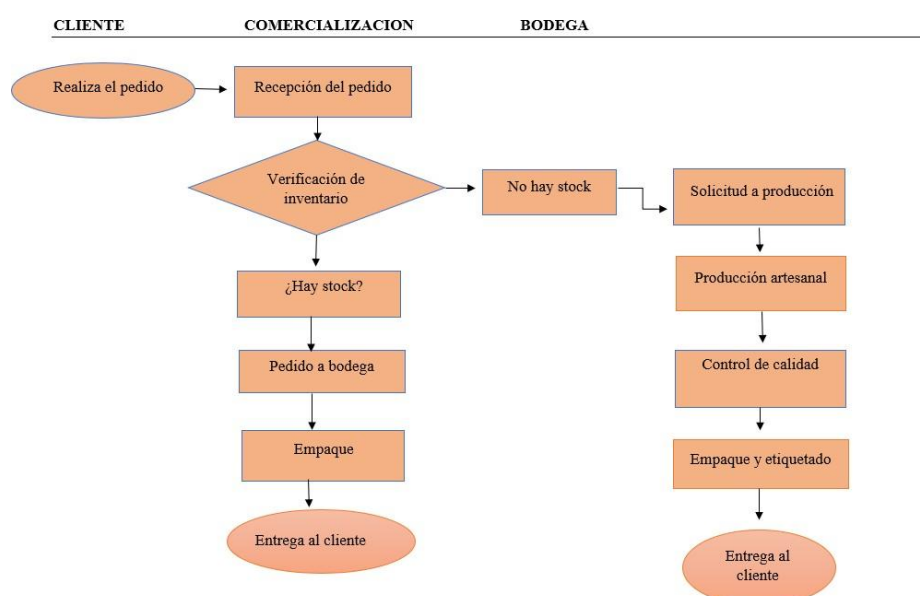
Nota. La figura muestra el proceso para la elaboración de las prendas desde la planificación hasta la entrega final. Fuente: Elaborada por el equipo de trabajo

Personal de recepción de pedidos, empaque y despacho. Se recibe el pedido del cliente y luego se verifica el stock disponible se procede a empacar, a facturar y a despachar, cuando son compras en línea se procede con el transporte del producto. En el caso que no hubiere stock el área de bodega realiza el pedido a los artesanos viendo su disponibilidad y plazos de entrega, se le asigna el trabajo, cuando está listo se realiza un control de calidad siempre pensando en la satisfacción del cliente, y se procede con el empaque y etiquetado para ser entregado en el tiempo que se le indicó al cliente.

Auxiliares de bodega. Son los responsables del control de inventario, recepción de las prendas, su almacenamiento ordenado y despacho al área de ventas.

Figura 26

Flujograma de procesos desde la realización del pedido hasta la entrega al cliente.



Nota. La figura muestra el proceso de la tienda desde el pedido del cliente hasta su despacho.

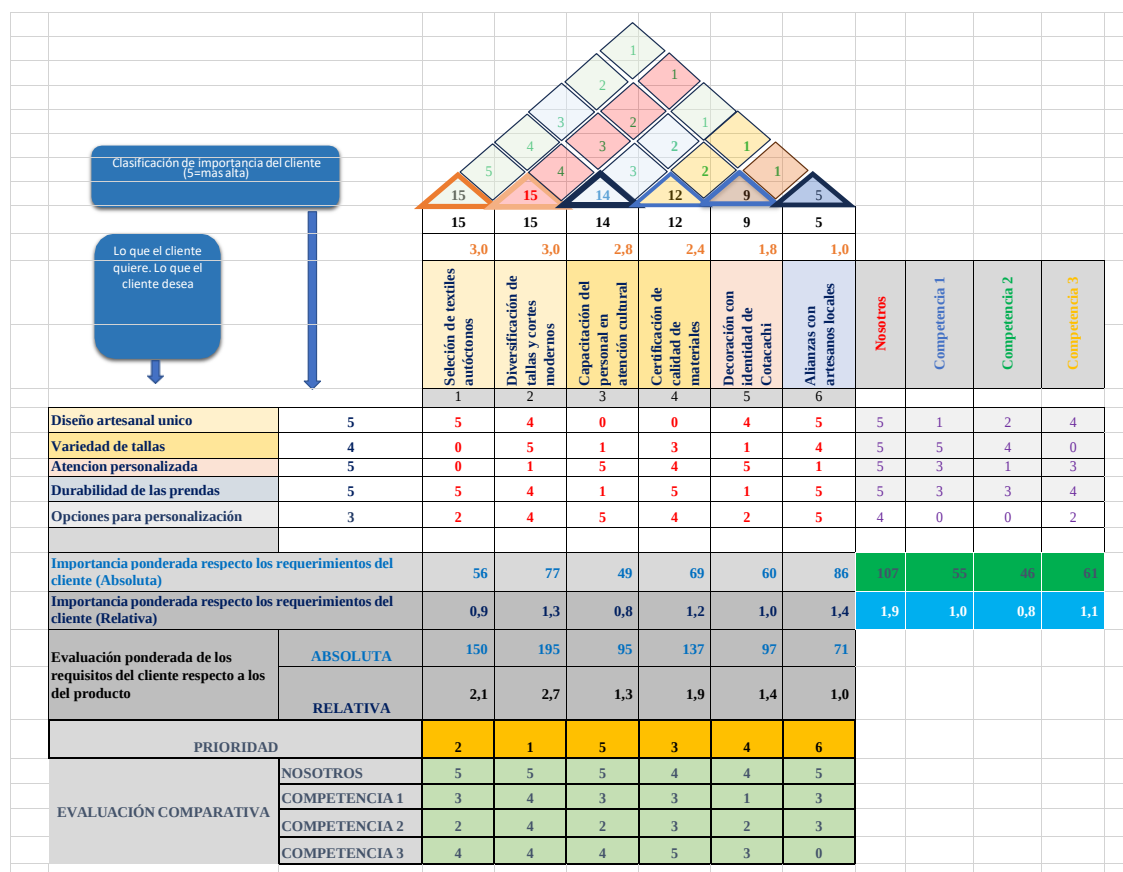
Fuente: Elaborada por el equipo de trabajo

3.6 La casa de la calidad

Es una herramienta que permite exponer las necesidades y expectativas que tiene el cliente de nuestro negocio y de la competencia, cumpliendo con las características específicas del producto para brindar un buen servicio, es de gran importancia en nuestro proyecto ya que nos permite asegurar el diseño y venta de los productos requeridos por el cliente.

Figura 27

La casa de la calidad con los requerimientos del cliente y ofertas de la tienda y sus competencias.



Nota. La figura muestra los requerimientos del cliente y las ofertas de la tienda para brindar un mejor servicio con la ponderación de cada uno. Fuente: Elaborada por el equipo de trabajo.

Estrategias. Mantener y seguir innovando el diseño y producción artesanal incluyendo colores y estilos modernos adaptados a la moda actual.

Fortalecer la atención personalizada y capacitación al personal sobre la cultura a la cual representamos, con empatía hacia los clientes diversos.

Garantizar la calidad y durabilidad del producto, sin perder los procesos de selección de materia prima y artesanos confiables.

Alianzas con artesanos locales, para satisfacer la demanda en el tiempo indicado al cliente

4 CAPITULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Administración estratégica

Es la forma o proceso donde se definen los objetivos a un plazo establecido, analizando los recursos internos, el entorno y de esta manera diseñar estrategias sostenibles para alcanzar los objetivos deseados. En este proyecto estamos orientados al desarrollo del negocio de distribución de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi, buscando promover la cultura sostenible, el comercio justo y la competitividad.

4.1.1 Misión

Brindar a la feria o mercado de Sangolquí una propuesta comercial de prendas de alta calidad que sean autóctonas elaboradas por artesanos de Cotacachi, nuestro objetivo es rescatar, difundir la cultura y preservar la identidad de esta ciudad a través de la moda. Con atención personalizada y comprometidos con las necesidades y gustos del cliente, dando valor al trabajo del artesano de manera consciente, y así brindar una experiencia de compra auténtica y significativa.

4.1.2 Visión

Ser reconocidos a mediano plazo como principal distribuidora de prendas autóctonas y posicionarnos como un ejemplo referente cultural en el Valle de los Chillos y sus alrededores, aspiramos poder construir una marca sólida de productos elaborados en base a un profundo respeto por tradiciones de nuestro país, impulsando un modelo de negocio que resalte la identidad y responsabilidad.

4.1.3 Valores

Calidad. Nuestro principal compromiso es ofrecer y comercializar prendas elaboradas con materiales seleccionados y procesos cuidadosos. Cada prenda pasa por un control de calidad

lo cual garantiza su durabilidad, diseño tradicional en cumplimiento de las exigencias y expectativas del cliente.

Responsabilidad social. Nuestro apoyo a las comunidades artesanas promoviendo y realizando el comercio justo, valorando su trabajo y sus conocimientos ancestrales. De esta manera ellos perciben una retribución digna, impulsando su economía a nivel local y en Sangolquí.

Autenticidad. Nuestra marca asegura originalidad y promovemos la autenticidad, valorando el trabajo de los artesanos quienes han heredado y perfeccionado las técnicas textiles, de bordado, y tejido representando la identidad de su pueblo, fomentando el respeto social. Rechazamos cualquier imitación que dañe la imagen, calidad y valor cultural de las prendas

Respeto cultural. Valoramos mucho las raíces ancestrales llenas de sabiduría, identidad y riqueza social, es lo que guía nuestras acciones que va desde la selección de los productos hasta la relación con el artesano y el cliente. Siempre con la demostración que estamos vendiendo una representación simbólica de creencias, historia y trabajo, siendo justos con cada venta.

4.1.4 Slogan

Nuestro slogan “***Viste tus Raíces con Orgullo***” refleja la esencia y la misión de nuestro proyecto. Es una invitación para los consumidores y clientes a comprar y vestir prendas que no solo nos abrigan el cuerpo sino también nutre la historia, tradición e identidad de los pueblos andinos en cada prenda. Como distribuidores de la marca buscamos fomentar e impulsar el respeto por la cultura, no solo impulsar la moda, sino debe ser con un propósito, el dar valor al trabajo artesanal.

4.1.5 Logotipo

Kawsay Runa tiene un significado muy importante para nuestra marca y lo que transmitimos, Kawsay significa “vida” y runa significa “persona”, con el logotipo buscamos conectar con la identidad indígena, resaltamos la parte humana y viva de cada prenda que ellos elaboran. Nuestra imagen refleja la belleza, vestimenta y tradición, plasmada en una mujer

indígena, la presencia de la mujer es muy significativa y que las que tejen y confeccionan la mayoría son mujeres. Es un gran orgullo cultural para las comunidades de Cotacachi y el resto del país.

Figura 28

Slogan de la marca elegida para el proyecto “Kawsay Runa S.A.S.”, donde podemos apreciar la belleza y transmitir sabiduría y dignidad.



Nota: La figura muestra con diseño, colores, y nombre la identidad, diversidad y riqueza cultural, evocando los colores andinos, de su tierra y espíritu. Fuente: elaborado por el equipo de trabajo.

Figura 29

Colores y letra utilizados en elaboración del slogan de nuestra marca Kawsay Runa S.A.S.



Nota. La figura muestra los colores y tipo de letra utilizados en la creación del slogan, mostrando los códigos que los identifican. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

4.2 Análisis FODA

Esta herramienta estratégica donde podemos evaluar la situación actual de nuestro proyecto, identificando los factores tanto internos como externos. Nos sirve para comprender el entorno, identificar riesgos, corregir lo que está débil, y tomar decisiones estratégicas.

Tabla 19

Comercialización de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi

Fortalezas: • Identidad cultural auténtica, con herencia ancestral de las comunidades indígenas. • Mano de obra de artesanos, garantizando productos de alta calidad. • Materiales naturales y duraderos, respondiendo a las tendencias de consumo consciente. • Ubicación estratégica, Sangolquí permite llegar a los mercados urbanos como Quito y valles.	Debilidades: • Capacidad limitada de producción, lo que puede dificultar satisfacer una demanda alta. • Innovación en diseño, los estilos tradicionales no se adaptan a la población joven. • Certificaciones o registro de marca, dificulta posicionar en el mercado. • Acceso a financiamiento, se les dificulta acceder a créditos o apoyo económico.
Oportunidades: • El turismo nacional e internacional, una gran oportunidad para ofertar y vender estas prendas. • Comercio electrónico, las plataformas digitales sin necesidad de tiendas físicas nos permiten llegar a todos los lugares. • Interés por la producción de grupos étnicos, hay una posibilidad de alianzas con diseñadores que deseen implementar moda artesanal.	Amenazas: • Competencia con imitaciones, son producidas de manera industrial y a bajo costo, lo cual nos podría quitar mercado. • Temporadas de la demanda, la mayor venta depende de las temporadas como ferias o festividades. • Poco interés de las nuevas generaciones, pone en riesgo la sostenibilidad de la producción y comercialización de las mismas.

Nota: La tabla muestra un análisis de las diferentes opciones en cuanto a oferta y demanda con sus respectivas fortalezas y debilidades que nuestra tienda puede enfrentar. Fuente: elaborado por el equipo de trabajo.

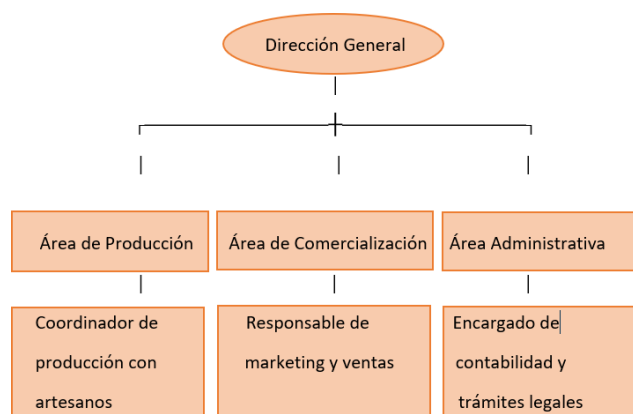
Análisis. El análisis FODA demuestra que nuestro proyecto tiene un gran potencial cultural y artesanal, que representa una gran ventaja frente a productos textiles masivos. Sin embargo enfrentamos limitaciones en producción y en su alcance, pero a pesar de las limitaciones tenemos un mercado favorable por lo sostenible y auténtico, abriendo varias oportunidades de implementar estrategias que nos ayuden a fortalecer nuestra visibilidad y canales de venta.

4.3 Estructura Organizacional y funcional

Es un modelo mixto lo que quiere decir que integra varios elementos como artesanal y comercial con un enfoque eficiente y sostenible para nuestro emprendimiento. Lo vamos a dividir en tres áreas con mayor relevancia.

Figura 30

Distribución por áreas de la estructura Organizacional y funcional.



Nota. La figura muestra la distribución de las áreas correspondientes del negocio.

Fuente: elaborado por el equipo de trabajo.

Área de producción. La cual se encarga de coordinar los pedidos con los artesanos de Cotacachi, para su elaboración y así asegurar y garantizar la calidad ajustándose a los tiempos de entrega.

Área de comercialización. Es la responsable de promocionar por medio de redes sociales y participación en ferias, distribuir y vender las prendas especialmente en nuestra tienda ubicada en Sangolquí.

Área administrativa. Será la encargada de la contabilidad, los pagos a proveedores, transportistas, y empleados del local, también se encargarán de los trámites legales en base al seguimiento del negocio.

4.4 Estudio legal

Se requiere establecer y cumplir las disposiciones legales para el correcto funcionamiento de nuestro emprendimiento, acogiéndonos al marco jurídico adecuado para que les permita regular nuestra actividad.

4.4.1 Tipo de empresas

Para nuestro negocio es una sociedad S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificada), según la ley establecida en el Ecuador es la más adecuada para pequeños y medianos emprendimientos, se caracteriza por ser persona jurídica, por su flexibilidad administrativa y la posibilidad de tener varios socios.

Tiene varias ventajas:

- Los bajos costos para su constitución, y rapidez en los trámites, ya que lo puede realizar en línea.
- Hay la posibilidad de funcionar con un solo accionista, la mayoría se destaca por ser un emprendimiento familiar o individual.
- Podemos formalizar ventas, emitir facturas, participar en ferias y también hacer convenios con el Estado.
- No exige un capital mínimo, pero si se recomienda iniciar con un valor que represente los recursos que se utilizarán.

También tenemos obligaciones entre las cuales resaltamos:

- Obtener el RUC, permisos municipales, asimismo cumplir con lo que exigen
- Cumplir con las normativas del SRI
- Registrar la marca en el SENADI

4.5 Estudio Ambiental /Objetivos de desarrollo sostenible

Con nuestro emprendimiento buscamos promover un modelo de negocio responsable, tomando en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible los cuales son planteados por la ONU.

Figura 31

De los 17 objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la ONU, nosotros lo comparamos con el #12, fundamental para las generaciones actuales y futuras.



Nota: La figura muestra el significado cultural de la producción y consumo responsable, lo cual lo comparamos con nuestro proyecto, ya que buscamos incentivar la producción artesanal y el consumo de las prendas de manera responsable y justa. Fuente: Elaborado por la ONU.

Compromiso ambiental.

- Priorizamos el uso responsable de materiales naturales, biodegradables, evitando utilizar insumos que generen contaminación y que no sean reciclables.

- Fomentamos el trabajo manual sin el uso de maquinaria industrial excesiva reduciendo la huella de carbono.
- Se realizará talleres de concientización para las comunidades y consumidores sobre la moda sostenible y respeto al medio ambiente.
- Con esto buscamos conservar la identidad cultural indígena y que se vea reflejada en nuestras prendas.

5 CAPITULO 5: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Inversión inicial

La inversión inicial de nuestro proyecto corresponde a los recursos económicos que son necesarios para ponerlo en marcha antes de abrir sus puertas al público, se incluye la inversión en activos fijos como equipos y lo necesario para la exhibición de las prendas, la inversión en intangibles como los permisos y licencias, el capital de trabajo donde se toma en cuenta los insumos y lo destinado a la compra de las prendas que se va a comercializar, y el financiamiento bancario.

Figura 32

Resumen específico de los utilizado como inversión inicial.

Resumen Inversión Inicial	
Detalle	Valores
1.1 Inversión en activos fijos	2.079,40
1.2 Inversión en Intangibles	1.310,00
1.3 Capital de trabajo	24.816,00
(=) Total Inversión	28.205,40
(-) Financiamiento	22.000,00
(=) Inversión Neta	6.205,40

Nota. La figura muestra a detalle la inversión inicial del proyecto, y muestra también una garantía que nuestro local cuente con lo necesario y recursos suficientes para una apertura adecuada. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Nuestro proyecto requiere una inversión de 28.205,40 dólares, se la distribuye en tres partes principales. *Inversión en activos fijos.* Un valor de 2.079,40 dólares, este valor representa a la compra de la maquinaria y bienes mobiliarios es un aproximado del 7,37% del total de la inversión. *Inversión en intangibles.* Un valor de 1.310,00 dólares, se toma en cuenta gastos como licencias municipales, de funcionamiento, software, lo cual corresponde al 4,64% de la inversión inicial. *Capital de trabajo.* Un valor de 24.816,00 dólares es el valor más significativo el cual equivale al 87,99% de la inversión. Hay

que tomar en cuenta el financiamiento bancario en este caso un valor de 22.000,00 dólares que tomaría el 78,02% y el resto es aporte propio de los asociados de 21,98%.

5.2 Capital de trabajo

Son los recursos financieros que el negocio necesita para cubrir sus operaciones y mantener el funcionamiento del negocio.

Figura 33

Capital de Trabajo

Detalle	Valor mensual
Costos	6.171,00
Gastos Adm y Ventas	2.101,00
Total costo y gastos (mensuales)	8.272,00
Total Capital de trabajo previsto	24.816,00

Nota. La figura muestra el detalle de que está conformado el capital de trabajo, y el valor total disponible para iniciar el negocio. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Un total de 24.816,00 dólares, este valor asegura la operación del negocio con liquidez durante los primeros tres meses, hasta obtener clientela y ventas fijas. Lo cual nos muestra que la mayoría de recursos es para mantener el stock y la operatividad, minimizando riesgos de liquidez.

5.3 Identificación de ingresos

Este proceso nos permite determinar todas las formas en las que el negocio generará entradas de dinero, las condiciones y tiempos en los que se recibirá dicho ingreso.

Figura 34

Ingresos

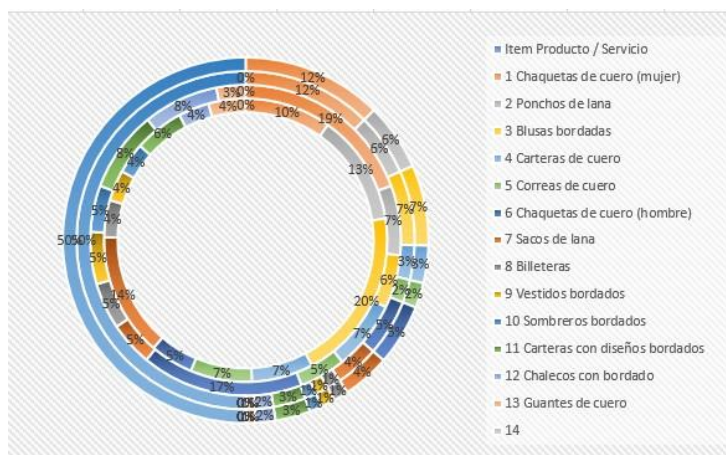
# Item	Detalle Producto / Servicio	Proyección mensual			Anual
		Cantidad	P. Unitario	Mensual	
1	Chaquetas de cuero (mujer)	14	160,00	2.240,00	26.880,00
2	Ponchos de lana	18	60,00	1.080,00	12.960,00
3	Blusas bordadas	28	46,00	1.288,00	15.456,00
4	Carteras de cuero	10	60,00	600,00	7.200,00
5	Correas de cuero	10	40,00	400,00	4.800,00
6	Chaquetas de cuero (hombre)	7	140,00	980,00	11.760,00
7	Sacos de lana	20	38,00	760,00	9.120,00
8	Billeteras	6	40,00	240,00	2.880,00
9	Vestidos bordados	5	45,00	225,00	2.700,00
10	Sombreros bordados	5	40,00	200,00	2.400,00
11	Carteras con diseños bordados	8	70,00	560,00	6.720,00
12	Chalecos con bordado	5	65,00	325,00	3.900,00
13	Guantes de cuero	6	25,00	150,00	1.800,00
14				-	-
15				-	-
16				-	-
17				-	-
18				-	-
19				-	-
20				-	-
Total ingresos ingresos proyectados				9.048,00	108.576,00

Nota. La figura muestra a detalle los productos que se ofrecerán en el local, una cantidad estimada con la que se iniciará la venta con su precio unitario, valor mensual y anual. Fuente: elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. La proyección de ingresos del negocio de venta de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi muestra un ingreso mensual de 9.048,00 dólares, entre los productos que más aportan están las chaquetas de cuero, las blusas bordadas y ponchos de lana, los accesorios como guantes y sombreros no aportan en gran cantidad pero son necesarios.

Figura 35

Porcentaje aportado por cada prenda que estará a la venta.



Nota. En la figura se muestra la clasificación de las prendas y el porcentaje de aportación según su cantidad y precio, reflejando la realidad económica del negocio. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

5.4 Costos y Gastos administrativos

Lo relacionado con la producción de la prenda y el servicio de transporte, mano de obra, entre otros, lo necesario para obtener el producto final, y los gastos administrativos es lo que no esta relacionado directamente con la producción lo cual incluye sueldos, arriendos, servicios básicos, entre otros.

Figura 36

Costos.

# Item	Detalle Productos y/o servicios	Costo del producto / Servicio (Costo unitario)				Proyección mensual		Costo Anual
		Materiales	Mano de obra	Indirectos	Total costo	Cantidad	C. mensual	
1	Chaquetas de cuero (mujer)	120,00			120,00	14,00	1.680,00	20.160,00
2	Ponchos de lana	45,00			45,00	18,00	810,00	9.720,00
3	Blusas bordadas	34,50			34,50	28,00	966,00	11.592,00
4	Carteras de cuero	45,00			45,00	10,00	450,00	5.400,00
5	Correas de cuero	30,00			30,00	10,00	300,00	3.600,00
6	Chaquetas de cuero (hombre)	105,00			105,00	7,00	735,00	8.820,00
7	Sacos de lana	19,00			19,00	20,00	380,00	4.560,00
8	Billeteras	20,00			20,00	6,00	120,00	1.440,00
9	Vestidos bordados	22,50			22,50	5,00	112,50	1.350,00
10	Sombreros bordados	20,00			20,00	5,00	100,00	1.200,00
11	Carteras con diseños bordados	35,00			35,00	8,00	280,00	3.360,00
12	Chalecos con bordado	32,50			32,50	5,00	162,50	1.950,00
13	Guantes de cuero	12,50			12,50	6,00	75,00	900,00
Costo Total							6.171,00	74.052,00

Nota. La figura muestra los costos aproximados del material, elaboración y otros costos que permiten que la prenda llegue hasta la tienda para su venta, pasando por todos los filtros de calidad. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Los costos de elaboración para la línea de productos autóctonos como el cuero, lana, y bordados. Costo total mensual de 6.171,00 dólares y anual 74.052,00 dólares. Se podría calcular una utilidad bruta mensual, lo cual se podría decir que es aceptable para un negocio artesanal.

Figura 37*Gastos de Administración y ventas*

Item	Rubro	V Mensual	Anual
1	Sueldo y Salarios	\$ 1.410,00	\$ 16.920,00
2	Arriendos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
3	Servicios Básicos	\$ 25,00	\$ 300,00
4	Seguros	\$ 34,00	\$ 408,00
5	Internet	\$ 21,00	\$ 252,00
6	Contador	\$ 120,00	\$ 1.440,00
7	Transporte	\$ 50,00	\$ 600,00
15	Imprevistos (10%)	\$ 191,00	\$ 2.292,00
	Totales	\$ 2.101,00	\$ 25.212,00

Nota. La figura muestra el detalle de los gastos administrativos esenciales para iniciar el negocio, lo cual es necesario para su funcionamiento más la reserva para imprevistos. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Se puede deducir que la nómina se redujo para iniciar con 3 personas que puedan adaptarse a las diferentes funciones, sin afectar la calidad del servicio y así evitar un riesgo para los ingresos. El resto es razonable e indispensable.

5.5 Financiamiento

En este proceso nuestra empresa define los recursos que necesita de una entidad bancaria, buscando la mejor tasa evitando pagar interés en exceso, evaluando la cuota y que sea posible el pago de la misma, y lograr una utilidad fuera de este pago, esto se utiliza para cubrir las necesidades específicas que son para el inicio del negocio, comprando los activos, cubriendo los gastos y necesidades de liquidez.

Figura 38*Financiamiento bancario*

Monto a financiar:	22.000,00
Tasa:	12%
Nro. Años (Máximo 5 años)	5
Total períodos	60
Períodos de gracia	0
Total períodos a amortizar	60
Valor dividendo	\$ 489,38
Valor Intereses	7.362,67

Nota. La figura muestra el monto que nuestra empresa necesita para iniciar su operación, la tasa con la cual nos ayudaría la entidad financiera para no pagar un interés demasiado alto, y la cantidad de meses al que se realizará el diferido. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. La tasa es anual lo que representa el 1% mensual, en cada cuota y en ella se refleja el capital e interés. El financiamiento es viable ya que el pago mensual constante ayuda a mejorar el flujo de caja, y sin periodo de gracia la cuota es menor.

5.6 Flujo de caja

En el flujo de caja es una herramienta muy importante y clave donde llevamos el registro de todas las entradas y salidas de dinero que se van generando en el tiempo que se desarrolla el negocio. Ahí podemos ver la capacidad de nuestro negocio para generar liquidez, cubriendo sus costos operativos y poder pagar las obligaciones financieras como la cuota del préstamo y aun así generar rentabilidad y sostenibilidad.

Figura 39*Flujo de caja*

Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		108.576,00	109.755,00	110.934,00	112.113,00	113.292,00	554.670,00
Costo de Venta	-		74.052,00	74.846,00	75.640,00	76.434,00	77.228,00	378.200,00
Gastos de Administración y Ventas	-		25.212,00	25.716,24	26.230,56	26.755,18	27.290,28	131.204,26
Depreciaciones y amortizaciones	-		1.047,94	357,94	357,94	207,94	207,94	2.179,70
Gastos financieros	-		2.456,15	2.022,87	1.534,63	984,48	364,55	7.362,67
Impuestos - Utilidades	-		1.957,27	2.295,63	2.416,58	2.605,48	2.763,82	12.038,78
Ganancias netas	=		3.850,65	4.516,33	4.754,28	5.125,92	5.437,42	23.684,59
Depreciaciones y amortizaciones	+		1.047,94	357,94	357,94	207,94	207,94	2.179,70
Costos de inversión	-	28.205,40						28.205,40
Préstamo	+	22.000,00	-	-	-	-	-	22.000,00
Pago de capital	-		3.416,39	3.849,67	4.337,90	4.888,06	5.507,99	22.000,00
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	24.816,00	24.816,00
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(6.205,40)	1.482,20	1.024,60	774,32	445,81	24.953,37	22.474,89
Flujo de caja acumulado	=	(6.205,40)	(4.723,20)	(3.698,60)	(2.924,28)	(2.478,48)	22.474,89	

Nota. La figura muestra a detalle la composición del flujo de caja y los valores calculados en base al proyecto con sus ingresos, gastos, préstamos, capital, ganancias, entre otros. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Hay que resaltar que la ganancia llega desde el primer año, con una sostenibilidad muy buena y poco común, tiene una variación positiva, esto también se debe a una buena gestión financiera durante los cinco años calculados y al final con la deuda bancaria saldada. Es rentable y viable con una buena planificación de costos y gastos.

5.7 Valor Actual Neto (VAN) y tasa Interna de Retorno (TIR)

Estos indicadores financieros indican los flujos que genera el proyecto con la tasa determinada o tasa de descuento menos el valor de la inversión inicial, son herramientas esenciales para calcular la rentabilidad de un proyecto y así poder avaluar y tomar decisiones.

Figura 40*Evaluación financiera.*

Tasa de descuento =	12%
VAN =	\$ 10.928,47
TIR =	42,28%

Nota. La figura muestra los valores del VAN, TIR y Tasa de descuento con los cuales se realiza el cálculo final para evaluar la rentabilidad del negocio. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. El valor actual neto es el resultado de todos los flujos de caja de nuestro proyecto y con el descuento del 12% el cual es el costo de oportunidad del capital. El VAN se calcula trayendo al presente todos los ingresos futuros que me va a dar el proyecto descontando la inversión inicial. Y el TIR es el porcentaje de la ganancia que realmente me da el proyecto cada año, es mayor que la tasa de descuento por lo tanto es viable.

5.8 Costo beneficio

Es un indicador financiero que permite comparar el valor que se tiene en el presente de las ganancias o beneficios con sus costos validando la eficiencia económica.

Figura 41

Costo beneficio.

COSTO BENEFICIO =	\$ 2,76
--------------------------	----------------

Nota. La figura muestra el valor del costo beneficio donde los beneficios superan a los costos, una clara señal de eficiencia y rentabilidad. Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

Análisis e interpretación. Por cada dólar invertido obtenemos un beneficio del 2,76 esto confirma plenamente que el negocio es rentable y seguro para invertir, no solo cubren costos también supera el punto de equilibrio esperado.

Conclusiones

Objetivo General.

Conclusión. Nuestro proyecto Comercialización de prendas autóctonas elaboradas en Cotacachi, según lo antes detallado demuestra ser una propuesta viable y rentable y tiene un alto impacto social, cultural y económico. Luego del análisis de mercado se pudo identificar un público que muestra interés en los productos con identidad cultural, sobre todo la calidad artesanal y nos permite posicionar estas prendas en el mercado.

Objetivo específico 1.

Conclusión. Se evidencia que los clientes están interesados en productos con identidad cultural calidad y precios accesibles, esto es una ventaja frente a la competencia, presentando oportunidades de mejora permitiendo ampliar la aceptación y cubrir las falencias.

Objetivo específico 2.

Conclusión. Con la evaluación financiera se pudo demostrar que nuestro proyecto es rentable y sostenible en el tiempo, hay una correcta relación entre costo y beneficio, y la ubicación es estratégica para la venta de los productos autóctonos.

Objetivo específico 3.

Conclusión. Nuestro modelo de mercado permitirá alianzas estratégicas y así ampliar los canales de distribución, por ejemplo, tener presencia en tiendas físicas, virtuales y formalizar el negocio. Consolidando y generando mayor visibilidad siendo competitivos para el sector textil.

Recomendaciones

Resaltar los diseños autóctonos por ejemplo como un valor agregado que nos diferencie de la competencia y así potenciar el reconocimiento de Cotacachi como referente de la moda artesanal.

Orientar a los artesanos con prácticas que los ayude a mejorar la calidad y con un menor tiempo y así innovar en diseños y adaptarse a la moda global, sin perder la esencia cultural y trabajo manual en sus diseños.

Bibliografía

Guamán Albuja, M., & Montalvo Pineda, V. (12 de 12 de 2022). *Repositorio Digital*

Universidad Técnica del Norte. Obtenido de

<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13205>

Maldonado Talaco, B. (2021). *1Library.co*. Obtenido de

<https://1library.co/document/qm06v37y-factibilidad-creacion-microempresa-produccion-comercializacion-indigena-cotacachi-cotacachi.html>

Males Lema, F. (12 de 2016). *Biblioteca Digital de la Escuela Politécnica Nacional*.

Obtenido de chrome-

<extension://efaidnbmnnnibpcajpcgklclefindmkaj/https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/16951/1/CD-7534.pdf>

Palacios, R. (2025). *Academia.edu*. Obtenido de <https://n9.cl/o0f12>

Peréz Cerón, Y. (s.f.). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*.

Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4709>

Sarzosa Velasco, A. (2019). *Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica*

del Ecuador (PUCE). Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/items/aa8f6762-4a44-4669-a8ab-64ca207cbcde>.

<https://www.andesartesanias.com/info/cotocachileather.html>

<https://mikaaa27.blogspot.com/p/cultura-de-imbabura.html?m=1>

<https://www.lahora.com.ec/imbaburacarchi/Cotacachi-tierra-de-artesanos-creativos-20190706-0068.html>

<https://www.turismoecuador24.com/blog-turismo/cotacachi-ecuador-arte-cultura-turismo-pueblo>

Anexo 1.*(Detalle de Activos fijos)*

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total
1	2	COMPUTADOR DE ESCRITORIO BASICA	225,00	450,00
2	1	IMPRESORA MULTIFUNCION	180,00	180,00
3	1	ESCRITORIO	120,00	120,00
4	1	CAJA REGISTRADORA BASICA	250,00	250,00
5	1	MOSTRADOR COMERCIAL	200,00	200,00
6	1	DISPOSITIVO DATAFAST	15,00	15,00
7	5	ESTANTERIAS PARA EXHIBICION	80,00	400,00
8	5	MANIQUIES	45,00	225,00
9	100	BOLSAS DE CARTÓN CON LOGOTIPO	0,85	85,00
10	500	ETIQUETAS ADHESIVAS PERSONALIZADAS	0,1	50,00
11	2	ESPEJO GRANDE	35	70,00
12	1	SILLA	34,4	34,40
Totales				2.079,40

Anexo 2.*(Detalle de activos intangibles)*

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total
1	1	Registro de marca	140	140,00
2	1	Registro RUC y facturación	180	180,00
3	1	Honorarios contables	370	370,00
4	1	Permiso de funcionamiento municipal	120	120,00
5	1	Sotfware	300	300,00
6	1	Diseño de pagina web y publicidad	200	200,00
7				-
8				-
9				-
10				-
11				-
12				-
Totales				1.310,00

Anexo 3.

(Tabla de amortización)

Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	22.000,00	-	-	-	22.000,00
1	22.000,00	220,00	269,38	489,38	21.730,62
2	21.730,62	217,31	272,07	489,38	21.458,55
3	21.458,55	214,59	274,79	489,38	21.183,76
4	21.183,76	211,84	277,54	489,38	20.906,22
5	20.906,22	209,06	280,32	489,38	20.625,90
6	20.625,90	206,26	283,12	489,38	20.342,78
7	20.342,78	203,43	285,95	489,38	20.056,83
8	20.056,83	200,57	288,81	489,38	19.768,02
9	19.768,02	197,68	291,70	489,38	19.476,33
10	19.476,33	194,76	294,61	489,38	19.181,71
11	19.181,71	191,82	297,56	489,38	18.884,15
12	18.884,15	188,84	300,54	489,38	18.583,61
13	18.583,61	185,84	303,54	489,38	18.280,07
14	18.280,07	182,80	306,58	489,38	17.973,50
15	17.973,50	179,73	309,64	489,38	17.663,85
16	17.663,85	176,64	312,74	489,38	17.351,11
17	17.351,11	173,51	315,87	489,38	17.035,25
18	17.035,25	170,35	319,03	489,38	16.716,22
19	16.716,22	167,16	322,22	489,38	16.394,01
20	16.394,01	163,94	325,44	489,38	16.068,57
21	16.068,57	160,69	328,69	489,38	15.739,88
22	15.739,88	157,40	331,98	489,38	15.407,90
23	15.407,90	154,08	335,30	489,38	15.072,60
24	15.072,60	150,73	338,65	489,38	14.733,95
25	14.733,95	147,34	342,04	489,38	14.391,91
26	14.391,91	143,92	345,46	489,38	14.046,45
27	14.046,45	140,46	348,91	489,38	13.697,54
28	13.697,54	136,98	352,40	489,38	13.345,13
29	13.345,13	133,45	355,93	489,38	12.989,21
30	12.989,21	129,89	359,49	489,38	12.629,72
31	12.629,72	126,30	363,08	489,38	12.266,64
32	12.266,64	122,67	366,71	489,38	11.899,93
33	11.899,93	119,00	370,38	489,38	11.529,55
34	11.529,55	115,30	374,08	489,38	11.155,47
35	11.155,47	111,55	377,82	489,38	10.777,64
36	10.777,64	107,78	381,60	489,38	10.396,04
37	10.396,04	103,96	385,42	489,38	10.010,63
38	10.010,63	100,11	389,27	489,38	9.621,35
39	9.621,35	96,21	393,16	489,38	9.228,19
40	9.228,19	92,28	397,10	489,38	8.831,09
41	8.831,09	88,31	401,07	489,38	8.430,03
42	8.430,03	84,30	405,08	489,38	8.024,95
43	8.024,95	80,25	409,13	489,38	7.615,82
44	7.615,82	76,16	413,22	489,38	7.202,60
45	7.202,60	72,03	417,35	489,38	6.785,25

46	6.785,25	67,85	421,53	489,38	6.363,72
47	6.363,72	63,64	425,74	489,38	5.937,98
48	5.937,98	59,38	430,00	489,38	5.507,99
49	5.507,99	55,08	434,30	489,38	5.073,69
50	5.073,69	50,74	438,64	489,38	4.635,05
51	4.635,05	46,35	443,03	489,38	4.192,02
52	4.192,02	41,92	447,46	489,38	3.744,56
53	3.744,56	37,45	451,93	489,38	3.292,63
54	3.292,63	32,93	456,45	489,38	2.836,18
55	2.836,18	28,36	461,02	489,38	2.375,16
56	2.375,16	23,75	465,63	489,38	1.909,54
57	1.909,54	19,10	470,28	489,38	1.439,25
58	1.439,25	14,39	474,99	489,38	964,27
59	964,27	9,64	479,74	489,38	484,53
60	484,53	4,85	484,53	489,38	0,00
Totales		7.362,67	22.000,00	29.362,67	

Anexo 4.

(Balance General)

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO CORRIENTE	24.816,00	26.298,20	27.322,80	28.097,12	28.542,92	28.680,29
Caja - bancos	-	1.482,20	2.506,80	3.281,12	3.726,92	28.680,29
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-	-
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
Otros activos corrientes	24.816,00	24.816,00	24.816,00	24.816,00	24.816,00	-
ACTIVO NO CORRIENTE	3.389,40	2.341,46	1.983,52	1.625,58	1.417,64	1.209,70
ACTIVOS FIJOS	2.079,40	2.079,40	2.079,40	2.079,40	2.079,40	2.079,40
ACTIVOS INTANGIBLES	1.310,00	1.310,00	1.310,00	1.310,00	1.310,00	1.310,00
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(1.047,94)	(1.405,88)	(1.763,82)	(1.971,76)	(2.179,70)
OTROS ACTIVOS	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS	28.205,40	28.639,66	29.306,32	29.722,70	29.960,56	29.889,99
PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	22.000,00	18.583,61	14.733,95	10.396,04	5.507,99	0,00
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	22.000,00	18.583,61	14.733,95	10.396,04	5.507,99	0,00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	22.000,00	18.583,61	14.733,95	10.396,04	5.507,99	0,00
PATRIMONIO	6.205,40	10.056,05	14.572,37	19.326,65	24.452,58	29.889,99
CAPITAL (APORTES)	6.205,40	6.205,40	6.205,40	6.205,40	6.205,40	6.205,40
RESULTADOS ACUMULADOS	-	-	3.850,65	8.366,97	13.121,25	18.247,18
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	3.850,65	4.516,33	4.754,28	5.125,92	5.437,42
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	28.205,40	28.639,66	29.306,32	29.722,70	29.960,56	29.889,99