



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**CARRERA ESTADÍSTICA**

**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE  
CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA  
EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN ESTADÍSTICA INFORMÁTICA**

**AUTOR: ELSY NATALY GUSQUI GUSQUI,  
TANIA ROCÍO RIERA VILLAGÓMEZ**

**DIRECTORA: ING. MARLENE JACQUELINE GARCÍA VELOZ**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2021**

**©2021, Elsy Nataly Gusqui Gusqui , Tania Rocío Riera Villagómez**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotras, Elsy Nataly Gusqui Gusqui, Tania Rocío Riera Villagómez, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Riobamba, 19 de agosto del 2021



**Elsy Nataly Gusqui Gusqui,**  
**060562943-5**



**Tania Rocío Riera Villagómez**  
**060388122-8**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**CARRERA DE ESTADÍSTICA**

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: emprendimiento, **PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **ELSY NATALY GUSQUI GUSQUI**, y la señorita **TANIA ROCÍO RIERA VILLAGÓMEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b> (año-mes-día)
Ing. Johanna Enith Aguilar Reyes <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>JOHANNA ENITH AGUILAR REYES</b>	2021-08-19
Ing. Marlene Jacqueline García Veloz <b>DIRECTOR/A DEL TRABAJO DE TITULACION</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>MARLENE JACQUELINE GARCIA VELOZ</b>	2021-08-19
Ing. Natalia Alexandra Pérez Londo <b>MIEMBRO DE TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>NATALIA ALEXANDRA PEREZ LONDO</b> Fecha: 2021-08-19 16:29:29 -05:00	2021-08-19

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación dedico a Dios el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza y sabiduría para continuar cuando a punto de caer he estado, de igual manera a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, valores y hábitos los cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos difíciles, a mis, hermanos y toda mi familia, por su apoyo incondicional y por compartir buenos y malos momentos.

Nataly

El presente emprendimiento se lo dedico a dios quien me dio fortaleza y protección en tiempos difíciles, a mis padres por su arduo trabajo y apoyo que me brindaron día a día, en el transcurso de mi carrera universitaria, me llenan de orgullo no hay manera de que pueda devolver todo lo que me han dado.

Tania

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, mis padres, mis profesores, quienes sin ningún reparo me han dado la oportunidad para capacitarme y enriquecer mis conocimientos en materia de cultura general, ética profesional para el bien de mi formación y el servicio de la sociedad.

Nataly

Agradezco a mis padres por su apoyo, me enseñaron a nunca rendirme, ser perseverante convirtiéndome en la persona que soy ahora todos y cada uno de mis logros se los debo a ustedes. A mis hermanos por aportarme buenas cosas a mi vida, siempre brindándome alegría, convirtiéndose en ejemplo de lucha para alcanzar mis metas. Gracias por todo su apoyo, compañía y amor.

Tania

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURA.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	x
RESUMEN.....	xii
SUMMARY.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Descripción del problema.....	2
1.3. Justificación.....	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. <i>Objetivo general</i> .....	3
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	3

### CAPÍTULO II

2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	4
2.1. Antecedentes históricos de la confección de ropa deportiva.....	4
2.1.1. <i>Historia de la ropa deportiva</i> .....	4
2.1.2. <i>Textiles y confecciones en Ecuador</i> .....	5
2.2. Identificación y evaluación de las ideas de negocio.....	6
2.3. Propuesta técnica.....	7
2.3.1. <i>Macro y micro localización del emprendimiento</i> .....	7
2.3.2. <i>Reconocimiento social y ubicación</i> .....	9
2.3.3. <i>Segmento del mercado al que está dirigido el producto</i> .....	9

2.3.4.	<i>Descripción y diseño de la oferta</i> .....	9
2.3.4.1.	<i>Distribución de la planta</i> .....	9
2.3.4.2.	<i>Productos</i> .....	11
2.3.4.3.	<i>Insumos y materiales de producción</i> .....	21
2.3.4.4.	<i>Maquinaria requerida</i> .....	22
2.3.4.5.	<i>Volumen de producción</i> .....	24
2.3.4.6.	<i>Proveedores de materiales e insumos</i> .....	24
2.3.4.7.	<i>Procesos de producción</i> .....	25
2.3.4.8.	<i>Flujograma del proceso de producción</i> .....	26
2.4.	<b>Estrategias de comercialización y venta</b> .....	28
2.4.1.	<i>Elaboración de una marca</i> .....	28
2.4.1.1.	<i>Eslogan</i> .....	29
2.4.1.2.	<i>Estrategias de comunicación</i> .....	29
2.4.1.3.	<i>Estrategia de merchandising (punto de venta)</i> .....	30

### **CAPÍTULO III**

3.	<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	31
3.1.	<b>Análisis de la demanda</b> .....	31
3.1.1.	<i>Tipo de investigación</i> .....	31
3.1.2.	<i>Diseño de la investigación</i> .....	31
3.1.3.	<i>Identificaciones variables</i> .....	32
3.1.4.	<i>Planteamiento de la hipótesis</i> .....	32
3.1.5.	<i>Población de estudio</i> .....	33
3.1.6.	<i>Tamaño de la muestra</i> .....	33
3.1.7.	<i>Método de muestreo</i> .....	34
3.1.8.	<i>Técnica de recolección de datos</i> .....	34
3.2.	Tabulación y análisis de resultados .....	34
3.2.1.	<i>Perfil del consumidor</i> .....	47



3.3.	Análisis de la oferta (competencia).....	47
3.3.1.	<i>Caracterización de la competencia</i> .....	47
3.4.	<b>Confrontación oferta – demanda</b> .....	48
3.4.1.	<i>Proyección de la demanda</i> .....	48
3.4.2.	<i>Cálculo de la demanda potencial</i> .....	49
3.4.3.	<i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i> .....	50
3.4.4.	<i>Cálculo de la demanda objetivo de mercado</i> .....	50

#### **CAPÍTULO IV**

4.	<b>ENTORNO JURÍDICO</b> .....	51
4.1.	<b>Análisis del contexto del marco legal para determinar la figura legal del emprendimiento</b> .....	51
4.1.1.	<i>Ley de Fomento Artesanal</i> .....	51
4.1.2.	<i>Ley de Defensa del Artesano</i> .....	53
4.1.3.	<i>Definición de la figura legal del emprendimiento</i> .....	54
4.2.	<b>Estructura administrativa</b> .....	55
4.2.1.	<i>Estructura orgánico funcional</i> .....	56

#### **CAPÍTULO V**

5.	<b>ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO</b> .....	60
5.1.	<b>Análisis de inversión</b> .....	60
5.1.1.	<i>Determinación de inversiones y gastos del área comercial</i> .....	60
5.1.2.	<i>Determinación de inversiones y gastos del área productiva</i> .....	61
5.1.3.	<i>Determinación de inversiones y gastos del área administrativa</i> .....	63
5.2.	<b>Inversiones</b> .....	64
5.3.	<b>Estado de fuentes y usos.</b> .....	64
5.4.	<b>Amortizaciones</b> .....	65
5.5.	<b>Estado de resultado</b> .....	66
5.6.	<b>Estado de situación financiera</b> .....	66

5.7.	<b>Flujo de caja.</b>	67
5.7.1.	<i>Valor actual neto</i>	68
5.7.2.	<i>Tasa interna de Retorno</i>	68
5.8.	<b>Punto de equilibrio</b>	68
	<b>CONCLUSIONES</b>	70
	<b>RECOMENDACIONES</b>	71
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b>	Ideas de negocio.....	6
<b>Tabla 2-2:</b>	Selección de idea.....	6
<b>Tabla 3-2:</b>	Evaluación de idea.....	7
<b>Tabla 4-2:</b>	Segmentación de mercado.....	9
<b>Tabla 5-2:</b>	Características del producto por tipo.....	12
<b>Tabla 6-2:</b>	Costo de Bividi y licra.....	15
<b>Tabla 7-2:</b>	Camiseta crop y licra.....	16
<b>Tabla 8-2:</b>	Costo conjunto de mujer.....	17
<b>Tabla 9-2:</b>	Costo de camiseta y pantaloneta.....	18
<b>Tabla 10-2:</b>	Camiseta manga larga y pantaloneta.....	19
<b>Tabla 11-2:</b>	Costo conjunto de hombre.....	20
<b>Tabla 12-2:</b>	Tipos de telas que se usarán en la confección de las prendas.....	21
<b>Tabla 13-2:</b>	Materia prima.....	21
<b>Tabla 14-2:</b>	Insumos.....	22
<b>Tabla 15-2:</b>	Máquina requerida.....	22
<b>Tabla 16-2:</b>	Costos de maquinaria.....	24
<b>Tabla 17-2:</b>	Capacidad de la planta producción.....	24
<b>Tabla 18-2:</b>	Proveedores de materiales e insumos.....	25
<b>Tabla 19-2:</b>	Equipos de oficina.....	30
<b>Tabla 20-2:</b>	Muebles de oficina.....	30
<b>Tabla 21-3:</b>	Sexo.....	34
<b>Tabla 22-3:</b>	Edad.....	35
<b>Tabla 23-3:</b>	Nivel de instrucción.....	36
<b>Tabla 24-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 1.....	37
<b>Tabla 25-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 2.....	38
<b>Tabla 26-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 3.....	38

<b>Tabla 27-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 4.....	39
<b>Tabla 28-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 5.....	40
<b>Tabla 29-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 6.....	40
<b>Tabla 30-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 7.....	41
<b>Tabla 31-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 8.....	42
<b>Tabla 32-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 9.....	43
<b>Tabla 33-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 10.....	44
<b>Tabla 34-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 11.....	44
<b>Tabla 35-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 12.....	45
<b>Tabla 36-3:</b>	Frecuencias de la pregunta 13.....	46
<b>Tabla 37-3:</b>	Perfil del consumidor.....	47
<b>Tabla 38-3:</b>	Competencia.....	47
<b>Tabla 39-3:</b>	Precios de la competencia.....	48
<b>Tabla 40-3:</b>	Proyección del crecimiento poblacional (15-44 años).....	48
<b>Tabla 41-4:</b>	Área administrativa / Gerente.....	57
<b>Tabla 42-4:</b>	Área administrativa/ Contador.....	57
<b>Tabla 43-4:</b>	Área de producción/Diseñador.....	58
<b>Tabla 44-4:</b>	Área de ventas.....	59
<b>Tabla 45-5:</b>	Listado de inversiones del área comercial.....	60
<b>Tabla 46-5:</b>	Listado de inversiones del área productiva.. ..	61
<b>Tabla 47-5:</b>	Listado de inversiones del área administrativo.. ..	63
<b>Tabla 48-5:</b>	Inversiones .....	64
<b>Tabla 49-5:</b>	Fuentes.. ..	64
<b>Tabla 50-5:</b>	Amortizaciones.....	65
<b>Tabla 51-5:</b>	Estado de resultado.....	66
<b>Tabla 52-5:</b>	Balance general.....	66
<b>Tabla 53-5:</b>	Flujo de caja del proyecto.....	67
<b>Tabla 54-5:</b>	Costos fijos y variables del producto.....	68

<b>Tabla 55-5:</b>	Cálculo del punto de equilibrio del producto.....	69
--------------------	---	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b>	Sexo.. .....	35
<b>Gráfico 2-3:</b>	Edad.....	36
<b>Gráfico 3-3:</b>	Nivel de instrucción.....	37
<b>Gráfico 4-3:</b>	Resultado de la pregunta 1.....	37
<b>Gráfico 5-3:</b>	Resultado de la pregunta 2.....	38
<b>Gráfico 6-3:</b>	Resultado de la pregunta 3.....	39
<b>Gráfico 7-3:</b>	Resultado de la pregunta 4.....	39
<b>Gráfico 8-3:</b>	Resultado de la pregunta 5.....	40
<b>Gráfico 9-3:</b>	Resultado de la pregunta 6.....	41
<b>Gráfico 10-3:</b>	Resultado de la pregunta 7.....	42
<b>Gráfico 11-3:</b>	Resultado de la pregunta 8.....	42
<b>Gráfico 12-3:</b>	Resultado de la pregunta 9.....	43
<b>Gráfico 13-3:</b>	Resultado de la pregunta 10.....	44
<b>Gráfico 14-3:</b>	Resultado de la pregunta 11.....	45
<b>Gráfico 15-3:</b>	Resultado de la pregunta 12.....	45
<b>Gráfico 16-3:</b>	Resultado de la pregunta 13.....	46
<b>Gráfico 17-3:</b>	Proyección del crecimiento poblacional.....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2:</b>	Macro localización.....	8
<b>Figura 2-2:</b>	Micro localización.....	8
<b>Figura 3-2:</b>	Estructura de la primera planta.....	10
<b>Figura 4-2:</b>	Estructura de la segunda planta.....	10
<b>Figura 5-2:</b>	Conjunto FITNESS-AS01.....	15
<b>Figura 6-2:</b>	Conjunto ANDRE-AS02.....	16
<b>Figura 7-2:</b>	Conjunto SPORT-AS03.....	17
<b>Figura 8-2:</b>	Conjunto DAVE-AS20.....	18
<b>Figura 9-2:</b>	Diseño GAEL-AS21.....	19
<b>Figura 10-2:</b>	Conjunto SPORT-AS22.....	20
<b>Figura 11-2:</b>	Proceso de producción.....	27
<b>Figura 12-2:</b>	Marca de la empresa.....	28
<b>Figura 13-2:</b>	Diseño de la página fan page.....	30

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

- ANEXO A.** Formulario de la encuesta para determinar el perfil del consumidor
- ANEXO B.** Proforma para la compra de maquinaria



## RESUMEN

El presente trabajo de emprendimiento tiene como objetivo elaborar un proyecto para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba para jóvenes y adultos entre la edad de 15 a 44 años, ofreciendo varios diseños, calidad y servicio eficiente a la población. Para la metodología se utilizó varios estudios siendo el principal el estudio de mercado por medio de aplicación de encuestas de forma aleatoria a 383 personas. Mediante la información obtenida el 90% de la población se encontró predispuesta a consumir el producto en una microempresa, el 84% consideraron en adquirir el producto de fabricación nacional obteniendo así la demanda potencial. Mientras que el 50% de los encuestados prefieren la tela algodón y el 30% en tela licra en cuanto a el acabado eligieron el sublimado. Disponiendo así una oferta de 1106 prendas al año. Para el funcionamiento del emprendimiento se determinó bajo la figura artesanal ya que posee ventajas tributarias y en el estudio económico – financiero arrojó valores favorables, para el sostenimiento del emprendimiento; Valor Actual Neto (VAN) de \$27.670,74 y Tasa Interna de Retorno (TIR) con un 23%. el periodo de recuperación de la inversión será en 5 años, lo que permitirá reemplazar e innovar tecnologías o herramientas que forman parte de la oferta del producto. En conclusión, con el estudio de mercado se analizó la demanda insatisfecha la cual se desea cubrir por medio de este emprendimiento que debe estar sujeto a constantes cambios en sus gustos y preferencias influenciados por la moda, los temas de salud y los estilos de vida.

**Palabras claves:** <MICROEMPRESA>, <EMPRENDIMIENTO>, <CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA>, <ESTUDIO DE MERCADO>

**LUIS ALBERTO  
CAMINOS  
VARGAS**

Firmado digitalmente por LUIS  
ALBERTO CAMINOS VARGAS  
Nombre de reconocimiento (DN):  
C=EC, I=RIOBAMBA,  
serialNumber=0602766974,  
cn=LUIS ALBERTO CAMINOS  
VARGAS  
Fecha: 2021.04.01 15:17:08 -05'00'



0913-DRAI-UTP-2021

## SUMMARY

The objective of this entrepreneurial work is to develop a project for the creation of a micro-enterprise for the manufacture and commercialization of sportswear in the city of Riobamba for young people and adults between the age of 15 to 44 years, offering various designs, quality and efficient service to the population. Several studies were used for the methodology, the main one being the market study through the application of random surveys to 383 people. According to the information obtained, 90% of the population was predisposed to consume the product in a micro-enterprise, 84% considered acquiring the product of national manufacture, thus obtaining the potential demand. While 50% of those surveyed prefer cotton fabric and 30% in Lycra fabric, in terms of the finish, they chose sublimated. Thus, having an offer of 1106 garments per year. For the operation of the enterprise, it was determined under the artisan figure since it has tax advantages and in the economic-financial study it showed favorable values, for the sustainability of the enterprise; Net Present Value (NPV) of \$ 27,670.74 and Internal Rate of Return (IRR) with 23%. The investment recovery period will be in 5 years, which will allow to replace and innovate technologies or tools that are part of the product offer. In conclusion, the market study analyzed the unsatisfied demand which is to be covered through this enterprise, which must be subject to constant changes in their likes and preferences influenced by fashion, health issues and lifestyles.

**Keywords:** <MICRO-ENTERPRISE>, <ENTERPRISE>, <MANUFACTURE OF SPORTSWEAR>, <MARKET STUDY>

## **INTRODUCCIÓN**

El mundo es cambiante por tanto todo cambia, todo se transforma, y particularmente en el Ecuador en los momentos actuales se va desarrollando y perfeccionando la ciencia y tecnología, mucho más el arte del vestido, de acuerdo al sitio y a la cultura; por tanto, existe la predisposición de una mejora en la presentación personal, tanto hombres y mujeres de acuerdo a su buena forma de vestir, imagen y presentación.

Evidentemente, toda disciplina deportiva exige unas condiciones en cuanto equipamiento se refiere además hoy en día se usan a menudo y no necesariamente para actividades físicas. De ahí nace la importancia que el cliente se sienta identificado con el diseño, seguridad, comodidad y un buen rendimiento. El sentimiento de pertenencia del consumidor hacia los productos que comercializa una micro empresa está relacionado con las prendas deportivas que permiten marcar su propio estilo y expresar su personalidad.

En el presente proyecto se propone crear una microempresa que confeccione y comercialice ropa deportiva en la ciudad de Riobamba, tratando de satisfacer las necesidades de los consumidores, buscando un lugar que les pueda brindar productos de alta calidad y de moda, pero no limitándose a esto, sino brindándoles una experiencia de compra única, para la comunicación se puede realizar por medios digitales como la Fan page, Facebook, Instagram, WhatsApp y otros para conocer el producto.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Antecedentes**

A causa de la pandemia mundial que ha quejado a los diferentes sectores de la producción a nivel nacional e internacional muchos negocios han cerrado, debido a que la capacidad de gasto de los consumidores ha disminuido considerablemente, por lo cual este sector textil se ha visto seriamente afectado. No obstante, el país en procura de generar una reactivación económica busca promover distintos escenarios de emprendimiento, los cuales a la vez de negocios familiares podrían generar productos con valor agregado, que satisfaga las necesidades del consumidor y que a la vez proporcione productos de calidad elevando con ello el nivel de competitividad del sector comercial. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) más de 95% del sector productivo está conformado por micro, pequeñas y medianas empresas

Actualmente el sector textil de confecciones de ropa deportiva tiene cada vez más importancia en el ámbito local debido a la creciente demanda de estos productos, que regularmente son utilizados para el diario y la actividad física y en su mayor parte en la industria de la confección, la ciudad Riobamba está constituida por pequeños talleres que desarrollan su actividad sin un enfoque de carácter empresarial en su gran mayoría, además sus productos no cumplen con estándares de calidad, por lo que es necesario establecer procesos de producción con la implementación de criterios de calidad y procesos de marketing que vuelvan más competitivo a este importante sector.

#### **1.2. Descripción del problema**

La ciudad de Riobamba no ha sido indiferente a esta realidad durante los últimos años se ha visto abocado a un crecimiento constante de negocios basados en comercialización de productos deportivos que por lo general son traídos desde otros mercados o de ciudades cercanas como Ambato, en otros casos adquieren productos importados que por su calidad son apetecidos por el mercado, pero por sus precios solamente están dirigidos a un segmento de mercado con una capacidad media alta. Esta condición muestra que la dinámica comercial de la ciudad es capaz de absorber de distinto tipo y para distinto público frente a esta realidad, se ha convertido en una oportunidad para cambiar la dinámica económica que les permita a las familias con habilidades

artesanales a tener otro tipo de ingreso inmediato, sin descuidar condiciones de calidad, comodidad y precio.

### **1.3. Justificación**

Actualmente la gran mayoría de personas residen en su casa debido a las actividades de teletrabajo, con esto se ha incrementado en el tema de prácticas deportivas por salud; este emprendimiento busca captar esos segmentos de mercado y proporcionar prendas deportivas de buena calidad, exclusividad con telas que sean adecuadas para la práctica de los distintos deportes y comfortable en su casa, además que pueda conseguir sus productos a precios asequibles sin afectar la economía familiar. El emprendimiento va a generar plazas de empleo y una dinámica económica en la ciudad de Riobamba.

La creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva implica realizar una inversión considerable de diversos recursos, es por esta razón que debe estar justificada en su totalidad. El estudio de la factibilidad del presente proyecto permitirá conocer a fondo las características del mercado y revalorizar la producción local.

### **1.4. Objetivos**

#### ***1.4.1. Objetivo general***

Elaborar un proyecto para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba.

#### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Describir la oferta del emprendimiento de confección y comercialización de ropa deportiva.
- Elaborar un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencia de la demanda de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba.
- Establecer la estructura legal y administrativa del emprendimiento de ropa deportiva.
- Determinar la factibilidad económica y financiera del emprendimiento.

## CAPÍTULO II

### 2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1. Antecedentes históricos de la confección de ropa deportiva

##### 2.1.1. *Historia de la ropa deportiva*

En la antigüedad, la gente se ejercitaba con sus ropas de calle. Los atletas profesionales, como los que intervenían en las Olimpiadas, competían desnudos, presumiblemente porque la ropa les restringía los movimientos. Los militares entrenaban en sus uniformes para que la situación se asemejase lo más posible a las posiciones de combate. Era muy raro que las mujeres hicieran deportes de competición. Y si lo hacían, usaban versiones más pequeñas de la ropa de los hombres (Herrera Maleza, 2014)

La industria de la confección de ropa ha estado sujeta a diversas transformaciones debido a factores como guerras, revoluciones, el clima o la moda; siendo este último uno de los más relevantes ya que ha marcado grandes diferencias de una generación a otra. Es de esta manera que las características peculiares que la moda le ha dado a la vestimenta a lo largo del tiempo han ido evolucionando desde el corsé, pantalones y vestidos almidonados hasta los cómodos jeans y camisetas de nuestros tiempos, definitivamente la globalización y la tecnología han revolucionado el arte de confeccionar ropa (Pérez López 2005).

La moda es un proceso de “selección colectiva” por lo que la naturaleza del estilo deriva de un grupo de personas que responden colectivamente al espíritu de los tiempos. El estilo de vida marca la forma de vestir de cada individuo, sin embargo, ésta se adapta a la moda de la época como un medio de aceptación social e incluso de ostentación (Alomoto Ushiña, 2013). La evolución de la ropa deportiva desde comienzos del siglo XX, son muchos los cambios que ha atravesado en varios años. Dejando atrás la función práctica de cubrir a los atletas y pasó a ser una indumentaria que contribuye con su rendimiento.

La revolución industrial también influyó en el modo de vestir de las personas. Al multiplicarse las fábricas de tejidos de algodón y lana, los precios de las telas bajaron, dando de esta manera la posibilidad de adquirir a todos en general. El invento de la máquina de coser sirvió para que la confección sea más rápida y mejor acabada ( Morales Caritho, 2012).

El nuevo milenio despertó aún más el interés por el ejercicio así apareció más opciones para mantenerse activo. Con algunas disciplinas nuevas, otras antiguas o combinaciones de diversas actividades, la aparición de ropa transpirable, técnica y súper especializada para deportes. Ahora ningún deporte queda sin su ropa confeccionada (BECK, 2019).

En consecuencia, la ropa deportiva es específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, incorporándose plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural (Arévalo Orejuela, 2012).

### **2.1.2. *Textiles y confecciones en Ecuador***

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia. Posteriormente con la industrialización se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y seda (Espinosa, 2013).

El auge fue mayor en la Sierra norte, cuya producción, fue en gran medida para la exportación (en la década de 1920 se pasó de exportar 200 mil sucres a un millón de sucres, especialmente hacia Colombia, país que luego tomó medidas proteccionistas), aunque también para abastecer a un creciente mercado interno (Cuvi, 2011).

La expansión de la industria textil ocurrió desde Ibarra hasta Cuenca y coincidió con el crecimiento de las capitales provinciales serranas; las fábricas de estas ciudades, bien articuladas gracias al ferrocarril, llegaron a representar el 90% de las industrias textiles del país en 1930 y en 1950 es cuando se consolida la utilización de la fibra como tal (Cuvi, 2011).

La industria textil y confección es un sector fundamental para el desarrollo social, productivo y económico del país. Su importancia en la generación de empleo directo o indirecto, las personas que laboraron en la actividad textil y confección en todo el país fueron alrededor de 153.350 trabajadores en todo el país al cierre del 2015 (AITE, 2016).

Con el pasar del tiempo las empresas textiles se ubicaron principalmente en las provincias de Pichincha, Imbabura, Guayas y Azuay, generando varias plazas de empleo en el Ecuador, el cual llega a ser el segundo sector manufacturero con la mayor mano de obra en el país (Acuña, 2013).

## 2.2. Identificación y evaluación de las ideas de negocio

Se plantea tres ideas de negocio la primera es creación de una microempresa que confeccione y comercialice ropa deportiva de hombre y mujer buscando brindar comodidad a la hora de realizar cualquier actividad, la segunda opción es la creación de una microempresa que confeccione camisetas personalizadas que ofrezca a sus clientes diseños de su preferencia y la última opción es implementar una tienda donde ofrece gorras de varios diseños que proteja de los rayos solares.

**Tabla 1-2:** Ideas de negocio

Producto	Características	Problema o necesidad a satisfacer
Creación de una microempresa que confeccione y comercialice ropa deportiva de hombre y mujer.	Conjuntos deportivos personalizados.	Proporcionar mayor comodidad al realizar algún ejercicio físico
Creación de una microempresa que confeccione camisetas personalizadas.	Camisetas estampadas, bordadas y sublimadas.	Moda, Temperatura corporal óptimo
Implementar una tienda donde ofrece gorras.	Materiales ligeros para no sobrecargar al deportista.	Protege la cabeza y la cara de las inclemencias del clima.

Fuente: emprendimiento

Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Las ideas de negocio pasan un proceso de selección con los siguientes parámetros: nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento técnico, requerimiento y tendencia nacional; para evaluar la idea se realizó mediante la escala de Likert siendo uno la puntuación más baja y cinco la puntuación más alta.

**Tabla 2-2:** Selección de idea

Ideas	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento	Tendencia nacional	Total
Creación de una microempresa donde confeccione y comercialice ropa deportiva de hombre y mujer.	4	5	4	4	5	22
Creación de una microempresa que confeccione camisetas personalizadas.	3	4	5	3	4	19
Implementar una tienda donde ofrece gorras.	4	3	3	4	3	17

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



La idea que ha sido seleccionada por cumplir los parámetros ya mencionado es el proyecto para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba, se justifica por utilizar variedad de telas con el fin de satisfacer el mercado, sabiendo que las prendas deportivas proporcionan comodidad, movilidad, soporte y ajustes obteniendo así un producto de calidad.

**Tabla 3-2:** Evaluación de idea

<b>Ideas</b>	<b>Barreras de estrategia</b>	<b>Disponibilidad de la materia prima</b>	<b>Costo del producto</b>	<b>Total</b>
Creación de una microempresa donde confeccione y comercialice ropa deportiva de hombre y mujer.	4	4	5	13
Creación de una microempresa que confeccione camisetas personalizadas.	3	4	4	11
Implementar una tienda donde ofrece gorras.	4	3	4	11

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

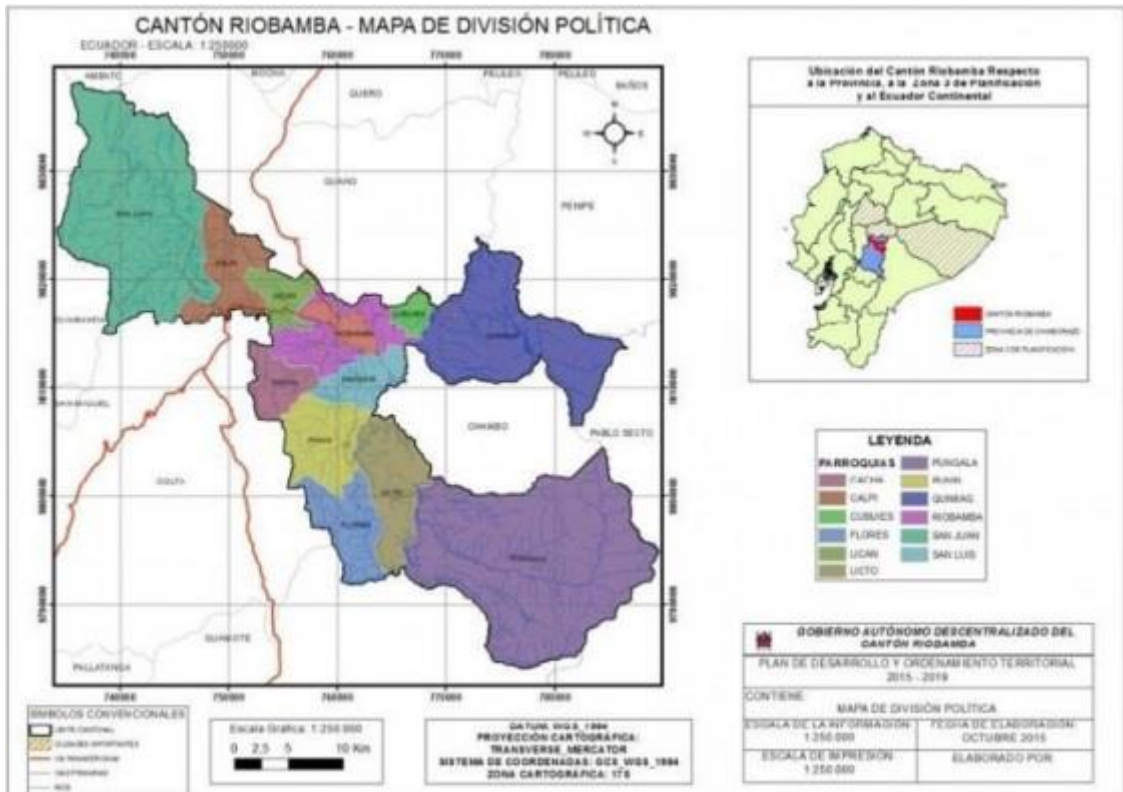
Para la evaluación final se tomó en cuenta algunos aspectos como la barrera de entrada, disponibilidad de la materia prima y costo de producción de esta forma podemos ver el grado de dificultad que encontramos en el proyecto, teniendo en cuenta las características anteriores. Por lo tanto, esta idea nace para brindar a los Riobambeños una nueva opción en la moda y personalidad.

## **2.3 Propuesta técnica**

### **2.3.1. Macro y micro localización del emprendimiento**

Según la encuesta realizada el 48.7% de las personas viven en el centro de la ciudad, por esta razón la microempresa se ubicará cerca de esta zona.

La microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva estará situada la provincia de Chimborazo, en el cantón Riobamba.



**Figura 1-2:** Macro localización

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de Riobamba

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 2-2:** Micro localización

Fuente: google maps

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### 2.3.2. *Reconocimiento social y ubicación*

**Razón social:** “Andes Sport”

**Tipo de empresa:** Textil

**Carácter:** Privada

**País:** Ecuador

**Ciudad:** Riobamba

**Parroquia:** Veloz.

**Dirección:** Rocafuerte y Monseñor Ulpiano Pérez.

**Teléfono:** 032-366884/0967711848

### 2.3.3. *Segmento del mercado al que está dirigido el producto*

**Tabla 4-2:** Segmentación de mercado

<b>Segmentación del mercado</b>	
País	Ecuador
Región	Sierra
Ubicación	Parroquia Veloz
Densidad	Rural y urbana
Población	129397 habitantes
Género	Masculino y femenino
Edad	15 – 44 años

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### 2.3.4. *Descripción y diseño de la oferta*

#### 2.3.4.1 *Distribución de la planta*

De acuerdo a las características de la actividad productiva de la empresa, se distribuirá el espacio físico de la planta en las siguientes áreas:

#### **Primera planta**

- Gerencia
- Dpto. Financiero / Finanzas
- Dpto. Marketing / Ventas
- Bodega de materia prima y producto terminado



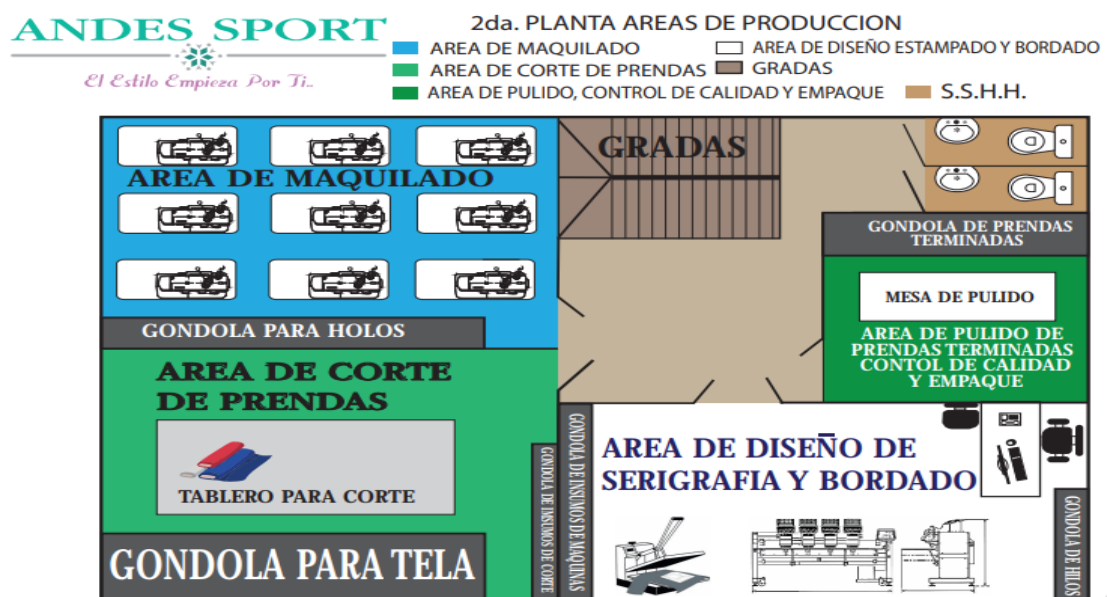
**Figura 3-2:** Estructura de la primera planta

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### Segunda planta

- Diseño y corte
- Confección
- Acabado y empaque



**Figura 4-2:** Estructura de la segunda planta

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- **Área administrativa / financiera**

En el área administrativa se colocarán los diferentes equipos de oficina, y de cómputo para que el personal administrativo pueda ejercer sus funciones, de informar y desarrollará el manejo financiero, en beneficio del crecimiento de la micro empresa.

- **Área de producción**

El área de producción se encarga de la mano factura del producto, aquí se encuentran las máquinas de coser, elasticadora, recubridora, etc. Permitiendo que el personal pueda desenvolverse con facilidad mientras se lleva a cabo el proceso de confección de ropa deportiva, ofreciendo así un producto final de buen diseño y excelente calidad.

- **Área de ventas**

Esta es el área más relevante de la micro empresa ya que, en esta área, ubica lo que son: vitrinas, estantes para ropa, maniqués, los mismos que se encuentran distribuidos de forma que nuestros colaboradores puedan exhibir el producto final, mientras promueven la satisfacción del servicio al cliente.

#### 2.3.4.2 *Productos*

La prenda deportiva que se confecciona en “**Andes Sport**” es para personas de 15 años en adelante con estándares de calidad altamente especializados, con prendas modernas, cuyo objetivo principal de la prenda es que cada deportista se sienta cómodo con la vestimenta y de tal forma se sienta satisfecho. Las telas a utilizar son de algodón, licra y poliéster para la confección de prendas deportivas (Camisetas de cuello V, Camisetas de cuello redondo, camisetas de manga larga, pantalonetas, calentadores, chompas, licras y Bividis).

Se detalla el tipo de telas a utilizar para la confección de prendas deportivas:

Elastano, licra o Spandex es una fibra sintética conocida por su gran elasticidad y resistencia. Científicamente se le conoce por ser un copolímero uretano-urea formado en un 95% por poliuretanos segmentados (Spandex).

El tejido Elastano o Spandex, es el más seleccionado por las damas con estilos que se acopla al molde del cuerpo.

- Secado rápido.
- Resistente al sudor.
- Tejido más duradero.
- Se puede estirar gran número de veces y volverá a tomar su forma original.

A más de ello se utiliza algodón para las prendas deportivas, El algodón es la fibra natural más importante que se produce en el mundo, su importancia empezó en el siglo XIX con el proceso de industrialización y hoy en día todavía representa casi la mitad del consumo mundial de fibras textiles.

El poliéster es muy resistente a la humedad, a los productos químicos y a las fuerzas mecánicas. La ropa deportiva de calidad la misma que será resistente, pero al mismo tiempo cómoda, cumpliendo con las necesidades del cliente, asegurando que el transcurso de confección de la misma sea rápido.

#### **Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.**

Para ofertar un producto de calidad, es necesario enfocarse en la materia prima que se utilizará para la confección de ropa deportiva, en vista que es una nueva micro empresa en el cantón Riobamba se pondrá a disposición del cliente aspectos innovadores etiquetas con el nombre de la micro empresa, empaque exclusivo de identificación de la micro empresa, con telas de alta calidad que brinde comodidad, frescura a los clientes cuando realice su actividad física, además el cliente podrá escoger sus diseños personalizados, modelos exclusivos y también con una imagen corporativa que lo identifique, contaremos con telas de colores a la moda y telas de acuerdo al clima ya que el cantón Riobamba es un lugar fría con dos estaciones húmeda y seca.

- La microempresa “**Andes Sport**” ofrece conjuntos deportivos de hombre y mujer.

**Tabla 5-2:** Características del producto por tipo

Tipo de conjunto	Tallas	Características de las prendas
Deportivo de mujer (Bividi y licra)	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Bividi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte que realza la figura con costuras redondeadas</li> <li>• Espalda nadadora: tirantes que dejan los omoplatos al aire</li> </ul>

Tipo de conjunto	Tallas	Características de las prendas
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espalda ligeramente alargada y costuras laterales decorativas visibles</li> <li>• Elaborado en algodón licrado y silueta entallada</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Licra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material suave y resistente</li> <li>• Cintura elástica (Faja invisible)</li> <li>• Elaborado en licra microfibra y silueta entallada</li> <li>• Composición: 95 % algodón, 5 % elastano</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul>
Deportivo de mujer con camiseta crop y licra	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Camiseta crop</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suave tejido en poliéster</li> <li>• Cuello redondo</li> <li>• Costuras dobles en mangas y dobladillo</li> <li>• Composición: 50 % poliéster, 25 % viscosa, 25 % algodón</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Licra</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material suave y resistente</li> <li>• Cintura elástica (Faja invisible)</li> <li>• Elaborado en tejido de punto texturizado y silueta entallada</li> <li>• Composición: 95 % algodón, 5 % elastano</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul>
Conjunto deportivo de mujer (chompa y calentador)	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Chompa - Sudadera</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con capucha, cuello alto y cordón de ajuste</li> <li>• Elaborado en fleece liviano (100 % algodón), silueta semi entallada</li> <li>• Composición: 80 % algodón, 20 % poliéster (beige jaspeado: 70 % algodón, 30 % poliéster)</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Calentador</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborado en jersey, combinación de texturas, silueta semi relajada</li> <li>• Bolsillos laterales con cierre semi invisible de nylon.</li> <li>• Cintura con elástico y cordón plano a tono.</li> <li>• Se puede utilizar hasta dos colores de tela.</li> <li>• Composición: 80 % algodón, 20 % poliéster</li> </ul>

Tipo de conjunto	Tallas	Características de las prendas
Deportivo de hombre (camiseta y pantaloneta)	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Camiseta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte recto</li> <li>• Bordes abiertos en cuello y mangas</li> <li>• Elaborado en jersey poliéster, silueta relajada</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Pantaloneta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte amplio sin calzón interior, pretina elástica, cordón para ajustar el ancho y diseños exclusivos</li> <li>• Dos bolsillos frontales con cierre invisible</li> <li>• Elaborado en poliéster con microfibra de alta calidad</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul>
Deportivo de hombre (camiseta de manga larga y pantaloneta)	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Camiseta de manga larga</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuello redondo con botones</li> <li>• Costura plana que no irrita la piel, dobladillo sencillo</li> <li>• Elaborado en jersey poliéster, silueta semi relajada</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Pantaloneta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte amplio, cintura elástica, cordón para ajustar el ancho y diseños exclusivos</li> <li>• Dos bolsillos frontales con cierre invisible</li> <li>• Secado rápido y fácil cuidado</li> <li>• Elaborado en poliéster microfibra, silueta semi relajada</li> <li>• La ubicación de los estampados, bordados o sublimados es definida por el cliente</li> </ul>
Conjunto deportivo de hombre (chompa y calentador)	S, M, L, XL	<p style="text-align: center;"><b>Chompa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte unisex</li> <li>• Capucha con cordón deslizante y pasadores ocultos para auriculares, así como bolsillo canguro con abertura oculta para el cable de los auriculares</li> <li>• Elaborado en fleece liviano (100 % algodón), silueta relajada.</li> <li>• Material: 80 % algodón, 20 % poliéster</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Calentador</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsillos laterales con cierre semi invisible</li> <li>• Cierre en las bastas en la parte interna de las piernas y cordón plano</li> <li>• Con insertos de diferente color a contraste en la misma tela que varían en proporción a las tallas de acuerdo al diseño del cliente</li> </ul>



Tipo de conjunto	Tallas	Características de las prendas
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Material: 80 % algodón, 20 % poliéster</li> </ul>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Diseños**



**Figura 5-2:** Conjunto FITNESS-AS01

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio**

**Tabla 6-2:** Costo de Bividi y licra

Deportivo de mujer (bividi y licra)				
Elemento	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Insumos y materia prima</b>				
Tela licra	Metros	1	\$6,00	\$6,00
Tela kiana (algodón licrado)	Metros	1	\$1,76	\$1,76
Tela rib	Metros	1	\$0,40	\$0,40
Bordado/Sublimado	Unidad	1	\$2,50	\$2,50
Pretina	Metros	1	\$0,45	\$0,45
Hilo	Metros	1	\$0,15	\$0,15
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$11,26</b>
<b>Talento Humano</b>				
Costurera	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>
<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21
Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>
Utilidad 20%				\$5,36

<b>Precio Neto</b>	<b>\$26,80</b>
<b>12% IVA</b>	<b>\$3,22</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>\$30,01</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 6-2:** Conjunto ANDRE-AS02

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio

**Tabla 7-2:** Camiseta crop y licra

<b>Camiseta crop y licra</b>				
<b>Elemento</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Insumos y materia prima</b>				
Tela licra	Metros	1	\$6,00	\$6,00
Tela kiana	Metros	1	\$0,88	\$0,88
Tela rib	Metros	1	\$0,40	\$0,40
Bordado/Sublimado	Unidad	1	\$2,50	\$2,50
Pretina	Metros	1	\$0,45	\$0,45
Hilo chino	Metros	1	\$0,15	\$0,15
		0	\$0,00	\$0,00
		0	\$0,00	\$0,00
		0	\$0,00	\$0,00
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$10,38</b>
<b>Talento Humano</b>				
Vitrinas	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>
<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21
Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>

Utilidad 20%	\$5,14
<b>Precio Neto</b>	<b>\$25,70</b>
<b>12% IVA</b>	<b>\$3,08</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>\$28,78</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 7-2:** Conjunto SPORT-AS03

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio

**Tabla 8-2:** Costo conjunto de mujer

<b>Conjunto de mujer (chompa y pantalón)</b>				
<b>Elemento</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Insumos y materia prima</b>				
Tela algodón	Metros	2,65	\$6,00	\$15,90
Tela rib	Metros	1	\$0,40	\$0,40
Bordado/Sublimado	Unidad	1	\$2,50	\$2,50
Cordón	Metros	1	\$0,15	\$0,15
Cierres	Metros	1	\$0,25	\$0,25
Pretina	Metros	1	\$0,45	\$0,45
Elásticos 5 cm	Metros	1	\$0,20	\$0,20
Hilo chino	Metros	1	\$0,15	\$0,15
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$20,00</b>
<b>Talento Humano</b>				
Costurera	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>
<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21
Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>

Utilidad 20%	\$7,54
<b>Precio Neto</b>	<b>\$37,72</b>
<b>12% IVA</b>	<b>\$4,53</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>\$42,25</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 8-2:** Conjunto DAVE-AS20

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio

**Tabla 9-2:** Costo de camiseta y pantaloneta

Conjunto de hombre (camiseta y pantaloneta)				
Elemento	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Insumos</b>				
Tela jersey	Metros	1	\$3,00	\$3,00
Tela kiana	Metros	1	\$2,20	\$2,20
Tela rib	Metros	1	\$0,40	\$0,40
Bordado/Sublimado	Unidad	1	\$2,50	\$2,50
Cordón	Metros	1	\$0,15	\$0,15
Cierres	Metros	1	\$0,25	\$0,25
Pretina	Metros	1	\$0,45	\$0,45
Elásticos 5 cm	Metros	1	\$0,20	\$0,20
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$9,15</b>
<b>Talento Humano</b>				
Costurera	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>
<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21

Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>
Utilidad 20%				\$4,83
<b>Precio Neto</b>				<b>\$24,16</b>
<b>12% IVA</b>				<b>\$2,90</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>				<b>\$27,06</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 9-2:** Diseño GAEL-AS21

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio

**Tabla 10-2:** Camiseta manga larga y pantaloneta

Conjunto de hombre (camiseta manga larga y pantaloneta)				
Elemento	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Insumos y materia prima</b>				
Tela jersey	Metros	1	\$3,00	<b>\$3,00</b>
Tela Rib	Metros	1	\$0,40	<b>\$0,40</b>
Tela Kiana	Metros	1	\$2,20	<b>\$2,20</b>
Bordado/ sublimado	Unidad	1	\$2,50	<b>\$2,50</b>
Cordón	Metros	1	\$0,15	<b>\$0,15</b>
Cierre	Metros	1	\$0,25	<b>\$0,25</b>
Pretina	Metros	1	\$0,45	<b>\$0,45</b>
Elástico	Metros	1	\$0,20	<b>\$0,20</b>
Hilo	Metros	1	\$0,15	<b>\$0,15</b>
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$9,30</b>
<b>Talento Humano</b>				
Costurera	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>

<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21
Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>
Utilidad 20%				\$4,87
<b>Precio Neto</b>				<b>\$24,35</b>
<b>12% IVA</b>				<b>\$2,92</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>				<b>\$27,27</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Figura 10-2:** Conjunto SPORT-AS22

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

- Análisis de costos de producción y cálculo del precio

**Tabla 11-2:** Costo conjunto de hombre

Conjunto de hombre (chompa y calentador)				
Elemento	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Insumos y materia prima</b>				
Tela algodón	Metros	2,65	\$5,90	\$15,64
Tela Rib	Metros	1	\$0,40	\$0,40
Bordado/ sublimado	Unidad	1	\$2,50	\$2,50
Cordón	Metros	1	\$1,15	\$1,15
Cierre	Metros	1	\$0,25	\$0,25
Pretina	Metros	1	\$0,45	\$0,45
Elástico	Metros	1	\$0,20	\$0,20
Hilo	Metros	1	\$0,15	\$0,15
<b>Subtotal Insumos</b>				<b>\$20,74</b>
<b>Talento Humano</b>				
Denominación	Mensual	1,00	\$5,01	\$5,01
<b>Subtotal Talento Humano</b>				<b>\$5,01</b>

<b>Gastos</b>				
Gastos Administrativos	Anual	1	\$1,21	\$1,21
Gastos en Ventas	Anual	1	\$0,16	\$0,16
Gastos Financiero	Anual	1	\$3,79	\$3,79
<b>Subtotal Gastos</b>				<b>\$5,16</b>
Utilidad 20%				\$7,73
<b>Precio Neto</b>				<b>\$38,64</b>
<b>12% IVA</b>				<b>\$4,64</b>
<b>Precio de Venta al Público</b>				<b>\$43,28</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### 2.3.4.3. Insumos y materiales de producción

**Tabla 12-2:** Tipos de telas que se usarán en la confección de las prendas

<b>Tipo</b>	<b>Características</b>
<b>Algodón</b>	El algodón es una tela natural, tejido en poli algodón perchado y más agradable de todos los tiempos porque es muy cómoda para su piel. Sin embargo, cuando se combina con otros tejidos técnicos se convierte en un producto sobresaliente. La humedad puede ser retenida por el algodón, no genera electricidad estática. Es una tela transpirable, suave y cómoda para hacer ejercicio, además se puede lavar sin problema de 30a 40 grados en la lavadora.
<b>Lycra Sintética</b>	Lycra es un tejido muy elástico que puede estirarse varias veces y volver a su estado original, además es ligero, suave, liso, flexible; resiste al sudor, lociones y detergentes, no existe problema de electricidad estática. Principalmente, por sus habilidades de estiramiento y recuperación manteniendo su popularidad en las prendas tanto femenina como masculino.
<b>Jersey Poliéster Sintético</b>	El poliéster es una fibra sintética ampliamente usada en la industria textil. Posee propiedades como hidrofóbica, resistencia a los ácidos minerales, oxidantes y conserva mejor el calor. Suele presentar como una contraparte del algodón, que es una fibra natural reconocida por su capacidad de absorción, resistencia y transpirabilidad. En realidad, el poliéster tiene una apariencia brillante, liso, no se deforma, liviano.

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Tabla 13-2:** Materia prima

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Tela lycra	480	Metros	\$ 6,00	\$ 2.880,00
Tela rib	216	Centímetros	\$ 0,40	\$ 86,40
Tela algodón	1272	Metros	\$ 5,83	\$ 7.420,00
Tela kiana	828	Metros	\$ 2,20	\$ 1.821,60
Tela jersey	480	Metros	\$ 3,00	\$ 1.440,00
<b>Total</b>				<b>\$ 13648,00</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Tabla 14-2: Insumos

Detalle	cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Hilo chino	1440	Metros	\$ 0,15	\$ 216,00
Hilo de seda	1440	Metros	\$ 0,20	\$ 288,00
Papel de molde	5000	Metros	\$ 0,50	\$ 2.500,00
Llaves para cierres	5	Ciento	\$ 36,00	\$ 180,00
Cierres	550	Metros	\$ 0,15	\$ 82,50
Cordón	5	Kilo	\$ 10,55	\$ 52,75
Cuellos	60	Kilo	\$ 6,00	\$ 360,00
Puños	60	Kilo	\$ 6,00	\$ 360,00
Broches/Botones	5	Ciento	\$ 2,87	\$ 14,35
Elástico 4 cm	15	Rollo	\$ 4,00	\$ 60,00
Elásticos 5 cm	15	Rollo	\$ 5,00	\$ 75,00
Reata	9	Rollo	\$ 12,50	\$ 112,50
Fundas	2	Ciento	\$ 75,00	\$ 150,00
Etiquetas de tallas	5	Ciento	\$ 2,00	\$ 10,00
Etiquetas	5	Ciento	\$ 6,71	\$ 33,55
<b>Total</b>				<b>\$ 4.494,65</b>


Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021




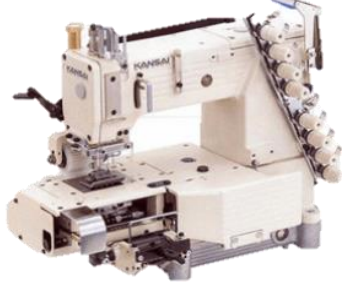

#### 2.3.4.4 Maquinaria requerida


- **Máquinas de coser:** son imprescindibles para agregar detalles finos a cada producto, para fortalecer cada costura y para agregar etiquetas, se requiere de un trabajador para su funcionamiento. En la industria textil son las más utilizadas.

Tabla 15-2: Máquina requerida

Máquina	Características
 <p>Maquina cortadora de tela</p>	<p>Cortadora de tela cuchilla recta, con sistema de afiladores automáticos con capacidad de corte de 23 centímetros, para todo tipo de tela. Tiene protección para los dedos, base de acero inoxidable y rodillos en la parte inferior para ayudar al desplazamiento de la máquina sobre la mesa.</p>



<b>Máquina</b>	<b>Características</b>
<p data-bbox="280 226 421 248">Máquina recta</p> 	<p data-bbox="794 226 1394 371">Máquina electrónica de una aguja utilizada para coser cualquier tipo de telas. Posee remates automáticos, programador de costura, corte de hilo automático, regula la velocidad, ahorra energía.</p>
<p data-bbox="280 551 453 573">Máquina Overlok</p> 	<p data-bbox="794 551 1394 618">Overlok 4 hilos 2 agujas, crea una cadena, realiza puntada de seguridad, tiene una cuchilla que corta el sobrante en el borde.</p>
<p data-bbox="280 943 485 965">Máquina recubridora</p> 	<p data-bbox="756 943 1394 1055">Consta de tres agujas, cinco hilos, costura de hilvanes y acabados, lubricación automática alta velocidad 6000 puntadas por minuto, recubrimiento superior e inferior.</p>
<p data-bbox="280 1312 485 1335">Máquina elasticadora</p> 	<p data-bbox="756 1312 1394 1547">Posee 6 agujas, puntada cadeneta para múltiples aplicaciones, separación de 1/4 de pulgada entre aguja y aguja podrán hacer las más variadas combinaciones de costura ideales, equipado también con pullers dentado que ayuda a mantener uniforme la puntada, útil en operaciones de corrugado. Rodillos de goma y astreados de diferentes diámetros, anchos de rodillos</p>
<p data-bbox="280 1671 485 1693">Máquina sublimadora</p> 	<p data-bbox="756 1671 1394 1783">Una herramienta de impresión digital que permite la personalización de productos especialmente indicados para los regalos publicitarios de empresas.</p>

<b>Máquina</b>	<b>Características</b>
Máquina para serigrafía textil 	Sirven para estampar imágenes o motivos sobre cualquier pieza textil. El proceso consiste en transferir una tinta de serigrafía a través de los poros de una malla tensada en un marco (pantalla de serigrafía) a modo de negativo.

Fuente: ELECTROMAQUITEX

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Tabla 16-2:** Costos de maquinaria

<b>Máquina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Marca</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Overlok	1	Juki	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00
Elasticadora	1	Cansan	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
Recta	2	Juki	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
Recubridora	1	Cansan	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Catadora de tela	1	Juki	\$ 650,00	\$ 650,00
Sublimadora	1	Epson	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
Para serigrafía	1		\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Total</b>			<b>\$ 20.400,00</b>	<b>\$ 21.500,00</b>

Fuente: ELECTROMAQUITEX

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

#### 2.3.4.5 *Volumen de producción*

**Tabla 17-2:** Capacidad de la planta producción

<b>Tipo de conjunto</b>	<b>Tallas</b>	<b>Producción día</b>	<b>Producción mes</b>	<b>Producción año</b>
Deportivo de mujer (Bividi y licra)	Varían por día	1	20	240
Deportivo de mujer con camiseta crop y licra	Varían por día	1	20	240
Conjunto deportivo de mujer (chompa y calentador)	Varían por día	1	20	240
Deportivo de hombre (camiseta y pantaloneta)	Varían por día	1	20	240
Deportivo de hombre (camiseta de manga larga y pantaloneta)	Varían por día	1	20	240
Conjunto deportivo de hombre (chompa y calentador)	Varían por día	1	20	240
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>120</b>	<b>1440</b>

Fuente: emprendimiento

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

#### 2.3.4.6 *Proveedores de materiales e insumos*

Los proveedores están ubicados en el cantón Guano y en la ciudad de Riobamba para lo cual se seleccionó los que tengan la mejor propuesta o iniciativa de materia prima y materiales en base a la calidad y precio. Una vez seleccionado el proveedor se procederá a realizar la compra de telas y otros materiales necesarios para la confección.

**Tabla 18-2:** Proveedores de materiales e insumos

Nombre del proveedor	Tipo de producto	Contacto	Dirección
Corporación textil Neymatex	Tela licra poliéster	099 212 6683	García Moreno y Tomas Ramírez, Guano
Comercial huacho	Insumos (cierres, elásticos, cordón, etc.)	(03) 239-5529	Olmedo 32-14 entre Francia y Lavalle a una cuadra de la Estación de Ferrocarriles
Intecs	Tela algodón e insumos (cierres, elásticos, cordón, etc.)	2360500	Antonio José De Sucre y Venezuela

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

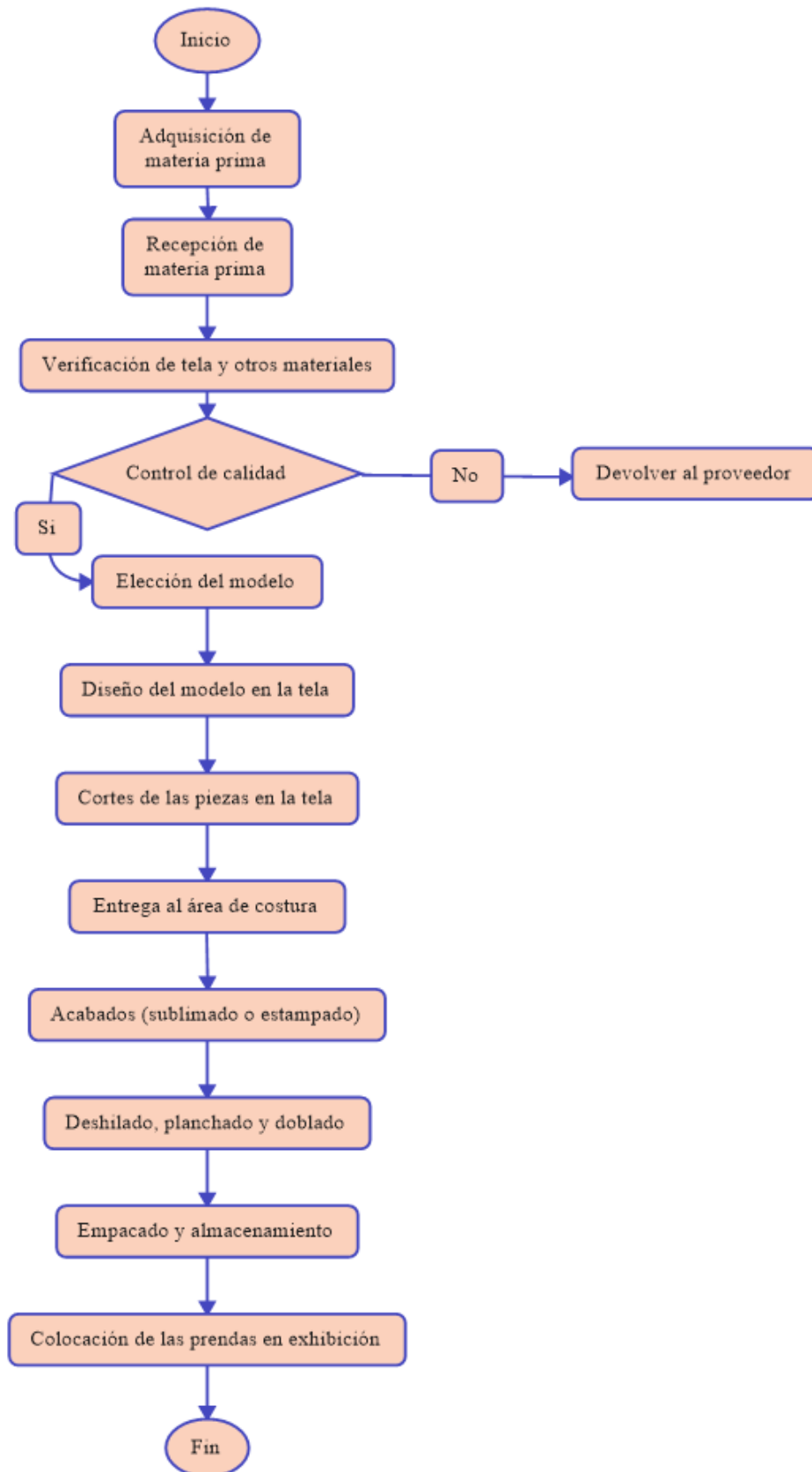
#### 2.3.4.7 *Procesos de producción*

La confección de ropa deportiva debe cumplir con una serie de actividades que mantendrán estándares de calidad para asegurar que el producto final sea competitivo en el mercado.

- Adquisición de la materia prima
- Recepción de la materia prima.
- Se comprobará la calidad de los mismos y los que no estén en condiciones óptimas serán devueltos al proveedor.
- Se considerarán diversos criterios (moda, temporada, elección del cliente, clima, etc.) para seleccionar el modelo de ropa a confeccionar.
- Para la confección el modelo deberá tener un patrón en el papel, el cual se verá reflejado en la tela según la talla determinada.
- Se cortan las piezas dibujadas en la tela.
- Las piezas de telas serán entregadas a las costureras para que sean unidas y así obtener la prenda cerrada.
- Según el modelo que se esté proponiendo o la elección del cliente, se colocará el correspondiente sublimado, estampado o bordado en la prenda.
- La prenda terminada es almacenada y aquellas que se elijan se colocaran en las perchas de exhibición.

#### 2.3.4.8 *Flujograma del proceso de producción*

La confección de las prendas necesita una combinación de materia prima y otros materiales de la forma correcta, para garantizar un producto final de alta calidad, a continuación, se realiza un diagrama de flujo del proceso de confección.



**Figura 11-2:** Proceso de producción

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

## 2.4. Estrategias de comercialización y venta

### 2.4.1. Elaboración de una marca



**Figura 12-2:** Marca de la empresa

Fuente: emprendimiento

Fuente: investigación propia

#### Descripción

- Color verde menta



La palabra Andes lleva este color porque genera frescura, así como armonía en quienes lo ven. También por el hecho de ser un verde suave, provoca gran tranquilidad, excelente para encontrar la paz con gran facilidad. Además, está relacionado con la naturaleza, armonía y su efecto libera energías positivas, lo que sugiere un estilo de vida sano estrechamente relacionado con la actividad deportiva y respectiva indumentaria que otorgue la comodidad necesaria para realizarla.

- Color magenta rosa



La palabra Sport lleva este color debido a que está relacionado con la moda, la relajación emocional y amabilidad, de manera que establezca un vínculo entre el cliente y la empresa, en la que no sólo encontrará moda, sino que también atención de calidad haciendo de su visita una experiencia placentera que deseará repetir. Promueve el pensamiento interior, intuitivo y no práctico.

- Color plomo



La frase del slogan lleva este color debido a los atributos como el equilibrio, la paz, la elegancia o la inteligencia, autoridad, respeto, estabilidad, sobriedad, tenacidad, y tranquilidad.

Tipografía: en la elaboración del logotipo de “Andes Sport” se ha empleado una tipografía sencilla y clara cuya lectura resulte fácil.

#### 2.4.1.1. Eslogan

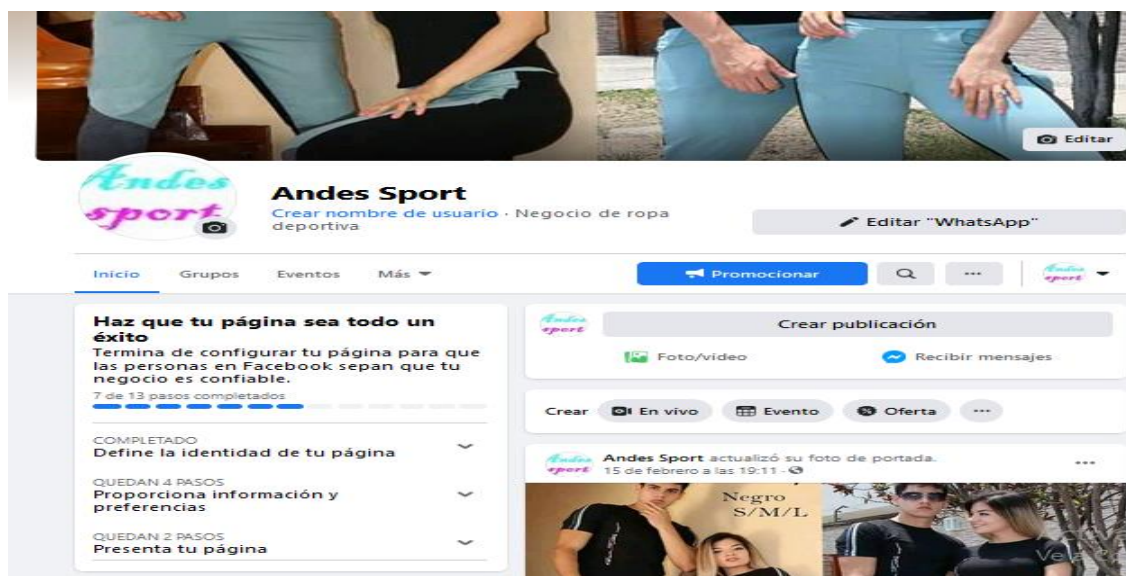
El slogan que lo identificará a la microempresa es “El estilo empieza por tí”

#### 2.4.1.2. Estrategias de comunicación

Los resultados de la encuesta muestran que el medio de comunicación preferido son las redes sociales, por esta razón la estrategia que utiliza la microempresa es la Fan page de Facebook, Instagram, WhatsApp.

Fan page son espacios que reúnen a personas interesadas sobre un asunto, empresa, causa o personalidad en común sin la necesidad de la aprobación de amistad. Es el fan que elige si va o no seguir las actualizaciones de determinada página. Dispone de una gran variedad de recursos para potenciar negocios como catálogos de productos, Pixel, además su publicidad permite una segmentación de usuarios inigualable. Gracias al Píxel de Facebook se puede realizar la captación del cliente a través de marketing digital. Para el diseño de la página “Andes Sport” se contará con el servicio de un profesional.

Su integración con Instagram la hace imprescindible para sacar el máximo potencial a esta otra red social que crece a pasos aventajados. Es un canal ideal para crear comunidad y mostrar cercanía con el público para ganar la simpatía.



### Figura 13-2: Diseño de la página fan page

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

#### 2.4.1.3. Estrategia de merchandising (punto de venta)

- Disponer de manera adecuada los exhibidores de los productos dentro del establecimiento de ventas de manera que facilite el desplazamiento del cliente por el mismo.
- La iluminación es vital para realzar y poner en valor los productos; resulta clave en un negocio y afecta directamente en la rentabilidad del mismo. Por lo tanto, tener una buena iluminación para el local comercial aumenta el bienestar de los trabajadores y de los clientes.
- Utilizar la capacidad de los aromas de influir en las decisiones de compra empleando un suave aroma a vainilla dentro del punto de venta cuyas cualidades de reducir el estrés mejoraran la experiencia del cliente.
- Colocar etiquetas que contengan el precio, características del producto y posters con los nuevos diseños confeccionados por la empresa.
- Entregar el producto al cliente en el punto de venta dentro del respectivo empaque con el logo de la micro empresa.
- Mediante la aplicación gratuita FACTUSOL se emite futuras y control de ventas permitiendo gestionar la facturación y llevar el control de stock. Esta aplicación se adapta fácilmente a las necesidades de los usuarios y ofrece información de modo visual y atractivo.

**Tabla 19-2:** Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	Equipo	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Pen drive	2	Equipo	\$ 15,00	\$ 30,00
Impresora	1	Equipo	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>Total</b>				<b>\$ 1.610,00</b>

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Tabla 20-2:** Muebles de oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total
Archivadores	2	Unidad	\$ 40,00	\$ 80,00
Silla giratoria	2	Unidad	\$ 184,00	\$ 368,00
Escritorio	2	Unidad	\$ 150,00	\$ 300,00
Papeleras	1	Unidad	\$ 18,48	\$ 18,48
Vitrinas	3	Unidad	\$ 200,00	\$ 600,00
Maniqués	5	Unidad	\$ 115,00	\$ 575,00
Estantería sin fondo	4	Unidad	\$ 200,00	\$ 800,00
Estantería colgadora	4	Unidad	\$ 13,88	\$ 55,52



Basurero	3	Unidad	\$ 30,00	\$ 90,00
Silla	4	Unidad	\$ 55,00	\$ 220,00
<b>Total</b>				<b>\$ 3.107</b>

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Análisis de la demanda

##### 3.1.1. *Tipo de investigación*

La presente investigación conserva una modalidad cualitativa y cuantitativa con un enfoque exploratorio. La modalidad cualitativa será la primera fase por cuanto se busca ampliar el entendimiento del problema, también comprender el concepto de crear una microempresa en la ciudad Riobamba.

La fase dos, es la investigación cuantitativa, la misma que persigue estudiar la relación entre las variables y la realidad específica a estudiar. De esta manera plantearemos la hipótesis correcta a investigar y con los resultados cuantificables permitirá determinar la factibilidad de poner en marcha una fábrica de ropa deportiva.

Con el método exploratorio se buscará que opinen las personas involucradas directamente con las características de la industria de fabricación de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba, de manera que esta investigación previa sea la base de la posterior investigación descriptiva la cual permitirá conocer a fondo las particularidades de la demanda de la ropa deportiva.

##### 3.1.2. *Diseño de la investigación*

Con el método de investigación cualitativo obtendremos información de diversas fuentes dando resultados más descriptivos que predictivos.

El método de investigación cuantitativa ayudará a analizar la evidencia empírica recopilada, al usar este método cualitativo se puede averiguar si la hipótesis a plantear está respaldada o no.

### **3.1.3.      *Identificaciones variables***

#### Variables geográficas

- Provincia: Chimborazo
- Ciudad: Riobamba
- Tipo de población: urbana

#### Variables demográficas

- Sexo: masculino y femenino
- Edad: 15 a 44 años
- Clase social: múltiple

#### Variables conductuales

- Tipo de tela: algodón y licra
- Tipo de acabado: bordado, sublimado y estampado
- Aspectos para la decisión de compra: diseño, precio y calidad
- Forma de pago: efectivo
- Punto de venta preferido: tiendas deportivas – centros comerciales
- Estilo: Personalizado y de acuerdo a las tendencias de la moda.
- Comunicación: fan page

#### Variables psicográficas

- Motivos de compra: necesidad de variedad y la diferencia.
- Frecuencia de uso: regular
- Disposición de compra: usuarios dispuestos a la compra
- Estilo de vida: conservador, exitoso, extrovertido
- Características de la personalidad: impulsivo, ambicioso, autoritario, tímido

### **3.1.4.      *Planteamiento de la hipótesis***

H<sub>0</sub>: El proyecto es factible para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba.

H<sub>1</sub>: El proyecto no es factible para la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Riobamba.

### 3.1.5. Población de estudio

El cálculo del incremento poblacional se realizó mediante la aplicación de la siguiente ecuación matemática:

$$P_f = P_o(1 + i)^n$$

Donde:

$P_f$ : población Final

$P_o$ : población actual

$i$ : tasa de crecimiento

$n$ : número de años

Por lo tanto:

Se desea calcular el incremento poblacional desde el año 2010 al año 2020 entre la edad de 15 a 44 años de la ciudad de Riobamba que corresponde a 105995 habitantes según el último censo realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, con una tasa de incremento de 1.02%

$$P_{2020} = 105995 * (1 + 1,02\%)^{10}$$

$$P_{2020} = 129397 \text{ habitantes}$$

### 3.1.6. Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra al ser esta un universo finito, es decir contable, se aplicó el muestreo probabilístico y se utilizó la técnica aleatorio simple para población finita sin remplazo.

$N$ = Población (129397).

$e$ = error de estimación máximo aceptado (5%).

$Z$ = nivel de confianza (95% equivalente a 1.96).

$p$ = probabilidad de la población que tiene el atributo deseado (50%).

$q$ = probabilidad de la población que no tiene el atributo deseado (50%).

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 129397 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (129397 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{124272,879}{324,450}$$

$$n = 383,0258 \approx 383$$

Se aplicaron 383 encuestas.

### 3.1.7. *Método de muestreo*

Se trabajó con un muestreo probabilístico considerando que la mayor parte de las personas que realizan deporte están en un rango de edad de 15 a 44 años, por lo tanto, se considera una muestra de 383 individuos a encuestar. Dada la situación sanitaria actual por el COVID 19, las encuestas se aplicaron vía online.

### 3.1.8. *Técnica de recolección de datos*

La recolección de datos aplica la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas de selección múltiple y abiertas con sus limitaciones de respuestas cuando se pida sugerencias. Mediante esta técnica se conocieron los gustos, preferencias de los clientes potenciales de la indumentaria deportiva.

## 3.2. **Tabulación y análisis de resultados**

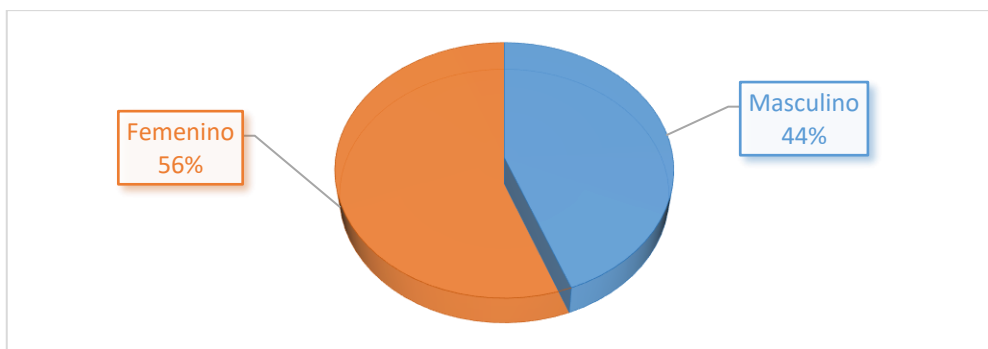
### ➤ *Datos informativos*

Tabla 21-3: Sexo

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	169	44%
Femenino	214	56%
<b>Total</b>	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 1-3: Sexo**

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados la mayor parte de la población corresponde al sexo femenino con un 56% equivalente a 214 mujeres. Mientras que el 44% que forman las 169 personas corresponde al sexo masculino.

**Tabla 22-3: Edad**

Xmin	Xmax	xi	ni	fi	Fi	di
15	17	16	49	0,13	0,13	0,06
17	19	18	37	0,10	0,22	0,05
19	21	20	32	0,08	0,31	0,04
21	23	22	50	0,13	0,44	0,06
23	25	24	46	0,12	0,56	0,06
25	27	26	27	0,07	0,63	0,03
27	30	28	19	0,05	0,68	0,02
30	32	31	11	0,03	0,71	0,01
32	34	33	44	0,11	0,82	0,06
34	36	35	29	0,08	0,90	0,04
36	38	37	9	0,02	0,92	0,01
38	40	39	10	0,03	0,95	0,01
40	42	41	6	0,02	0,96	0,01
42	44	43	14	0,04	1,00	0,02
Total			383	1		

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Donde:

**[Xmin; Xmax]:** son los intervalos de la variable

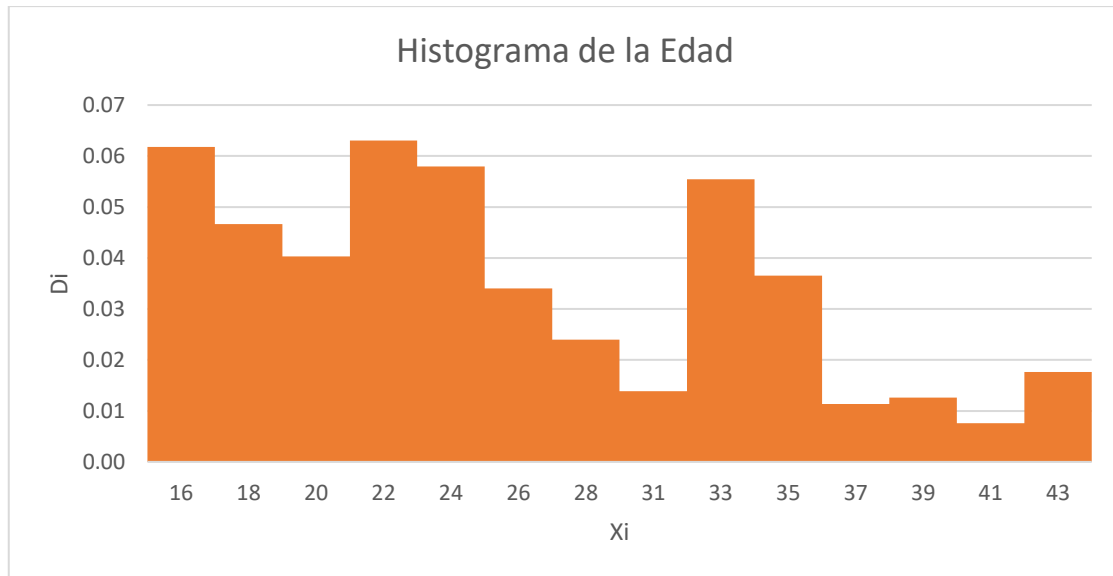
**xi:** marca de la clase

**ni:** frecuencia absoluta

**fi:** frecuencia relativa

**Fi:** frecuencia relativa acumulada

**di:** densidad



**Gráfico 2-3:** Edad

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa que 54 personas que respondieron la encuesta tenían la edad entre 21 a 23 años, 49 personas tenían la edad entre 15 a 17 años mientras que solo 6 personas tenían la edad entre 40 a 42 años, y 16 personas tenían la edad entre 42 y 44 años.

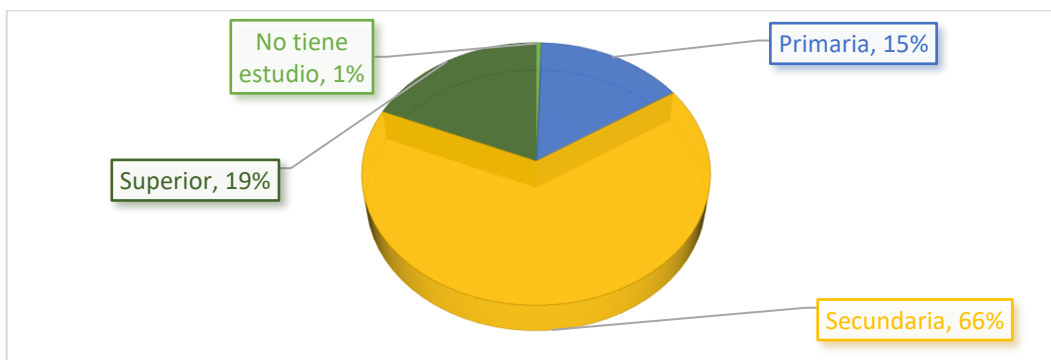
- Se observa en el histograma que la mayor parte de la población encuestada corresponde a las edades entre 16 y 22 años, seguida por las edades entre 24 a 33 años y la menor parte de la población corresponde a las edades entre 40 y 42 años. Además, se observa que el histograma es asimétrica positiva es decir que los datos están alejados de la media a la derecha.

**Tabla 23-3:** Nivel de instrucción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No tiene estudio	2	1%
Primaria	58	15%
Secundaria	252	66%
Superior	71	19%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 3-3:** Nivel de instrucción

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa que la menor población no tiene estudios que corresponde al 1%, mientras que la mayor parte de la población tiene estudios secundarios equivalente al 66%, el 15% cursaron el nivel de estudio primaria y el 19% tiene el nivel de estudio superior.

### *Questionario*

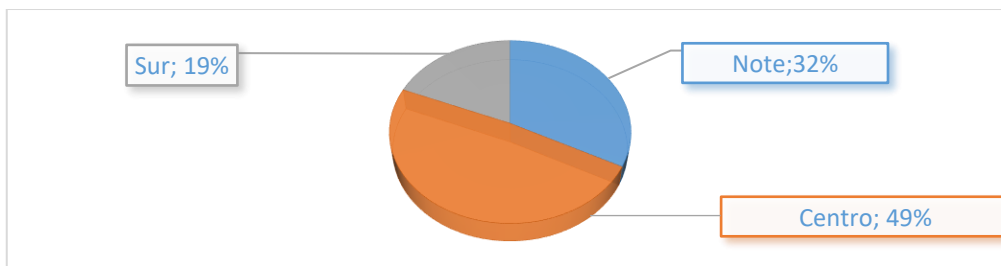
- **Pregunta 1. ¿En qué sector de Riobamba vive usted?**

**Tabla 24-3:** Frecuencias de la pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Norte	124	32%
Centro	187	49%
Sur	72	19%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 4-3:** Resultado de la pregunta 1

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa el 49% de nuestros potenciales clientes viven en la parte centro de la ciudad, mientras que el 33% vive en la parte Norte y el 19% en la parte sur de la ciudad.

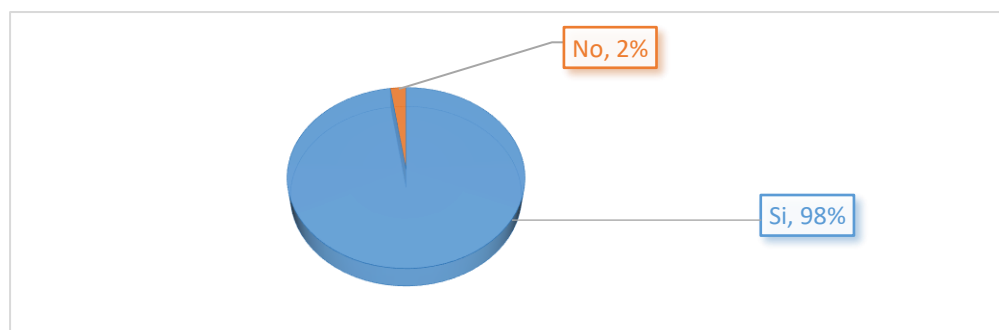
- **Pregunta 2. ¿Usted usa ropa deportiva?**

**Tabla 25-3:** Frecuencias de la pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	98%
No	9	2%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 5-3:** Resultado de la pregunta 2

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa el 98% de los encuestados afirma usar ropa deportiva, mientras que el 2% no usa este tipo de ropa, lo cual nos muestra que la mayor parte de los encuestados son potenciales clientes.

- **Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia utiliza la ropa deportiva?**

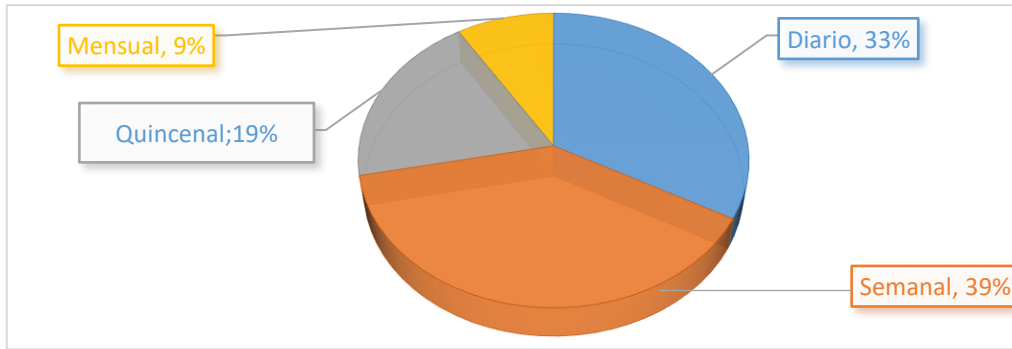
**Tabla 26-3:** Frecuencias de la pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	126	33%
Semanal	149	39%
Quincenal	74	19%
Mensual	34	9%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021





**Gráfico 6-3:** Resultado de la pregunta 3

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly.; Riera,T, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa el 39% de los encuestados afirma que utiliza ropa deportiva semanal, ya que el 33% lo utiliza a diario eso indica un uso frecuente de esta prenda por parte de nuestros potenciales clientes, el 19% lo utiliza quincenal y un 9% mensual.

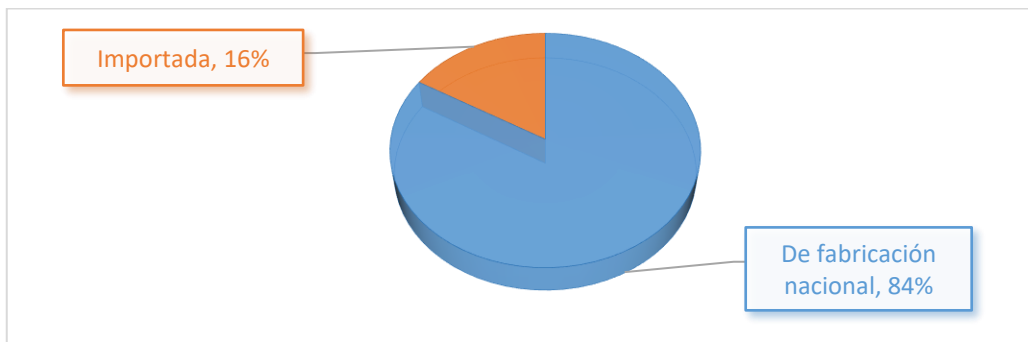
• **Pregunta 4. ¿De qué tipo de proveedor prefiere usted adquirir ropa deportiva?**

**Tabla 27-3:** Frecuencias de la pregunta 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De fabricación nacional	320	84%
Importada	63	16%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly.; Riera,T, 2021



**Gráfico 7-3:** Resultado de la pregunta 4

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly.; Riera,T, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa que para la adquisición de ropa deportiva el 84% prefiere la fabricación nacional y el 16% prefiere que sea de importación.

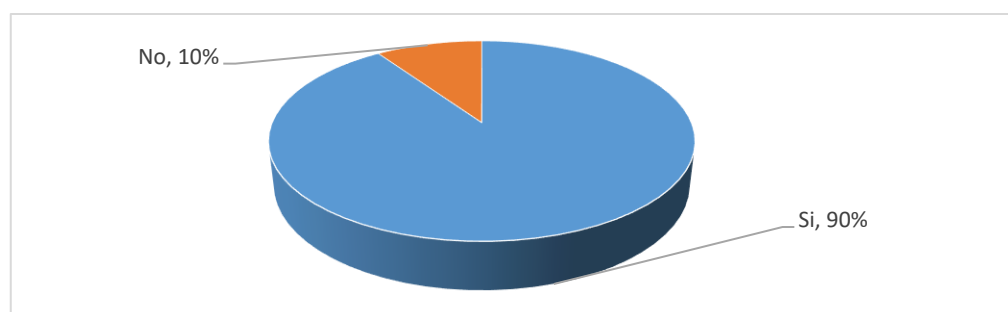
- **Pregunta 5. ¿Le parece viable adquirir ropa deportiva de calidad y precio cómodo, confeccionada por una microempresa, la misma estará situada en la ciudad de Riobamba?**

**Tabla 28-3:** Frecuencias de la pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	90%
No	37	10%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 8-3:** Resultado de la pregunta 5

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa el 90% de la población les parece viable adquirir ropa deportiva elaborada en una microempresa en la ciudad de Riobamba, mientras que el 10% está en desacuerdo con la creación de una micro empresa de confección y elaboración de ropa deportiva.

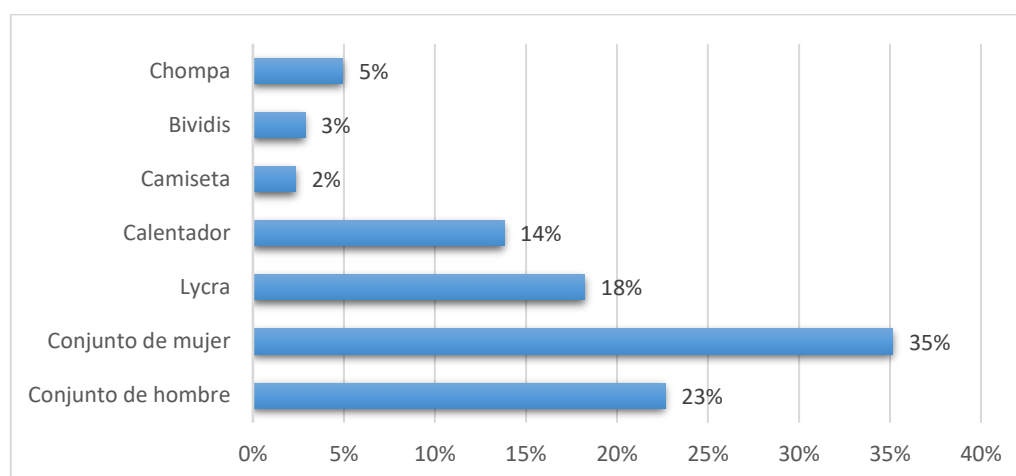
- **Pregunta 6. ¿Qué tipo de prenda deportiva compraría?**

**Tabla 29-3:** Frecuencias de la pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Conjunto de hombre	87	23%
Conjunto de mujer	134	35%
Lycra	70	18%
Calentador	53	14%
Camiseta	9	2%
Bividi	11	3%
Chompa	19	5%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 9-3:** Resultado de la pregunta 6

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** de las opciones para adquirir el tipo de prenda deportiva los resultados fueron: El 35% desea adquirir un conjunto de mujer, el 23% desea adquirir un conjunto de hombres, el 18% prefiere la lycra, el 14% adquirirá calentador, el 5% chompa, el 3% bividi, el 2% solo camiseta.

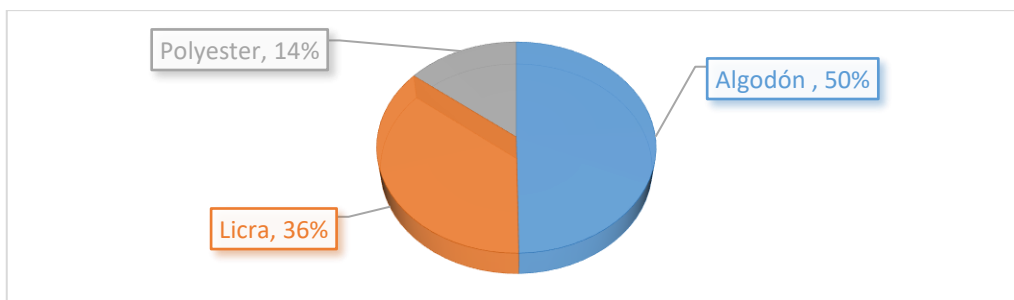
- **Pregunta 7. ¿En qué tipo de tela prefiere que esté elaborado su ropa deportiva?**

**Tabla 30-3:** Frecuencias de la pregunta 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Algodón	190	50%
Licra	138	36%
Polyester	55	14%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 10-3:** Resultado de la pregunta 7

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa el 50% de los encuestados prefieren utilizar ropa deportiva elaborada de algodón, mientras que el 36% prefiere utilizar licra y el 14% desea el polyester.

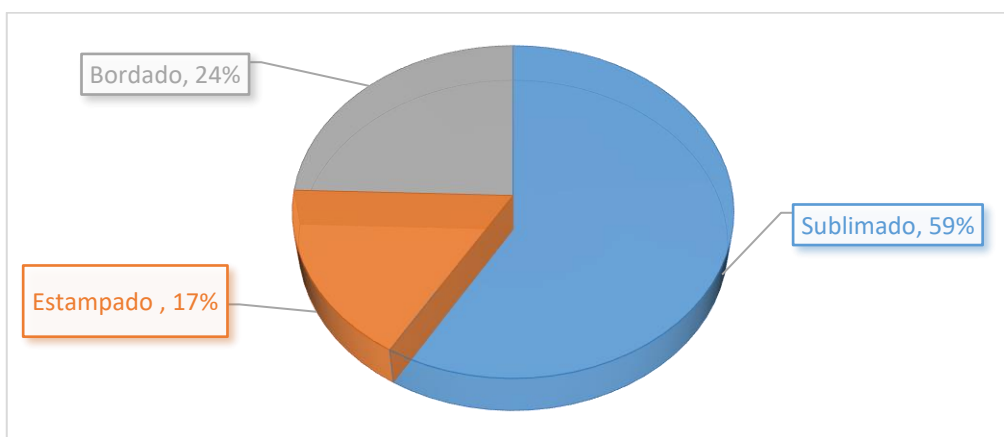
• **Pregunta 8. ¿Qué tipo de acabado prefiere que tenga su ropa deportiva?**

**Tabla 31-3:** Frecuencias de la pregunta 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sublimado	224	59%
Estampado	65	17%
Bordado	94	24%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021



**Gráfico 11-3:** Resultado de la pregunta 8

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados se observa que el acabado sublimando es preferido por el 59% de los encuestados posiblemente porque es muy versátil y se puede personalizar las

prendas deportivas, mientras que el 24% lo prefiere bordado y el 17% prefiere un acabado estampado.

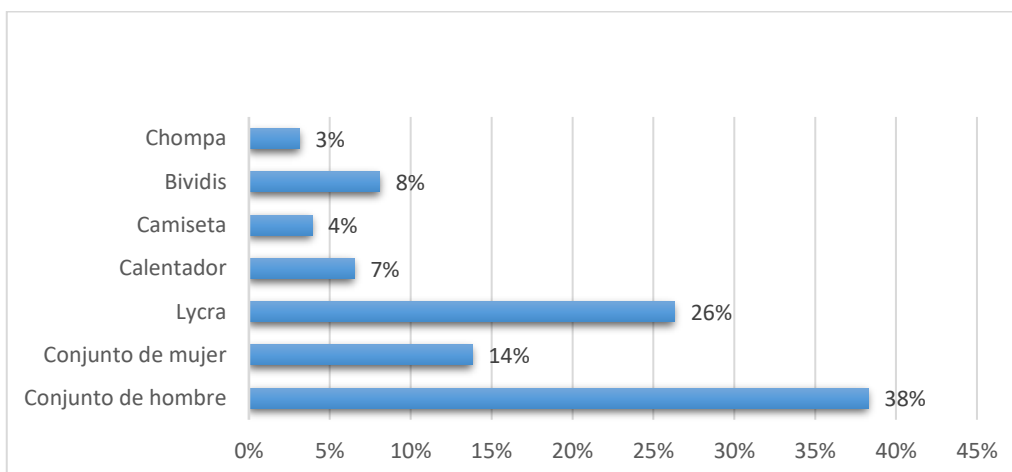
**Pregunta 9. ¿Qué aspectos considera usted decisivo al momento de comprar ropa deportiva?**

**Tabla 32-3:** Frecuencias de la pregunta 9

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Precio	146	38%
Diseño	53	14%
Calidad	101	26%
Marca	25	7%
Servicio	15	4%
Variedad	31	8%
Puntualidad en la entrega	12	3%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 12-3:** Resultado de la pregunta 9

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** dado los resultados al momento de adquirir ropa deportiva el 38% de los encuestados toman en cuenta el precio, el 26% la calidad, el 14% el diseño, el 8% la variedad, el 7% la marca, el 3% la puntualidad en la entrega.

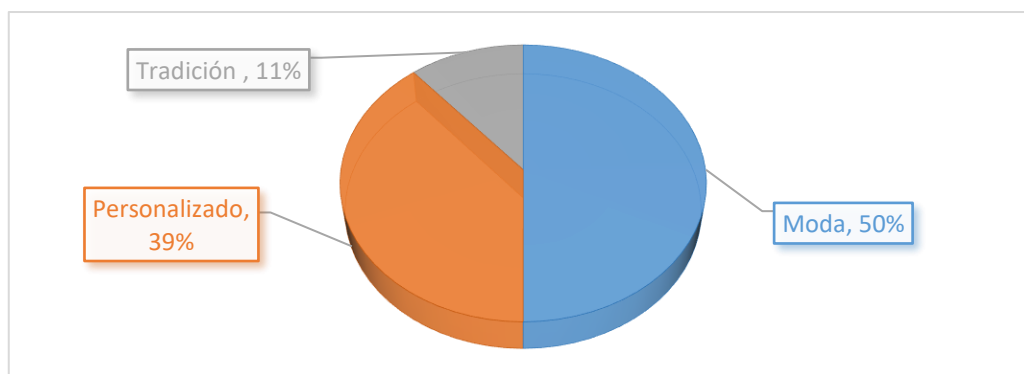
- **Pregunta 10. ¿Qué factor influye en su decisión cuándo escoge un diseño o estilo de ropa deportiva?**

**Tabla 33-3:** Frecuencias de la pregunta 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Moda	192	50%
Personalizado	148	39%
Tradicición	43	11%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021



**Gráfico 13-3:** Resultado de la pregunta 10

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados obtenidos el 50% de los encuestados afirma que el factor más influyente al momento de adquirir ropa deportiva es la moda, mientras que el 39% lo prefiere personalizado, y el 11% lo adquiere por tradición.

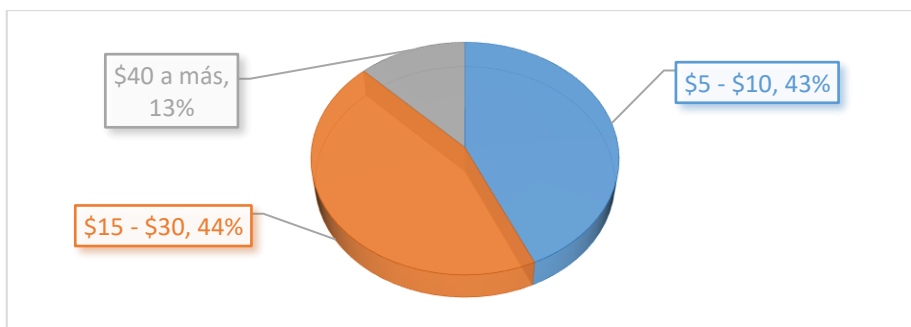
**Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de ropa deportiva?**

**Tabla 34-3:** Frecuencias de la pregunta 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$5 - \$10	165	43%
\$15 - \$30	170	44%
\$40 a más	48	13%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021



**Gráfico 14-3:** Resultado de la pregunta 11

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** dado los resultados el 44% está dispuesta pagar desde 15 dólares a 30 dólares para adquirir su ropa deportiva, el 43% está dispuesta a adquirirla desde 5 a 10 dólares y el 13 % por 40 dólares o más.

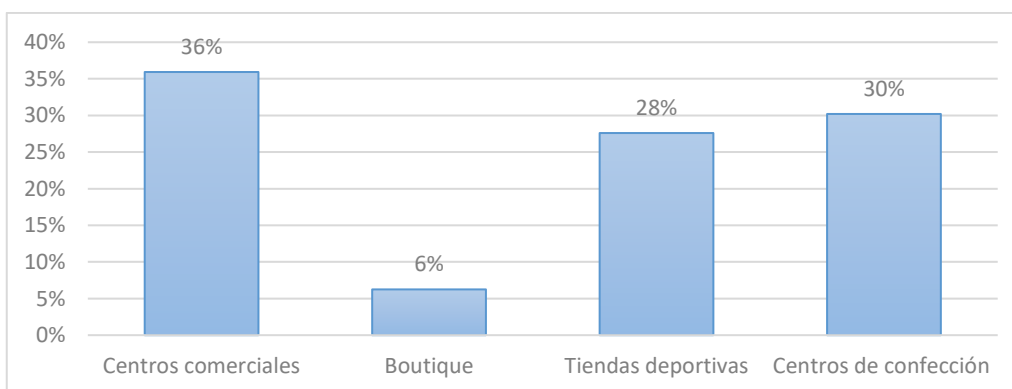
### Pregunta 12. ¿Dónde prefiere comprar su ropa deportiva?

**Tabla 35-3:** Frecuencias de la pregunta 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centros comerciales	137	36%
Boutique	24	6%
Tiendas deportivas	106	28%
Centros de confección	116	30%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 15-3:** Resultado de la pregunta 12

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados obtenidos el 36% de los encuestados de preferencia desean adquirir ropa deportiva en los centros comerciales, el 30% lo adquiere en centros de confección, el 28% prefiere las tiendas deportivas, y el 6% lo adquiere de una boutique.

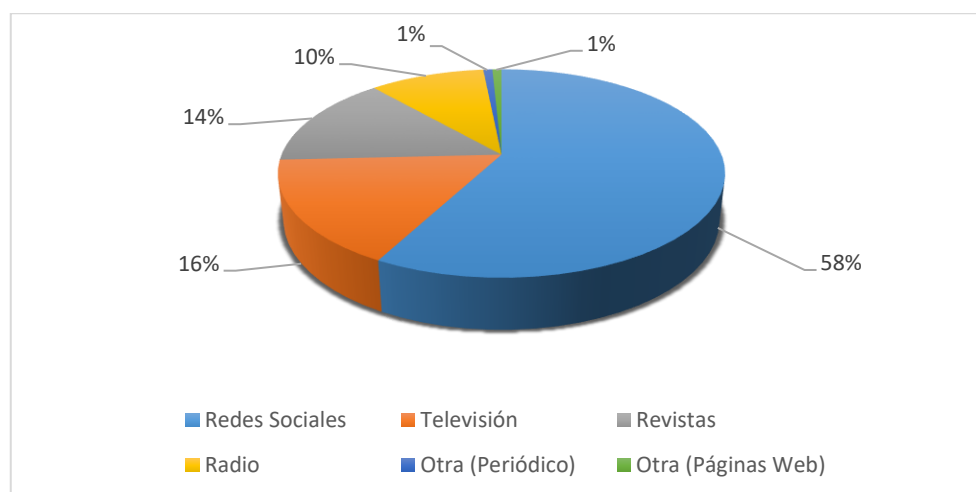
- **Pregunta 13. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la nueva marca de ropa deportiva?**

**Tabla 36-3:** Frecuencias de la pregunta 13

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	221	58%
Televisión	63	16%
Revistas	55	14%
Radio	38	10%
Otra (Periódico)	3	1%
Otra (Páginas Web)	3	1%
Total	383	100%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 16-3:** Resultado de la pregunta 13

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis descriptivo:** según los resultados obtenidos el 58% de los encuestados prefieren las redes sociales, el 16% la televisión, el 14% las revistas, el 10% utiliza el radio, el restante prefiere tanto el periódico como las páginas web.



### 3.2.1. Perfil del consumidor

**Tabla 37-3:** Perfil del consumidor

Variable	Porcentajes
Ubicación del consumidor	Centro: 49%
Uso de ropa deportiva	Si: 98%
Frecuencia de uso de ropa deportiva	Diario: 33% y Semanal: 39%
Preferencia de proveedor de consumo	Fabricación nacional: 84%
Predisposición de consumo de producto de microempresas	Si: 90%
Preferencia del tipo de prenda deportiva	Conjunto de mujer: 35% y conjunto de hombre: 23%
Preferencia del tipo de tela para la confección de ropa deportiva	Algodón: 50% y licra: 36%
Características del acabado en ropa deportiva	Sublimado: 59% y bordado: 24%
Aspectos que influyen en la decisión de compra	Precio: 38% y calidad: 26%
Factores que influyen en su decisión de compra	Moda: 59%
Capacidad de pago por una prenda de ropa deportiva	Prefiere pagar \$15 -\$30: 44%
Preferencia del sitio de compra de ropa deportiva	Centros comerciales: 36%
Medio de comunicación de la marca	Redes sociales: 58%

Fuente: encuesta

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### 3.3. Análisis de la oferta (competencia)

#### 3.3.1. Caracterización de la competencia

La competencia se analizó mediante la información prevista por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en su página web.

**Tabla 38-3:** Competencia

Nombre del establecimiento	Dirección
Litos sport	Junín y Pichincha esquina
Dennys sport	Calle Rocafuerte, intersección Ayacucho y Venezuela
Gisel's sport	Junín y Rocafuerte

Fuente: SRI

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

En función a las características que se desean incorporar en el emprendimiento se ha tomado en consideración tres competidores fuertes que comercializan y que el SRI los reconoce como empresas de confección y comercialización de productos deportivos que están legalmente

establecidos a nivel de la ciudad de Riobamba. Los tres que concuerdan con las características similares a los productos que va tener el nuevo emprendimiento son: LITOS SPORT, GISEL'S SPORT y DENNYS SPORT estos tres están ubicados cerca del centro de la ciudad. Además, tienen una gran variedad de productos en stock que van desde conjuntos o uniformes deportivos para instituciones públicas y privadas, camisetas personalizadas y de equipos, equipos de bioseguridad como es buff en varios diseños y personalizados, trajes antifluido, los productos varían en cuanto a tallas y colores.

Estas empresas comercializan su producto a través de las redes sociales como es Facebook sin embargo tienen muy pocos seguidores y en otros casos la página no está actualizada. Ninguna de las tres empresas expone precios de sus productos solo comparte imágenes de los productos que ofertan, a pesar de esta condición los precios que se encuentran declarados se obtuvieron mediante la visita a la empresa y son los que se exhiben en la **Tabla 39-3**. Frente a esta relación se puede observar que los precios de venta al público de los productos de dichas empresas son altos en relación a la expectativa que tiene el cliente dado el análisis de mercado producto de este estudio. Cada empresa tiene información reservada en base a costos de producción, volumen de producción, cantidad de ventas y proveedores.

**Tabla 39-3:** Precios de la competencia

<b>Empresas</b>	<b>Conjunto de hombre (Algodón)</b>	<b>Conjunto de mujer (licra)</b>
Litos sport	\$ 48,00	\$40,00
Dennys sport	\$ 40,00	\$40,00
Gisel's sport	\$52,00	\$45,00

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### **3.4. Confrontación oferta – demanda**

#### **3.4.1. Proyección de la demanda**

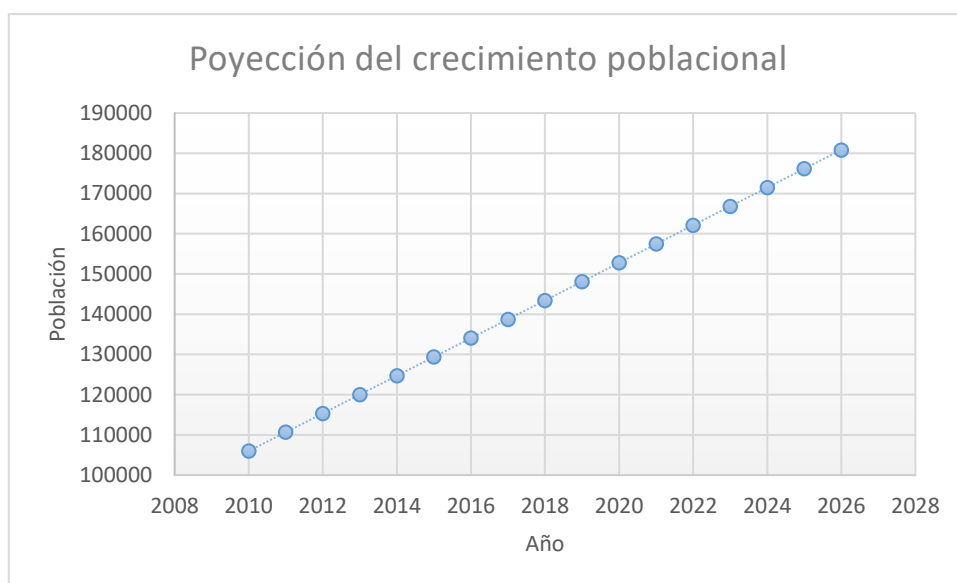
**Tabla 40-3:** Proyección del crecimiento poblacional (15-44 años)

<b>Años</b>	<b>Incremento poblacional (4,41%)</b>
2010	105995
2011	110672
2012	115350
2013	120027
2014	124704
2015	129382
2016	134059
2017	138737
2018	143414

Años	Incremento poblacional (4,41%)
2019	148091
2020	152769
2021	157446
2022	162123
2023	166801
2024	171478
2025	176156
2026	180833

Fuente: INEC.

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021



**Gráfico 17-3:** Proyección del crecimiento poblacional

Fuente: INEC.

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Análisis:** al realizar la proyección poblacional utilizando el método de interés simple el índice de crecimiento de las personas entre la edad de 15 a 44 años la cual corresponde a un total de 1095995 habitantes siendo la tasa de crecimiento igual a 4,41%, se determinó que en el año 2026 el incremento poblacional de aquellas personas será 180833 habitantes.

### 3.4.2. Cálculo de la demanda potencial

Para obtener la demanda potencial se tomó en cuenta dos factores que están planteadas en el estudio de mercados. El primer factor es el porcentaje de consumo de fabricación nacional de la ropa deportiva en el mercado, en base a este resultado y a la proyección de crecimiento poblacional del área urbana de la ciudad de Riobamba de las personas entre la edad de 15 a 44 años, cuyos datos se tomaron del INEC.

$$152769 * 84\% = 128326 \text{ personas}$$

El segundo factor se considera el porcentaje de predisposición de consumo de producto de microempresas.

$$128326 * 90\% = 115493 \text{ personas}$$

La demanda potencial es de 115493 personas, condición que demuestra que los productos establecidos en la presente propuesta tienen la capacidad de ser absorbidos por el mercado.

#### 3.4.3. *Cálculo de la demanda insatisfecha*

Antes de la pandemia por covid-19 los tres competidores vendían un aproximado de 3600 conjuntos deportivos de diferentes tallas, colores y diseños. Para determinar la demanda insatisfecha se procedió a restar el total de demanda potencial menos el total de demanda que consume los productos de la competencia.

$$115493 - 4860 = 110633 \text{ personas}$$

La demanda insatisfecha es de 110633 personas, por lo tanto, este es el número que no está siendo abastecida por los tres competidores de confección y comercialización de ropa deportiva.

#### 3.4.4. *Cálculo de la demanda objetivo de mercado*

Para determinar la demanda objetivo de “**Andes Sport**” se procese a multiplicar el total de la demanda insatisfecha y el porcentaje de capacidad de absorción del nuevo emprendimiento.

$$110633 * 1\% = 1106 \text{ producto}$$

La demanda objetivo de mercado asciende a 1106 productos (conjuntos deportivos) que serán elaborados por la empresa de forma anual para cubrir las necesidades del mercado.

## CAPÍTULO IV

### 4. ENTORNO JURÍDICO

#### 4.1. Análisis del contexto del marco legal para determinar la figura legal del emprendimiento

El marco legal del Ecuador contempla un conjunto de normas y reglamentos que favorecen el emprendimiento desde la constitución de la república del Ecuador se fomentan los procesos de asociatividad para dar fuerza a la creación de negocios familiares que aporten económicamente al estado, estas iniciativas pueden estar vinculadas para su legalización a diferentes articulados de ley entre ellos la ley de compañías, ley de economía solidaria y la ley de fomento artesanal, en relación al presente estudio se considera pertinente dada las características del emprendimiento y la configuración del tipo de comercio bajo la particularidad de un negocio familiar, es relativo desarrollar un análisis entorno a cómo se maneja el tema de los negocios de tipo artesanal.

##### 4.1.1. *Ley de Fomento Artesanal*

De acuerdo a la Ley de Fomento Artesanal se le otorgan otros beneficios tributarios al Artesano calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano: “Art. 9.- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

- Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados o reconstruidos, se requerirá la carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.
- Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la 24 introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaron, previo dictamen favorable del Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MIPRO). Sin embargo, tanto en el numeral 1) como en el numeral 2), seguirá vigente la

reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley No. 509 del 8 de junio de 1983, en lo que fuere pertinente.

- Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.
- Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.
- Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.
- Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.
- Aprovechamiento del régimen de depreciación acelerada de la maquinaria y equipos auxiliares.
- Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.
- Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos, reformas de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente, conforme lo determina la presente Ley. 25
- Para la determinación del ingreso gravable, con el impuesto sobre la renta, las personas naturales o jurídicas acogidas al régimen de esta Ley, podrán deducir el sesenta por ciento de las cantidades reinvertidas o de las nuevas inversiones, financiadas mediante crédito o aporte al nuevo capital, destinadas a la adquisición de maquinarias, equipos y herramientas nuevas. Este beneficio será concedido únicamente hasta por un período de diez años, contados desde la vigencia del Acuerdo Interministerial de otorgamiento de beneficios. La deducción en cada año no podrá ser mayor del cincuenta por ciento de la utilidad líquida, pero el saldo deducido se considerará imputable a los ejercicios futuros. Las reinversiones o nuevas inversiones, para constituir materia deducible del monto gravable con el impuesto a la renta deberán sujetarse al siguiente trámite: a) Antes de efectuar las reinversiones o nuevas inversiones o de contraer los compromisos pertinentes los interesados deberán solicitar al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la autorización correspondiente para poder deducir del monto gravable con el impuesto a la renta tales reinversiones o inversiones; y, b) Para el trámite de las solicitudes contempladas en el literal anterior, se aplicarán las disposiciones del literal b) del Art. 6 y del Art. 13.

- Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10 % de los porcentajes que se establecieren legalmente.
- Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.”

#### **4.1.2. Ley de Defensa del Artesano**

En esta Ley de Defensa del Artesano los artículos que se indican a continuación son aquellos que definen y dan los requisitos a ser cumplidos por los Artesanos en el ámbito tributario para poder obtener los Beneficios Tributarios:

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismo o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecerían a futuro.

**Art. 2.-** Para los efectos de esta ley, se definen los siguientes términos:

- a) Actividad Artesanal. - Es la práctica manual para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquina, equipos y herramientas.
- b) Artesano.- Se define artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional del Artesano y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y este hubiese invertido en su taller implementos de trabajo, maquinarias, materias primas, una cantidad no superior a la veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria, de igual manera se considera artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementación o carezca de operarios.
- c) Maestro de taller. - Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos 22 de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal u organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional del Artesano y refrendados por los Ministerios de Educación y Cultura y de Relaciones Laborales.

- d) Operarios. -Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanías o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.
- e) Aprendiz. - Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código de Trabajo.
- f) Taller Artesanal. - Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayores de cinco;
- Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
- Que la dirección y responsabilidad del taller este a cargo de un maestro de taller.
- Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano; así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados, como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta ley.”4.1 Figura legal para la comercialización

#### **4.1.3. Definición de la figura legal del emprendimiento**

En el contexto del marco legal especificado anteriormente, el emprendimiento funcionará bajo una figura artesanal para lo cual se requiere que el propietario este reconocido legalmente como ARTESANO CALIFICADO. La obtención de este reconocimiento requiere cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del Título Artesanal o Acta de Grado.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía.
- Copia de la papeleta de votación.
- Foto tamaño carnet, actualizada y a color.
- Papeleta de depósito bancario.

Una vez que el propietario se califique como artesano debe obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cumpliendo los siguientes requisitos:



- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

### **Ventajas de ser un artesano calificado y facturar bajo esta figura**

Entre los beneficios tributarios, el Servicio de Rentas Internas, en cumplimiento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, exime a los artesanos calificados:

- A pagar el impuesto al valor agregado (IVA).
- No están obligados a llevar contabilidad.
- Están exonerados de impuestos a los activos totales.
- Tienen tarifa 0% de IVA en la comercialización de productos artesanales y servicios, así como también los organismos estatales dan preferencia a la compra de productor y servicios artesanales.
- Están exonerados de impuestos a la exportación de artesanía.
- Tienen exoneración de impuestos a la transferencia de inmuebles destinados a los establecimientos o centros de capacitación.
- Exoneración de impuestos a patentes municipales.

**Patente Municipal.** - Para obtener los debidos permisos de funcionamiento del taller artesanal se debe acudir al Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Riobamba, con la siguiente documentación.

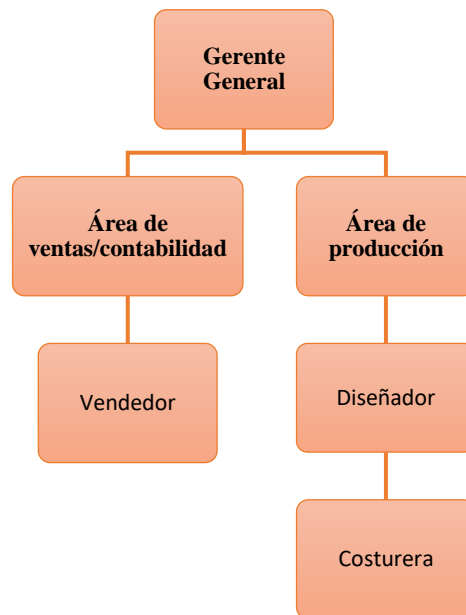
- Formulario de declaraciones de impuesto
- RUC copia y original
- Copia de cedula
- Copia de carta de pago de impuesto
- Formulario de categorización
- Calificación artesanal

#### **4.2. Estructura administrativa**

Una vez que se ha establecido la figura legal de cómo va ser el funcionar el emprendimiento es necesario trabajar sobre la estructura administrativa para lo cual se ha considerado tres componentes fundamentales, por una parte una estructura orgánica funcional que muestre donde

van a estar el personal que se requiere, las funciones que cada uno de estos deben trabajar de acuerdo a su cargo en cuanto a cada una de las áreas como producción, comercialización, ventas y los proceso que se van a ejecutar al interno del emprendimiento a continuación el detalle.

#### 4.2.1. Estructura orgánico funcional



**Gráfico 1 - 4 :** Organigrama de la microempresa

Elaborado por: (Gusqui, Nataly, 2021)

El emprendimiento consta de diferentes áreas el administrativo donde se encuentra a cargo del gerente general que se encarga de planificar todo el proceso de producción, organizar el servicio de ventas así como manejar proveedores y clientes, mientras que el área operativa que se encuentran dos niveles el de ventas/contabilidad y producción que van a estar encargados específicamente de la recepción de materia prima, transformación en productos terminado, el empaquetamiento y la colocación de productos en bodega para que se encuentre con el stock disponible en todo momento para satisfacer el nivel de consumo que requiere el mercado.

Cada una de estas áreas están conformadas por un conjunto de personas, que van a trabajar en los cargos ya mencionados dentro de sus funciones y sus distintas actividades inherentes a su área de trabajo a continuación se detalla el manual de funciones.

## 4.2.2. Manual de funciones

**Tabla 41-4:** Área administrativa / Gerente

Denominación del Cargo	Gerente
<b>Requisitos del puesto:</b>	Comunicación efectiva a todo nivel, capacidad de trabajo en equipo, gran manejo y solución de conflictos, toma de decisiones.
<b>Formación</b>	Título profesional de Administración, Ingeniería industrial o carreras afines
<b>Experiencia</b>	3 años de experiencia en posiciones gerenciales
<b>Capacidades</b>	Gran capacidad de ejecución, actitud comercial, Organización y orientación a resultados.
<b>Trabajar bajo presión</b>	Siempre
<b>Capacidad de análisis</b>	Alta
<b>Capacidad de negociación</b>	Alta
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.</li> <li>-Organizar los recursos de la entidad.</li> <li>-Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas.</li> <li>- Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.</li> <li>-Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado.</li> <li>-Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.</li> <li>-Hacer de líder de los diversos equipos.</li> </ul>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Tabla 42-4:** Área administrativa/ Contador

Denominación del cargo	Contador
<b>Requisitos del puesto:</b>	Alto grado de responsabilidad, honesto, colaborador, capacidad de analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.
<b>Formación</b>	Título profesional de Contador Público o áreas a fines
<b>Experiencia</b>	3 años de experiencia en las áreas relacionadas
<b>Capacidades</b>	Capacidad numérica, de lenguaje, conocimientos contables y financieros
<b>Trabajar bajo presión</b>	Siempre
<b>Capacidad de análisis</b>	Alta
<b>Capacidad de negociación</b>	Alta
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable</li> <li>-Pago de impuestos y tributos.</li> <li>-Estudiar valores que constituyen capital o que intervendrán en las operaciones diarias.</li> <li>-Establecer calendarios de pagos tanto a proveedores y empleados.</li> </ul>

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Tabla 43-4:** Área de producción/Diseñador

Denominación del cargo	Diseñador / a
<b>Requisitos del puesto:</b>	Alto grado de responsabilidad, fluidez verbal, conocimientos sobre el color y formas, prestar atención a los detalles, capacidad de trabajar en equipo.
<b>Formación</b>	Título profesional en artes y diseño o áreas afines
<b>Experiencia</b>	2 años de experiencia en las áreas relacionadas
<b>Capacidades</b>	Aptitudes para el diseño asistido por ordenador, conocimientos en varios tipos de materiales, habilidad para el diseño, siempre debe estar al día de las tendencias en moda.
<b>Trabajar bajo presión</b>	Siempre
<b>Capacidad de análisis</b>	Alta
<b>Capacidad de negociación</b>	Alta
<b>Funciones</b>	-Elaborar bocetos. -Producir diseños originales. -Especialista en diseño de ropa deportiva. -Resolución de dudas y control de calidad.

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

**Tabla 44-4:** Área de producción/Operario o costurera

Denominación del cargo	Costurera
<b>Requisitos del puesto:</b>	-Trabajar y relacionarse efectivamente con otras personas. -Integrarse a los fines institucionales, planes estratégicos y valores de la institución. -Cuidar los aspectos relativos a la salud en el trabajo. - Participar en los procesos de mejora continua y el servicio orientado al usuario. -Desarrollar el profesionalismo. -Participar y actuar en un marco de apertura al diálogo.
<b>Formación</b>	Primaria completa, certificado de estudios de corte y confección.
<b>Experiencia</b>	1 año de experiencia en funciones similares
<b>Capacidades</b>	-Confeccionar prendas con el material que se le entrega. -Utilizar los diferentes tipos de maquinaria conforme a los procesos de confección hasta el acabado. -Lubricar y preparar en cada caso la maquinaria para mantenerla en buen estado
<b>Trabajar bajo presión</b>	Siempre
<b>Capacidad de análisis</b>	Alta
<b>Funciones</b>	-Limpiar la máquina para producción. -Revisar orden de producción y colocar los hilos en la máquina. -Preparar las piezas de cada prenda para confección. -Cocer las prendas en la máquina para confección. -Dar acabados a las piezas y algunos trabajos manuales ordenados por la micro empresa con el objeto de contar con todas las prendas necesarias -Entregar la prenda. -Elaborar fichas del material y equipo que utilizó en sus labores, con la finalidad de que este sea aprovechado óptimamente, reportando existencias. -Limpiar el módulo de trabajo

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Tabla 44-4:** Área de ventas

<b>Denominación del cargo</b>	<b>Vendedor / a</b>
<b>Requisitos del puesto:</b>	Fluidez verbal, capacidad de negociar a gran escala, amabilidad
<b>Formación</b>	Bachiller
<b>Capacidades</b>	Conocimientos del mercado, Conocer y explicar las promociones especiales a los clientes, además de estar familiarizado con las políticas y procedimientos de la empresa.
<b>Trabajar bajo presión</b>	Si
<b>Capacidad de análisis</b>	Alta
<b>Funciones</b>	-Conocer el producto. -Asesorar a los clientes. -Contribuir a la solución de problemas. -Fidelizar clientes. -Cuidar su imagen.

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Tabla 45-4:** Costos salariales

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>
Gerente / Diseñador	\$ 400,00
Costurera	\$ 400,00
Vendedor	\$400,00

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

#### 5.1. Análisis de inversión

El estudio financiero tiene la particularidad de detectar los recursos económicos para poder llevar el emprendimiento. Gracias a este análisis se calcula también el costo total del proceso de producción, así como los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del emprendimiento

##### 5.1.1. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Para determinar las inversiones y los gastos del área comercial se analizaron requerimientos para desarrollar, vender y promocionar el producto. Los precios ubicados en las siguientes tablas fueron investigados en el mercado libre de internet.

**Tabla 45-5:** Listado de inversiones del área comercial

1. Talento humano				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión
Vendedor	1	Mensual	\$400,00	\$400,00
<b>Subtotal talento humano</b>				<b>\$400,00</b>
2. Inversiones en activos fijos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión
Calculadora	1	Equipo	\$15,00	\$15,00
				<b>\$15,00</b>
Equipo de cómputo				
Computadora	1	Equipo	\$700,00	\$700,00
Pen drive	2	Unidad	\$15,00	\$30,00
Impresora	1	Equipo	\$180,00	\$180,00
				<b>\$910,00</b>
Muebles y enseres				
Archivadores	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Sillas giratorias	1	Unidad	\$184,00	\$184,00
Escritorio	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Papeleras	1	Unidad	\$18,48	\$18,48
Vitrinas	3	Unidad	\$200,00	\$600,00
Maniqués	5	Unidad	\$115,00	\$575,00
Estantería sin fondo	4	Unidad	\$200,00	\$800,00
Estantería colgadora	2	Unidad	\$13,88	\$27,76
Basurero	2	Unidad	\$15,00	\$30,00
Silla	2	Unidad	\$55,00	\$110,00
				<b>\$2.535,24</b>
Insumos				
Materiales de oficina	1	Global	\$100,00	\$100,00
				<b>\$100,00</b>
<b>Subtotal inversiones en activos fijos</b>				<b>\$3.560,24</b>
3. Inversiones en activos diferidos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión

Capacitación en ventas	1	Persona	\$100,00	\$100,00
				<b>\$100,00</b>
<b>Publicidad antes</b>				
Diseño fan page	1	Página	\$300,00	\$300,00
				<b>\$300,00</b>
<b>Subtotal inversiones en activos diferidos</b>				<b>\$400,00</b>
<b>4. Gastos de promoción y publicidad</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Pautas de la fan page	6	Anuncio	\$30,00	\$180,00
<b>Subtotal gastos de promoción y publicidad</b>				<b>\$180,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$4.540,24</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

### 5.1.2. Determinación de inversiones y gastos del área productiva

Para determinar las inversiones y los gastos del área productiva se analizaron requerimientos para desarrollar o confeccionar el producto. Los precios ubicados en las siguientes tablas fueron investigados en el mercado libre de internet y ELECTROMAQUITEX.

**Tabla 46-5:** Listado de inversiones del área productiva

<b>1. Talento humano</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Costurera	1	Mensual	\$400,00	\$400,00
Diseñador	1	Mensual	\$400,00	\$400,00
<b>Subtotal talento humano</b>				<b>\$400,00</b>
<b>2. Inversiones en activos fijos</b>				
<b>Máquinas y equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Máquina overlok	1	Unidad	\$1.050,00	\$1.050,00
Máquina elasticadora	1	Unidad	\$2.200,00	\$2.200,00
Máquina recta	1	Unidad	\$1.100,00	\$1.100,00
Máquina recubridora	1	Unidad	\$1.800,00	\$1.800,00
Cortadora de tela	1	Unidad	\$650,00	\$650,00
Sublimadora	1	Unidad	\$13.000,00	\$13.000,00
Máquina para serigrafía	1	Unidad	\$600,00	\$600,00
				\$20.400,00
<b>Materia prima</b>				
Tela licra	480	Metros	\$6,00	\$2.880,00
Tela rib	216	Centímetros	\$0,40	\$86,40
Tela algodón	1272	Metros	\$5,83	\$7.420,00
Tela Kiana	828	Metros	\$2,20	\$1.821,60
Tela jersey	480	Metros	\$3,00	\$1.440,00
				<b>\$13.648,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>				

Archivadores	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Sillas giratorias	1	Unidad	\$184,00	\$184,00
Escritorio	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Estantería sin fondo	2	Unidad	\$200,00	\$400,00
Basurero	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Bancas para máquinas	5	Unidad	\$55,00	\$275,00
Mesa para corte y tenedora de tela	1	Unidad	\$349,00	\$349,00
				<b>\$1.428,00</b>
<b>Insumos</b>				
Hilo chino	1440	Metros	\$0,15	\$216,00
Hilo de seda	1440	Metros	\$0,20	\$288,00
Papel de molde	5000	Metros	\$0,50	\$2.500,00
Llaves para cierres	5	Ciento	\$36,00	\$180,00
Cierres	550	Metros	\$0,15	\$82,50
Cordón	5	Kilo	\$10,55	\$52,75
Cuellos	60	Kilo	\$6,00	\$360,00
Puños	60	Kilo	\$6,00	\$360,00
Broches/Botones	5	Ciento	\$2,87	\$14,35
Elástico 4 cm	15	Rollo	\$4,00	\$60,00
Elásticos 5 cm	15	Rollo	\$5,00	\$75,00
Reata	9	Rollo	\$12,50	\$112,50
Fundas	2	Ciento	\$75,00	\$150,00
Etiquetas de tallas	5	Ciento	\$2,00	\$10,00
Etiquetas	5	Ciento	\$6,71	\$33,55
				<b>\$4.494,65</b>
<b>Subtotal inversiones en activos fijos</b>				<b>\$39.970,65</b>
<b>3. Inversiones en activos diferidos</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
<b>Capacitación</b>				
Capacitación en diseño	1	Global	\$300,00	\$300,00
				<b>\$300,00</b>
<b>Mantenimiento</b>				
Mantenimiento de maquinaria	1	Global	\$1.000,00	\$1.000,00
				<b>\$1.000,00</b>
<b>Subtotal inversiones en activos diferidos</b>				<b>\$1.300,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$41.670,65</b>

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021



### 5.1.3. Determinación de inversiones y gastos del área administrativa

Para determinar las inversiones y los gastos del área administrativa se analizaron los requerimientos para desarrollar, vender el producto. Los precios ubicados en las siguientes tablas fueron investigados en el mercado libre de internet.

**Tabla 47-5:** Listado de inversiones del área administrativo

<b>1. Talento humano</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Gerente	1	Mensual	\$400,00	\$400,00
<b>Subtotal talento humano</b>				<b>\$400,00</b>
<b>2. Inversiones en activos fijos</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
<b>Construcciones y edificaciones</b>				
Adecuaciones infraestructura	1	Adecuación	\$2.000,00	\$2.000,00
				<b>\$2.000,00</b>
<b>Máquinas y equipos</b>				
Equipo de limpieza	1	Equipo	\$100,00	\$100,00
				<b>\$100,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
Estación de trabajo	1	Unidad	\$120,00	\$120,00
				<b>\$120,00</b>
<b>Subtotal inversiones en activos fijos</b>				<b>\$2.220,00</b>
<b>3. Gastos de permisos de funcionamiento</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Permiso de bomberos	1	Proceso	\$25,50	\$25,50
Permiso Uso de Suelo	1	Proceso	\$200,00	\$200,00
<b>Subtotal gastos de permisos de funcionamiento</b>				<b>\$225,50</b>
<b>4. Gastos de servicios básicos</b>				
<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total inversión</b>
Agua	12	Mes	\$25,00	\$300,00
Luz	12	Mes	\$60,00	\$720,00
Teléfono	12	Mes	\$8,00	\$96,00
<b>Subtotal gastos de servicios básicos</b>				<b>\$1.116,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$5.961,50</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Para las inversiones se tomó en cuentas las tres áreas tales como: administrativa, productiva y comercial.

## 5.2. Inversiones

**Tabla 48-5:** Inversiones

Denominación	Inversión
<b>Activos fijos</b>	
Construcciones y edificaciones	\$2.000,00
Maquinarias y equipos	\$20.515,00
Equipos de cómputo	\$14.558,00
Muebles y enseres	\$4.083,24
Insumos	\$100,00
	<b>\$41.256,24</b>
<b>Activos diferidos</b>	
Capacitación	\$400,00
Promoción y publicidad	\$180,00
Patentes y permisos	\$225,50
Mantenimiento	\$1.000,00
Gastos financieros	\$5.235,36
	<b>\$7.040,86</b>
<b>Capital de trabajo</b>	
Mano de obra directa	\$400,00
Sueldos y salarios	\$800,00
Materias primas	\$4.494,65
Servicios básicos	\$1.116,00
	<b>\$6.810,65</b>
<b>Total</b>	<b>\$55.107,75</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

## 5.3. Estado de fuentes y usos.

**Tabla 49-5:** Fuentes

Denominación	Requeridos	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>			
Construcciones y edificaciones	\$2.000,00	\$2.000,00	

Denominación	Requeridos	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>			
Maquinarias y equipos	\$20.515,00		\$20.515,00
Equipos de cómputo	\$14.558,00	\$14.558,00	
Muebles y enseres	\$4.083,24	\$4.083,24	
Insumos	\$100,00		\$100,00
	<b>\$41.256,24</b>		<b>\$20.615,00</b>
<b>Activos diferidos</b>			
Capacitación	\$400,00	\$400,00	
Promoción y publicidad	\$180,00	\$180,00	
Patentes y permisos	\$225,50	\$225,50	
Mantenimiento	\$1.000,00	\$1.000,00	
Gastos financieros	\$5.235,36	\$5.235,36	
	<b>\$7.040,86</b>	<b>\$7.040,86</b>	<b>\$0,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>			
Mano de obra directa	\$400,00	\$400,00	
Sueldos y salarios	\$800,00	\$800,00	
Materias primas	\$4.494,65		\$4.494,65
Servicios básicos	\$1.116,00	\$1.116,00	
	\$6.810,65	\$2.316,00	\$4.494,65
<b>Total</b>	<b>\$55.107,75</b>	<b>\$9.356,86</b>	<b>\$25.109,65</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Para la implementación de la microempresa “Andes Sport” se necesita un total de **\$55.107,75** por el cual se utilizará recursos propios que está dada por **\$9.356,86** y se realizará un préstamo bancario por la cantidad de **\$25.109,65** para financiar este emprendimiento.

#### 5.4. Amortizaciones

**Tabla 50-5:** Amortizaciones

AÑO	PRÉSTAMO CAPITAL	CAPITAL A PAGARSE	SALDO	INTERÉS	CUOTA
2021	\$25.109,65	\$5.021,93	\$20.087,72	\$5.235,36	\$10.257,29
2022	\$20.087,72	\$5.021,93	\$15.065,79	\$4.188,29	\$9.210,22
2023	\$15.065,79	\$5.021,93	\$10.043,86	\$3.141,22	\$8.163,15
2024	\$10.043,86	\$5.021,93	\$5.021,93	\$2.094,14	\$7.116,07
2025	\$5.021,93	\$5.021,93	\$0,00	\$1.047,07	\$6.069,00

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

La tabla de amortización que refleja un préstamo de \$25.109,65 pagaderos a 60 meses equivalente a cinco años y sujetos a una tasa nominal del veintiuno por ciento anual más una comisión del 1,7 por ciento sobre el monto otorgado.

## 5.5. Estado de resultado

**Tabla 51-5:** Estado de resultado

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	\$36.343,84	\$37.074,35	\$38.197,74	\$39.748,72	\$41.776,31
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$4.894,65	\$4.992,54	\$5.194,24	\$5.512,17	\$5.966,55
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$31.449,19</b>	<b>\$32.081,81</b>	<b>\$33.003,50</b>	<b>\$34.236,55</b>	<b>\$35.809,76</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$9.653,99	\$9.696,82	\$9.785,07	\$9.924,17	\$10.122,97
GASTOS VENTAS	\$180,00	\$183,60	\$191,02	\$202,71	\$219,42
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$21.615,20</b>	<b>\$22.201,39</b>	<b>\$23.027,41</b>	<b>\$24.109,68</b>	<b>\$25.467,37</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$4.188,29	\$3.141,22	\$2.094,14	\$1.047,07	\$0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICIÓN DE BENEFICIOS</b>	<b>\$17.426,91</b>	<b>\$19.060,17</b>	<b>\$20.933,27</b>	<b>\$23.062,60</b>	<b>\$25.467,37</b>
IMPUESTOS 25%	\$4.356,73	\$4.765,04	\$5.233,32	\$5.765,65	\$6.366,84
<b>UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDADES</b>	<b>\$13.070,18</b>	<b>\$14.295,13</b>	<b>\$15.699,95</b>	<b>\$17.296,95</b>	<b>\$19.100,53</b>
REPARTICIÓN DE UTILIDADES 15%	\$1.960,53	\$2.144,27	\$2.354,99	\$2.594,54	\$2.865,08
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$11.109,66</b>	<b>\$12.150,86</b>	<b>\$13.344,96</b>	<b>\$14.702,41</b>	<b>\$16.235,45</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es un reporte que nos ayuda a tomar decisiones sobre el emprendimiento y podemos conocer si la micro empresa genera utilidades o no. En este caso el emprendimiento generará aproximadamente \$11.109,66 para el primer año, posteriormente para el segundo año la cantidad de \$12.150,86 y así se obtiene una utilidad aproximada de \$16.235,45 para el último año.

## 5.6. Estado de situación financiera

**Tabla 52-5:** Balance general

DENOMINACIÓN	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activo corriente (capital de trabajo)	6810,65	-57167,38807	-68299,50511	-79278,72503	-90094,59588	-100734,8775

DENOMINACIÓN	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activo Fijo	41256,24	446760	446760	446760	446760	446760
Depreciación acumulada		7512,490667	15024,98133	22537,472	30049,96267	37562,45333
Activos diferidos (valor anual de amortización)	7040,862025	5632,68962	4224,517215	2816,34481	1408,172405	0
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>55107,75</b>	<b>402737,79</b>	<b>397709,99</b>	<b>392835,09</b>	<b>388123,54</b>	<b>383587,58</b>
Pasivo corriente (Intereses)		4188,28962	3141,217215	2094,14481	1047,072405	0
Pasivo largo (préstamo)	25110	20087,72	15065,79	10043,86	5021,93	0
Patrimonio (capital social)	9357	367352	367352	367352	367352	367352
Utilidad. EJERCICIO (Utilidad neta)		11109,66	12150,86	13344,96	14702,41	16235,45
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>34466,512</b>	<b>402737,792</b>	<b>397709,993</b>	<b>392835,092</b>	<b>388123,539</b>	<b>383587,576</b>

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

Después de determinar la inversión necesaria para la implementación del emprendimiento, es necesario analizar las siguientes variables para conocer si la inversión es factible o no

## 5.7. Flujo de caja

**Tabla 53-5:** Flujo de caja del proyecto

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inversiones	\$55.107,75					
VALOR DE SALVAMENTO						-\$13.799,12
CAPITAL DE TRABAJO						\$6.810,65
UTILIDAD NETA		\$11.109,66	\$12.150,86	\$13.344,96	\$14.702,41	\$16.235,45
DEPRECIACIONES		\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$55.107,75</b>	<b>\$18.622,15</b>	<b>\$19.663,35</b>	<b>\$20.857,45</b>	<b>\$22.214,90</b>	<b>\$16.759,47</b>
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	1,00	0,95	0,91	0,86	0,82	0,78
<b>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</b>	<b>-\$55.107,75</b>	<b>\$17.735,38</b>	<b>\$17.835,24</b>	<b>\$18.017,45</b>	<b>\$18.276,25</b>	<b>\$13.131,48</b>
		<b>Sumatorias</b>	\$35.570,61	\$53.588,06	\$71.864,32	\$84.995,80

Fuente: investigación propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera, Tania, 2021

El estado de flujo de caja es una herramienta contable, que ofrece información acerca de lo movimientos que se han realizado durante un cierto periodo de tiempo, reflejando así la recepción o pago que presenta la microempresa, y puede llegar a tener durante los próximos cinco años de

funcionamiento. En el flujo de caja se observa que existen valores positivos lo cual significa que tendrá liquidez para cubrir todas las obligaciones adquiridas.

### 5.7.1. Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) este indicador nos permitirá conocer la viabilidad del proyecto en base al flujo de caja.

**Se obtiene un valor de: VAN = \$27.670,74**

El VAN para el emprendimiento es de \$27.670,74, ya que el saldo es positivo, existe ganancias, cubriendo así la inversión y los gastos, esto demuestra que el emprendimiento es factible.

### 5.7.2. Tasa interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del emprendimiento.

**Se obtiene un valor de: TIR = 23%**

El TIR de este proyecto es del 23% demostrando que la inversión es factible considerando que la tasa pasiva que los bancos pagan oscilan entre el 4 y 8 por ciento del interés anual.

## 5.8. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio es el volumen de ventas en el que los ingresos totales equivalen a los costos totales, lo que da como resultado una utilidad de cero, es decir, las ventas mínimas necesarias para evitar la pérdida.

**Tabla 54-5:** Costos fijos y variables del producto

DENOMINACIÓN	AÑO					CF	CV
	2020	2021	2022	2023	2024		
<b>Costos de producción</b>	<b>\$4.894,65</b>	<b>\$4.992,54</b>	<b>\$5.194,24</b>	<b>\$5.512,17</b>	<b>\$5.966,55</b>		
Mano de obra directa	\$400,00	\$408,00	\$424,48	\$450,46	\$487,60	\$400,00	
Materias primas/materiales e insumos	\$4.494,65	\$4.584,54	\$4.769,76	\$5.061,71	\$5.478,95		\$4.494,65
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$9.653,99</b>	<b>\$9.696,82</b>	<b>\$9.785,07</b>	<b>\$9.924,17</b>	<b>\$10.122,97</b>		

Sueldos y salarios	\$800,00	\$816,00	\$848,97	\$900,93	\$975,20	\$800,00	
Servicios básicos	\$1.116,00	\$1.138,32	\$1.184,31	\$1.256,80	\$1.360,40	\$1.116,00	
Permisos	\$225,50	\$230,01	\$239,30	\$253,95	\$274,88	\$225,50	
Depreciaciones	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	\$7.512,49	
<b>Gastos en ventas</b>	<b>\$180,00</b>	<b>\$183,60</b>	<b>\$191,02</b>	<b>\$202,71</b>	<b>\$219,42</b>		
Promoción y publicidad	\$180,00	\$183,60	\$191,02	\$202,71	\$219,42	\$180,00	
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$4.188,29</b>	<b>\$3.141,22</b>	<b>\$2.094,14</b>	<b>\$1.047,07</b>	<b>\$0,00</b>	\$4.188,29	
					<b>Total</b>	<b>\$14.422,28</b>	<b>\$4.494,65</b>

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

**Tabla 55-5:** Cálculo del punto de equilibrio del producto

<b>Rubro</b>	<b>Detalle</b>
Costos fijos totales	\$14.422,28
Costos variables	\$4.494,65
Unidades a producir	111759
Precio de mercado	\$3,28
QE = punto de equilibrio para las unidades a producir	4446
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	\$14.422,32
PE = Precio de equilibrio	\$0,17
MG = margen de ganancia	\$3,12
U = porcentaje de producción	0,04

Fuente: investigacion propia

Realizado por: Gusqui, Nataly; Riera,Tania, 2021

El producto alcanzará su punto de equilibrio con la llegada de 4446 clientes

## CONCLUSIONES

- El mercado objetivo al que está dirigido la producción de “Andes Sport” al estar constituido por hombres y mujeres entre las edades de 15 a 44 años, la cual está sujeto a constantes cambios en sus gustos y preferencias influenciados por la moda, estilos de vida y los temas de salud.
- El sublimado y el bordado ha marcado la diferencia en cuanto a los diseños de ropa deportiva y eso lo corroboran los resultados de la encuesta pues la mayoría prefiere este tipo de acabado, esto se relaciona con que prefieren comprar ropa deportiva en centros comerciales y microempresas para su uso personal.
- La publicidad por medios digitales como las redes sociales son las que tiene mayor aceptación debido a su flexibilidad a los horarios y tiempo con el que cuentan los consumidores para informarse sobre productos de compra.
- Los valores obtenidos en el cálculo de los indicadores financieros del proyecto presentan los argumentos suficientes para considerarlo rentable ya que el VAN es positivo con un valor de \$27.670,74 y el TIR con un 23%



## **RECOMENDACIONES**

- Investigar constantemente las percepciones, gustos y preferencias de los consumidores para tomar decisiones significativas en beneficio de la empresa.
- Asegurarse de que su producto tenga constantemente calidad, precio accesibles e innovación en sus diseños y acabados, que realmente conquisten a sus clientes potenciales.
- Planificar y ejecutar las estrategias propuestas para establecer características especiales en los puntos de venta de “Andes Sport” de tal manera que pueda brindar una experiencia inigualable de compra. No hay que limitarse a la venta del producto dentro de la micro empresa ni mucho menos de manera directa al cliente, sino que ampliar la distribución a diferentes tiendas de la ciudad.
- Analizar periódicamente los resultados financieros de la micro empresa para así, poder evaluar su crecimiento y poder solucionar las dificultades o crisis a las que se tuviera que enfrentar.

## BIBLIOGRAFÍA

**ACUÑA, I.A.L.** *Impacto en la gestión administrativa y competitiva de la industria textil ecuatoriana por cambios en reformas tributarias 2011*. Guayaquil- Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. 2013. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5320/1/UPS-GT000453.pdf>.

**AITE.** *Asociación de industriales textiles del Ecuador*. Industria textil. 30 marzo 2016. pp. 7. [Consulta: 5 febrero 2021]. Disponible en: <https://www.aite.com.ec/boletines/2016/industria-textil.pdf>.

**ALOMOTO USHIÑA TANIA BELÉN.** *La demanda de confección de ropa deportiva y sus procesos de comercialización. diseño de un plan de negocios para la implementación de un taller de confección de ropa deportiva enfocada en la mujer, en el sector norte de Quito*. [en línea], vol. 1, 2013. pp. 6-12. Disponible en: <https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/5271/1/1-EMP-FIN-12-13-1723429070.pdf>.

**ARÉVALO OREJUELA, S.P.** *Ropa Deportiva*. 2012. Disponible en: <http://arevaloorejuelasarpatricia7am.blogspot.com/2012/07/ropa-dportiva-concepto-tipos.html>.

**BECK, P. VAN.** *La Evolución de la Ropa deportiva*. [en línea]. 2019. [Consulta: 26 febrero 2021]. Disponible en: <https://pietervanbeck.es/la-evolucion-de-la-ropa-deportiva/>.

**CARITHO MORALES.** *Historia de la ropa deportiva. Calameño Facebook* [en línea]. Calameo. 2012. [Consulta: 26 febrero 2021]. Disponible en: <https://es.calameo.com/read/003186920f10896b9b9e8>.

**CUVI, N.** *Auge y decadencia de la fábrica de hilados y tejidos de algodón La Industrial, 1935- 1999. Procesos. Revista ecuatoriana de historia* [en línea], vol. 1, 2011.. ISSN 1390-0099. DOI 10.29078/rp.v1i33.96. pp. 33. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3046/1/04-ES-Cuvi-s.pdf>.

**ESPINOSA, S.** *Desarrollo textil del Ecuador*. Quito-Ecuador: s.n. 2013. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5798/T-PUCE-5954%282%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

**HERRERA MALEZA, M.B.** *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la fabricación de ropa deportiva en el sector de San Carlos*. Instituto Tecnológico Cordillera [en línea],

vol. 1, 2014. pp. 3-10. Disponible en:  
<https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1102/1/16-EMP-FIN-13-14-1720245859.pdf>.

**PÉREZ LÓPEZ, C.** *Muestreo Estadístico, Conceptos y problemas resueltos LIBRO.pdf*. Madrid: s.n. 2005.

## ANEXOS

### ANEXO A. Formulario de la encuesta para determinar el perfil del consumidor



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO



Objetivo: Analizar el nivel de aceptación que tendrá la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva personalizada en la ciudad de Riobamba para el cual solicito su valiosa información.

#### Datos de clasificación

Masculino  Femenino  Edad

#### Nivel de instrucción

No tiene estudio  Primaria  Secundaria  Superior

#### 1. ¿En qué sector de Riobamba vive usted?

- Norte
- Centro
- Sur

#### 2. ¿Usted usa ropa deportiva?

- Si
- No

#### 3. ¿Con que frecuencia utiliza la ropa deportiva?

- Diario
- Mensual
- Semanal
- Quincenal

#### 4. ¿De qué tipo de proveedor prefiere usted adquirir ropa deportiva?

- De fabricación nacional

Importada

**5. ¿Le parece viable adquirir ropa deportiva de calidad y precio cómodo, confeccionada por una micro empresa, la misma estará situada en la ciudad de Riobamba?**

Si

No

**6. ¿Qué tipo de prenda deportiva compraría?**

Conjunto de hombre

Conjunto de mujer

Lycra

Calentador

Camiseta

Bividis

Chompa

**7. ¿En qué tipo de tela prefiere que esté elaborado su ropa deportiva?**

Algodón

Licra

Polyester

Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué tipo de acabado prefiere que tenga su ropa deportiva?**

Sublimado

Bordado

Estampado

**9. ¿Qué aspectos considera usted decisivo al momento de comprar ropa deportiva?**

Precio

Diseño

Calidad

Comodidad

Marca

Servicio

Variedad

Puntualidad en la entrega

**10. ¿Qué factor influye en su decisión? ¿Cuándo escoge un diseño o estilo de ropa deportiva?**

- Moda
- Tradición
- Personalizado

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una ropa deportiva?**

- \$5 - \$10
- \$15 - \$30
- \$40 a más \_\_\_\_\_

**12. ¿Dónde prefiere comprar su ropa deportiva?**

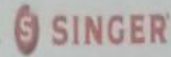
- Centros comerciales
- Boutique
- Tiendas deportivas
- Centros de confección

**13. Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la nueva marca de ropa deportiva?**

- Redes sociales
- Televisión
- Revistas
- Radio
- Otros

**Gracias por su colaboración**

**ANEXO B. Proforma para la compra de maquinaria**



VENTA DE MAQUINAS DE COSER INDUSTRIALES  
Y DOMESTICAS, REPUESTOS, ACEITES SERVICIO  
TECNICO GARANTIZADO

Riobamba, 23-de ENERO de 2021

**PROFORMA**

VENDEDOR	MILTON SAMANIEGO
COMPRADOR	NATALY GUSQUI GUSQUI
DIRECCIÓN	BARRIO JESUS DEL GRAN PODER
CEDULA y/o RUC	060562943-5

**ARTICULOS**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
01	MAQUINA OVERLOC MARCA JUKI DE 4 HILOS MODELO MO6814S	\$1.050	1.050.00
01	CORTADORA DE TELA VERTICAL DE 8 PULGADAS	\$650.00	\$650.00
01	MAQUINA ELASTICADORA DE 9 AGUJAS MARCA KANSAI SP	2.200.00	2.200.00
01	MAQUINA RECTA MARCA JUKIN ELECTRONICA	1.100.00	1.100.00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.000.00</b>
		<b>I.V.A</b>	<b>\$600.00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$5.600.00</b>

**ELECTROMAQUITEX**  
ELECTRODOMESTICO, MAQUINAS DE COSER INDUSTRIALES  
Espejo 32-55 y Pista Norte, Telefono: 0992627193  
RUC: 0602845943001

*[Firma manuscrita]*

0602845943001

DIRECCIÓN ESPEJO 32-65 Y MEXICO  
TELEFONO : 032964420—0992627193  
RIOBAMBA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE  
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 17 / 09 / 2021

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> <i>Elsy Nataly Gusqui Gusqui Tania Rocío Riera Villagómez</i>
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> <i>Ciencias</i>
<b>Carrera:</b> <i>Estadística</i>
<b>Título a optar:</b> <i>Ingeniera en Estadística Informática</i>
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> <i>Lic. Luis Caminos Vargas Mgs.</i>

**LUIS  
ALBERTO  
CAMINOS  
VARGAS**

Firmado digitalmente por  
LUIS ALBERTO CAMINOS  
VARGAS  
Nombre de reconocimiento  
(DN): c=EC, l=RIOBAMBA,  
serialNumber=0602766974,  
cn=LUIS ALBERTO CAMINOS  
VARGAS  
Fecha: 2021.09.17 09:10:01  
-05'00'



0913-DRAI-UTP-2021