



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BOLSOS ARTESANALES A BASE DE YUTE EN
LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**

TUTOR:

ECON. MARÍA ELIZABETH ARTEAGA G.

AUTORES:

PÉREZ FERNÁNDEZ PAÚL XAVIER

BAZURTO REYES INGRID JENNIFER

PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR

2020

Certificación del Tutor

Econ. María Elizabeth Arteaga García en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados Ingrid Jennifer Bzurto Reyes y Paúl Xavier Pérez Fernández, son autores de la Tesis de Grado titulada: “Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Econ. María Elizabeth Arteaga García

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificación del tribunal

El trabajo de investigación “Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo”, presentado por los egresados Ingrid Jennifer Bazurto Reyes y Paul Xavier Pérez Fernández, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Lisette Ruiz Vélez
Coordinador de la carrera

Econ. María Elizabeth Arteaga García
Tutora trabajo de investigación

Ing. Hernán Gonzalo Carrión
Miembro del tribunal

Ing. Martha Yadira García Briones
Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Ingrid Jennifer Bazurto Reyes y Paul Xavier Pérez Fernández, autores de este trabajo de titulación denominado “Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Ingrid Jennifer Bazurto Reyes
**Egresada de la carrera de Gestión
Empresarial**

Paúl Xavier Pérez Fernández
**Egresado de la carrera de Gestión
Empresarial**

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirnos tener y disfrutar de nuestras familias, amigos y compañeros, porque ellos nos han apoyado en cada decisión y proyecto, nos han permitido cumplir con excelencia el desarrollo de esta tesis, gracias a la vida porque cada día nos demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser, no ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos.

Gracias a nuestra universidad, por habernos permitido formarnos en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso de nuestro paso por esta carrera y el objetivo logrado, ya sea de manera directa o indirecta, también a quienes invirtieron su tiempo para echarle una mirada a nuestro proyecto de tesis; a ellos quienes han sido personas sumamente importantes y cruciales en el desarrollo de esta investigación y sobre todo como profesionales.

Queremos agradecer a nuestros profesores y sobre todo a nuestra tutora por cada detalle y momento dedicado para aclarar cualquier tipo de duda que nos surgiera, agradecerle por la caridad y exactitud con la que enseñó cada clase, discurso y lección.

Ingrid Jennifer Bazurto Reyes

Paul Xavier Pérez Fernández

Dedicatoria

El presente proyecto investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y proveedor de mis fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de mis objetivos más deseado.

A mis padres, por su amor, trabajo, sacrificio y apoyo durante todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres y a mis hermanos por estar siempre presente con sus palabras de aliento.

A mi esposo porque sin su apoyo, su amor y paciencia no lo hubiera logrado, a mis hijos porque esperaron pacientemente cada noche que regrese a casa, los amo y este es el fruto.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que este trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

A todos quienes pusieron su granito de arena en mi vida y en mi superación aquí estoy y esto es para ustedes.

Gracias infinitas.

Ingrid Jennifer Bazurto Reyes

Dedicatoria

A Dios, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, por darme la vida, por confiar en mí, por ser pilar fundamental en todo lo que he logrado, tanto académica, en toda mi educación, como de la vida, por su apoyo incondicional en cada paso de mi carrera universitaria, gracias a mis padres que sembraron en mí las bases de responsabilidad y mi deseo de superación

A mis profesores por sus diferentes formas de enseñar, por su enfoque en cuidar los saberes de todos los alumnos y permitirnos expandir nuestros conocimientos, gracias a mis estimados docentes quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante pues sin su apoyo y enseñanzas esto no hubiera sido posible.

Paul Xavier Pérez Fernández

Resumen

Dentro del presente documento investigativo se tuvo como fin desarrollar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo, lo cual surge por la problemática basada en el consumo desmesurado de prendas textiles que en sus procesos de obtención se causa un impacto ambiental considerable, por lo que se hizo necesario buscar alternativas como la utilización del yute que es una fibra natural biodegradable, impulsando así a que el consumidor adquiera bienes con mayor responsabilidad y compromiso medioambiental. Para indagar al respecto se determinó realizar una investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo, recurriendo a las metodologías bibliográficas y de campo. Con ello se pudo conocer que, la demanda de productos elaborados a base de yute aún es baja, solamente el 10% de la población percibe una alta demanda de este tipo de bienes, del mismo modo se evidenció una baja oferta de este tipo de productos en la localidad. Por otra parte, se pudo conocer que existe un mercado altamente potencial, que está dispuesto a adquirir estos bienes, siempre que cumplan con cualidades como buen precio, facilidad de uso y excelente diseño.

Palabras clave: factibilidad, elaboración, comercialización, bolsos, yute

Abstract

The purpose of this research document was to develop a feasibility study for the development and commercialization of jute-based handbags in the Portoviejo city, which arises from the problem based on the excessive consumption of textile garments that in their processes Obtaining a considerable environmental impact is caused, so it became necessary to look for alternatives such as the use of jute, which is a biodegradable natural fiber, thus encouraging the consumer to acquire goods with greater responsibility and environmental commitment. To investigate in this regard, it was determined to carry out a research with a qualitative and quantitative approach, using bibliographic and field methodologies. With this, it was known that the demand for jute-based products is still low, only 10% of the population perceives a high demand for this type of goods, in the same way there was a low supply of this type of products in the locality. On the other hand, it was known that there is a highly potential market, which is willing to acquire these goods, provided they meet qualities such as good price, ease of use and excellent design.

Keywords: feasibility, elaboration, commercialization, bags, jute

TABLA DE CONTENIDOS

Certificación del Tutor	i
Certificación del tribunal.....	ii
Declaración de autoría.....	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen.....	vii
Abstract	viii
CAPÍTULO I.....	1
1. Problemática	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Antecedentes generales	1
1.3. Formulación del problema.....	3
1.4. Planteamiento del problema	3
1.5. Preguntas de investigación	6
1.6. Delimitación del problema	7
1.7. Justificación.....	7
1.8. Objetivos	9
1.8.1. Objetivo general	9
1.8.2. Objetivos específicos	9
CAPÍTULO II	10
2. Contextualización	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Estudio de factibilidad.....	10
2.1.1.1. Estudio de Mercado.	10
2.1.1.2. Estudio Técnico.	11
2.1.1.3. Estudio Organizacional.....	12
2.1.1.4. Estudio Financiero.	12
2.1.2. Moda ecológica o sostenible	13
2.1.2.1. Historia de la moda sostenible.....	14
2.1.3. Fibras textiles de origen vegetal.....	16
2.1.3.1. El Yute.	17
2.1.3.2. Ventajas de la fibra de yute.....	17
2.1.3.3. El yute en el sector artesanal.....	18

2.1.3.4.	El yute como material de gran utilidad	19
2.1.3.5.	Proceso de elaboración de bolsos de yute.....	19
2.2.	Marco conceptual	20
2.2.1.	Emprendimiento	20
2.2.2.	Factibilidad.....	20
2.2.3.	Elaboración	20
2.2.4.	Comercialización.....	21
2.2.5.	Bolso	21
2.2.6.	Artesanía	21
2.2.7.	Textil	21
2.2.8.	Moda	22
2.2.9.	Sostenibilidad	22
2.2.10.	Biodegradable.....	22
2.3.	Marco legal.....	22
2.4.	Marco ambiental.....	24
2.5.	Variables.....	26
2.5.1.	Variable independiente.....	26
2.5.2.	Variable dependiente.....	26
2.6.	Operacionalización de las variables	27
CAPITULO III.....		30
3.	Marco Metodológico.....	30
3.1.	Plan de Investigación.....	30
3.2.	Tipos de Investigación.....	30
3.3.	Fuentes de investigación	31
3.4.	Población	31
3.5.	Tamaño de la muestra.....	31
CAPÍTULO IV.....		33
4.	Formulación del proyecto	33
4.1.	Análisis e interpretación de los resultados	33
4.1.1.	Encuesta dirigida a la población de Portoviejo	33
4.1.2.	Entrevista dirigida a emprendedor de productos artesanales	43
4.2.	Estudio de mercado	45
4.2.1.	La oferta	52
4.2.2.	La Demanda	54
4.2.3.	Demanda insatisfecha.....	55

4.2.4.	Producto	57
4.2.5.	Precio.....	58
4.2.6.	Plaza	58
4.2.7.	Comercialización.....	58
4.2.8.	Promoción	59
4.3.	Estudio Técnico	60
4.3.1.	Micro localización.....	60
4.3.2.	Macro localización	61
4.3.3.	Ingeniería del proyecto.....	63
4.3.4.	Disponibilidad de insumos y materias primas	65
4.3.5.	Proceso productivo bolso de yute	65
4.3.6.	Maquinarias y equipos	69
4.3.7.	Mano de Obra.....	70
4.3.7.1.	Mano de obra directa.	70
4.3.7.2.	Mano de Obra Indirecta	71
4.4.	Estudio Administrativo.....	71
4.4.1.	Formulación estratégica	71
4.4.1.1.	Análisis situacional.	72
4.4.1.1.1.	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.	72
4.4.1.1.2.	Análisis FODA.	74
4.4.1.1.3.	Valores corporativos.	79
4.4.1.1.4.	Misión.	80
4.4.1.1.5.	Visión.....	80
4.4.1.1.6.	Objetivos estratégicos.	80
4.4.1.1.7.	Estrategia empresarial.....	80
4.4.2.	Organigrama.....	81
4.4.3.	Funciones del talento humano.....	81
4.5.	Estudio Legal.....	84
4.5.1.	Tipo de empresa	84
4.5.1.1.	Datos generales de la empresa.	85
4.5.1.2.	Trámites legales y proceso de registro de la empresa.....	85
	Conclusiones	88
	Recomendaciones.....	90
	CAPÍTULO V	91
5.	Propuesta.....	91

5.1.	Título de la propuesta	91
5.2.	Autor de la propuesta	91
5.3.	Empresa auspiciante	91
5.4.	Área que cubre la propuesta	91
5.5.	Fecha de presentación	91
5.6.	Fecha de terminación.....	91
5.7.	Duración del proyecto	92
5.8.	Participantes del proyecto	92
5.9.	Objetivo general	92
5.10.	Objetivos específicos	92
5.11.	Beneficiarios directos	92
5.12.	Beneficiarios indirectos	93
5.13.	Impacto de la propuesta	93
5.14.	Descripción de la propuesta.....	93
5.14.1.	Ingresos	94
5.14.2.	Costos y gastos	95
5.14.3.	Inversión.....	99
5.14.4.	Capital de trabajo, estructura de costo unitario y costo total.....	101
5.14.5.	Financiamiento	102
5.14.6.	Préstamo del proyecto	104
5.14.7.	Estados financieros	105
5.14.8.	Evaluación económica.....	109
5.14.9.	Evaluación financiera	110
5.14.10.	Ratios e índices financieros	113
5.15.	Importancia	117
5.16.	Metas del proyecto.....	117
5.17.	Finalidad del Propuesta.....	118
REFERENCIAS.....		119
APÉNDICES.....		128

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Demanda de productos.....	33
Tabla 2. Niveles de la oferta	34
Tabla 3. Niveles de competencia	35
Tabla 4. Personalización de bolsos	36
Tabla 5. Análisis de precios	37
Tabla 6. Complementos de la oferta	38
Tabla 7. Disponibilidad de compra	39
Tabla 8. Lugar de compra	40
Tabla 9. Demanda de productos a base de yute	41
Tabla 10. Conocimiento de la competencia	42
Tabla 11. Demanda total de habitantes	55
Tabla 12. Demanda insatisfecha	56
Tabla 13. Nicho de mercado	56
Tabla 14. Estimación de la demanda a atender	57
Tabla 15. Plan promocional de la marca Yutebags.....	59
Tabla 16. Microlocalización.....	61
Tabla 17. Listado de muebles y equipos para operar	69
Tabla 18. Detalle de maquinaria y equipo a utilizar	70
Tabla 19. Sueldo operativo mano de obra directa.....	70
Tabla 20. Sueldo administrativo	71
Tabla 21. Funciones y responsabilidades del gerente general	82
Tabla 22. Funciones y responsabilidades de la secretaria.....	82
Tabla 23. Funciones y responsabilidades del jefe de ventas	83
Tabla 24. Funciones y responsabilidades de los operarios	83
Tabla 25. Datos generales de la empresa	85
Tabla 26. Descripción de tasas.....	93
Tabla 27. Descripción de tasas.....	94
Tabla 28. Producción en unidades de producto	94
Tabla 29. Proyección de ingresos (en USD)	95
Tabla 30. Tabla de costos y gastos.....	95
Tabla 31. Sueldos y salarios.....	96
Tabla 32. Servicios básicos	96

Tabla 33. Gastos.....	97
Tabla 34. Gastos de depreciación y amortización.....	98
Tabla 35. Inversión.....	99
Tabla 36. Tabla consolidada de la inversión.....	100
Tabla 37. Capital de trabajo	101
Tabla 38. Estructura del costo unitario	101
Tabla 39. Estructura del costo total.....	101
Tabla 40. Financiamiento.....	102
Tabla 41. Tabla consolidada del financiamiento.....	103
Tabla 42. Tabla de amortización.....	104
Tabla 43. Resumen tabla de amortización	104
Tabla 44. Estado de situación financiera proyectado.....	105
Tabla 45. Estado de resultados proyectado	106
Tabla 46. Flujo de fondos proyectado.....	108
Tabla 47. Tasa de descuento, VAN, TIR, R B/C	110

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Demanda de productos	33
Figura 2. Niveles de la oferta	34
Figura 3. Niveles de competencia	35
Figura 4. Personalización de bolsos	36
Figura 5. Análisis de precios	37
Figura 6. Complementos de la oferta	38
Figura 7. Disponibilidad para adquirir el producto	39
Figura 8. Punto de distribución	40
Figura 9. Demanda de productos de yute.....	41
Figura 10. Conocimiento de la competencia.....	42
Figura 11. Producto a ofertar	57
Figura 12. Logotipo del producto.....	59
Figura 13. Microlocalización	61
Figura 14. Macrolocalización.....	61
Figura 15. Distribución de la empresa Yute Bags.....	64
Figura 16. Flujograma de procesos	68
Figura 17. Análisis de las 5 fuerzas de Porter	72
Figura 18. Matriz FODA.....	74
Figura 19. Organigrama estructural de la empresa	81
Figura 20. Estructura de la inversión	100
Figura 21. Financiamiento	103
Figura 22. Utilidad/pérdida del ejercicio	107

CAPÍTULO I

1. Problematización

1.1. Tema

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo.

1.2. Antecedentes generales

La industria textil ha alcanzado un importante crecimiento y notoriedad a lo largo de la historia, tanto así que fue la primera industria del mundo en desarrollarse. En efecto, la producción de telas fue durante siglos una importante actividad económica en Gran Bretaña, tanto de tejidos elaborados a partir de lana como de algodón. Buena parte de esa producción se basaba en el llamado sistema doméstico. A ello le siguió la revolución industrial cuando se lograron importantes innovaciones técnicas, hasta la adaptación de distintos tipos de fibra, de origen animal, vegetal y sintético. (Jovel, Morales, & Pimentel, 2008)

Dentro de las fibras de origen vegetal que son aquellas que provienen del tallo de la planta, las más importantes son el lino junto con el yute. Procesar estas fibras requiere una ardua tarea, por lo que su producción se ha desarrollado en aquellos países donde la mano de obra es barata, puesto que todavía no se ha logrado una mecanización completa para producir dichas fibras.

Con base en ello se puede mencionar que el yute es la fibra textil más barata y ocupa después del algodón el segundo lugar de uso. India y Pakistán son los principales productores de yute en el mundo. Es la fibra más débil dentro de las celulósicas, es decir, dentro de las de origen vegetal, ya que son cortas y quebradizas.

El uso final que se le da por lo general al yute es para los sacos de azúcar y café, así como para la parte inferior de las alfombras, y también se lo utiliza para cuerdas, etc. (Martinez, 2014)

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2019) la fibra de yute es 100% biodegradable y reciclable y, por consiguiente, inocua para el medio ambiente. Según este organismo, una hectárea de plantas de yute consume cerca de 15 toneladas de dióxido de carbono y libera 11 toneladas de oxígeno. En las rotaciones, el cultivo del yute enriquece la fertilidad del suelo para la cosecha siguiente. Su combustión no genera gases tóxicos.

En la actualidad, los principales productos manufacturados de la fibra de yute son hilo y cordeles, arpillera, tela de yute, fondo de alfombras, así como productos para otras mezclas textiles. Tiene gran resistencia a la tensión, bajo coeficiente de extensibilidad, y garantiza una mejor durabilidad en los tejidos. Con las fibras se hacen cortinas, cubiertas de sillas, alfombras, tapices, y muchas veces están mezcladas con otras fibras, tanto sintéticas como naturales. Los hilos muy finos pueden separarse y convertirse en seda de imitación. El yute también puede mezclarse con lana. Si se trata el yute con soda cáustica, mejoran el prensado, la elasticidad, la flexibilidad y la apariencia, lo que facilita el hilado con lana. (FAO, 2019)

En el ámbito de la moda se ha generado también una necesidad de cambio ecológico, y muchos diseñadores ya realizan colecciones con fibras sustentables, entre los que se pueden destacar: Ágatha Ruiz de la Prada, Ermenegildo Zegna, Salvatore Ferragamo, Timberland, Giorgio Armani, Stella McCartney, Comme des

Garçons, Levi's, H&M, Gap y Zara. En México, Tania Moss y Eduardo Lucero. (Villegas & González, 2013)

En el Ecuador el yute es utilizado ampliamente en la industria del empaque y embalaje alternativo para transportar y proteger productos agrícolas (El Diario, 2015). Su uso se extiende además en la elaboración de fundas ecológicas o reutilizables que constituyen una alternativa para reducir el impacto ambiental por el consumo de las fundas plásticas (El Comercio, 2009). En el ámbito artesanal del país, el yute es un elemento de gran importancia, en la ciudad de Ambato, por ejemplo, las comunidades indígenas reutilizan esta fibra decorándola con colores fuertes, formas distintas y diseños originales, la fusionan con otras telas, acrílicos, mullos, entre otros materiales, logrando así objetos vistosos de distinta índole (Maisanche, 2015). Otro ejemplo es el de la marca guayaquileña “Jute Love” que elabora y distribuye bolsos, carteras, lazos y almohadones en base a este material (Revista Líderes, 2018). Se conoce así mismo de una marca riobambeña denominada “Yuwarmi” que elabora carteras tipo sobre, de mano, billeteras y bolsos, que son vendidos en diversas ciudades del país. (Márquez, 2017)

1.3. Formulación del problema

¿Es factible la elaboración de bolsos artesanales a base de yute para ser comercializados en la ciudad de Portoviejo?

1.4. Planteamiento del problema

Macro contexto

La industria textil y de la moda es la segunda más contaminante del planeta, después de la industria del petróleo, en el caso de los Estados Unidos, cada año se

producen 15 millones de toneladas de ropa que terminan en los vertederos o en el fondo de la mar convertida en microplásticos. (Colorado, 2018)

Por su parte, los productores de fibras naturales como algodón y lana utilizan pesticidas, fertilizantes y otras sustancias químicas que directamente afectan al ser humano. También, muchas de estas sustancias son desechadas y enviadas a los ríos con consecuencias nefastas para microorganismos, peces y hábitat en general. Los principales países productores de algodón son China, Estados Unidos e India. Estos concentran cerca del 62.0% de la producción total mundial. En América Latina, países como México y Brasil producen algodón, pero su participación no sobrepasa el 7% en conjunto.

La fabricación de telas, tejidos e hilos, y otros insumos son producidos por países líderes como China, India, Estados Unidos y Pakistán. Las corporaciones que producen telas utilizan colorantes, blanqueadores, solventes y ácidos para mejorar la textura, flexibilidad y color de las telas. Muchas de las sustancias químicas incluyen elementos tóxicos dañinos para el ser humano y organismos acuáticos. Muchas agencias internacionales han criticado fuertemente los procedimientos utilizados para el teñido y blanqueado de telas, y han señalado la necesidad de aplicar procesos cada vez más limpios. (Parada & Pelupessy, 2006)

En Europa las fases correspondientes al proceso de producción textil y su posterior uso son las principales responsables del impacto ambiental de este sector industrial. Los impactos producidos durante las fases de distribución y de fin de vida son menos significativos. A pesar de ello la creciente deslocalización de la producción en la lógica de la globalización tenderá a aumentar la huella de carbono de la distribución. (Carrera, 2017, p. 5)

Meso contexto

De acuerdo con el del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en Ecuador, después de la explotación de minas y canteras, la segunda industria de mayor impacto ambiental es la manufacturera dentro de la cual se incluye la industria textil, además se conoce que apenas el 32,95%, de 2.232 empresas cuentan con licencia ambiental. (Andrade, 2018)

Según explicó Portilla (2013), el Ecuador se ha convertido en “un país textilero por excelencia; e inclusive se ha consolidado como una de las industrias manufactureras más importantes para el territorio. El caso del desempeño ambiental de la industria textil, por su lado, llama mucho la atención; donde la mayoría de empresas incumplen con la normativa a pesar de la cantidad de años de vigencia de la regulación (p. 9).

Concordando con ello se debe hacer un enfoque hacia la fabricación de jeans, que, desde hace más de cinco décadas, ha pasado a ser uno de los sectores industriales más importantes de Tungurahua y el país. Esta actividad representa alrededor del 37% de la producción nacional y crece entre el 2 y 3% anualmente. En cuanto al tema ambiental, los sectores protectores se muestran preocupados por la falta de control y conocimiento por parte de quienes se dedican a esta actividad, lo cual provoca que las aguas de los ríos se contaminen por los desechos líquidos generados por estos procesos textiles. (Diario La Hora, 2006)

Micro contexto

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías, la provincia de Manabí cuenta con 53 empresas dedicadas a la fabricación de productos textiles y prendas de vestir, por lo cual es una industria que se encuentra aún en desarrollo (Silva, 2018).

En el caso de Portoviejo, la producción de textiles se da en menor proporción en comparación a otras ciudades del país, lo cual se debe a la limitada especialización en este ámbito. (Gonzembach, 2016, p. 2)

Considerando los distintos contextos analizados, se puede evidenciar el factor contaminante producido por la industria textil en cada uno de los contextos, por ende, la problemática de estudio se basa en el consumo desmesurado de prendas de moda que en sus procesos de obtención terminan generando un impacto ambiental considerable. Generándose una gran cantidad de desechos innecesarios y poco amigables con el ambiente.

Para ello se hace preciso desarrollar el presente estudio, con el cual se busca generar alternativas de bajo impacto ambiental en el sector de las prendas de vestir, haciendo uso de materiales biodegradables como es el yute. A más de ello se busca lograr un impacto social que permita al consumidor adquirir bienes con mayor responsabilidad y compromiso medioambiental.

1.5. Preguntas de investigación

¿Cuáles son las oportunidades y amenazas para la comercialización de bolsos artesanales elaborados en yute en la ciudad de Portoviejo?

¿Cuáles son los niveles de la oferta y demanda de bolsos artesanales elaborados en yute, existentes en la ciudad de Portoviejo?

¿Qué procedimientos técnicos y equipamientos son necesarios implementar para la elaboración de bolsos artesanales elaborados en yute?

¿Cuál es la estructura organizacional idónea para el correcto funcionamiento administrativo del negocio y qué procedimientos legales y pre operacionales se deben desarrollar para el registro del mismo?

¿Cuál es el monto requerido para iniciar las operaciones del negocio y qué demuestran los indicadores financieros?

1.6. Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Emprendimiento

Aspecto: El estudio abarca la utilización del yute en el ámbito artesanal y la demanda de productos elaborados a base de esta fibra reutilizable.

Delimitación espacial: El área territorial dentro del estudio comprende a la ciudad de Portoviejo.

Delimitación temporal: El desarrollo del estudio comprende un lapso de tiempo de 6 meses desde febrero a Julio del 2019.

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial

1.7. Justificación

El presente proyecto de investigación surge por el interés de los investigadores en desarrollar un análisis de la evolución de la industria textil y cómo esta ha generado cambios sustanciales en el ámbito social y medio ambiental. Para con ello brindar una alternativa que permita brindar una oferta innovadora y de alta responsabilidad con el presente y el futuro.

El mismo representa de gran importancia teórica y práctica, pues servirá como referente empírico para futuras investigaciones y para un mayor conocimiento de la utilización de fibras vegetales para la generación de moda ecológica.

Es un estudio de gran novedad, puesto que con él se pretende diversificar la oferta actual en cuanto a artículos como bolsos y carteras, orientándola hacia un sentido de impulso artesanal y de responsabilidad con el medio ambiente, haciendo uso de materiales biodegradables.

Será un estudio de gran utilidad para los investigadores y la comunidad académica, pues en este se establecen los parámetros y lineamientos necesarios para el desarrollo de un nuevo emprendimiento con valores sociales y corporativos de gran trascendencia.

Se pretende así mismo lograr un importante impacto social y ambiental, generando por una parte nuevas fuentes de empleo por medio del emprendimiento; se prevé además despertar en el consumidor un sentimiento de compromiso a través del consumo de productos amigables con el ambiente y desarrollando así mismo un producto que disminuya los efectos de la industria textil convencional.

Se busca con el mismo determinar la factibilidad de este tipo de emprendimiento por medio de estudios de gran significancia como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero. Mismos que brindarán la información necesaria para proceder al desarrollo del negocio.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo.

1.8.2. Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado que permita conocer si existe o no la demanda que justifique el desarrollo del proyecto.
- Describir los aspectos técnicos y equipamientos necesarios para la elaboración de bolsos artesanales elaborados en yute.
- Establecer la estructura organizacional idónea para el correcto funcionamiento administrativo del negocio, detallando los procedimientos legales apropiados.
- Determinar la factibilidad del negocio mediante los indicadores financieros como son el flujo de efectivo, retorno de inversión, TIR y VAN.

CAPÍTULO II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

2.1.1. Estudio de factibilidad

En relación a este apartado, Murillo (2015) citó a Varela (2010) para definir al estudio de factibilidad como “la herramienta desarrollada para identificar las posibilidades de lograrse un determinado proyecto”. Para lo cual es preciso llevar a cabo un análisis acerca de la empresa y su entorno, pudiendo establecer las oportunidades y amenazas del mismo, además de ser un medio para definir las estrategias que pueden ser desarrolladas con miras al éxito del proyecto (p. 6).

De acuerdo con Núñez (1997) el estudio de factibilidad por lo general debe estar compuesto de los siguientes estudios o evaluaciones:

- Estudio de mercado
- Aspectos técnicos
- Aspectos administrativos
- Aspectos institucionales
- Aspectos financieros
- Evaluación socioeconómica

2.1.1.1. Estudio de Mercado.

Desde el punto de vista de Orjuea & Sandoval (2002) el estudio de mercado es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, puesto que, define el medio en el que habrá de llevarse a

cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficio que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, debido a que detecta situaciones que condicionan los demás estudios (p. 9).

2.1.1.2. Estudio Técnico.

En concordancia con Cabrera (2016) el estudio técnico “tiene como finalidad proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p. 20).

Sumado a este criterio López, González, Osobampo, Cano, & Gálvez (2018) pusieron de manifiesto que el estudio técnico cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto, pues en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

Los autores añaden que un proyecto de inversión debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y

herramientas necesarias para desarrollar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación. Con ello se tiene una base para determinar costos de producción, los costos de maquinaria y con los de mano de obra (p. 2).

2.1.1.3. Estudio Organizacional.

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridades de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto, Incluye organigramas, descripción de cargos, funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.

El estudio organizacional considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación. Se determinan jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, y analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normatividad que debe cumplir el negocio acorde al giro de la misma. (Delgado J. , 2016)

2.1.1.4. Estudio Financiero.

Prieto (2010) lo definió como el proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios o auxiliares, los

cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de una empresa (p. 16).

A nivel de estudios de factibilidad, el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para su realización se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Zona Económica, 2019)

2.1.2. Moda ecológica o sostenible

Marini (2013) explicó que el nuevo desafío de los creadores de moda, no es sólo innovar morfológicamente sino también incluir en sus diseños a la sustentabilidad, ésta podría desempeñar un papel importante y fundamental en la industria de la moda en torno a la contaminación ambiental como principal enfoque. Una posible repercusión en la sociedad de consumo, como es su relación con el medio ambiente y la utilización responsable de los recursos no renovables.

El diseño sostenible en el universo de la moda es inventar y producir de tal modo de no contaminar, y ni agotar los recursos no renovables del planeta. De esta manera nos referimos al diseño sustentable o sostenible cuando en la moda una prenda llega al final de su vida útil, puede ser reincorporada al medio ambiente de la mejor manera, con el menor impacto posible para el planeta (p. 15).

Partiendo de dichos preceptos Villalva (2016) citó a Salcedo (2014) mencionando que esta moda busca que la industria subsista en el tiempo, mediante la calidad en los productos, promoviendo unas buenas prácticas sociales y medioambientales. Que exista un respeto a los trabajadores, que tengan condiciones laborales dignas, también fomentar el comercio justo. Es importante que las fibras sean naturales ya sean ecológicas y orgánicas (p. 30).

Por su parte Gonzáles & Silgado (2016) pusieron de manifiesto que la ropa ecológica es una tendencia que ha surgido durante el último siglo como respuesta al cuidado del medio ambiente. Esta busca usar como materias primas productos naturales que sean gestionados de manera sostenible, gasten menos recursos durante su transformación, e incluso reciclar la ropa ya usada para la elaboración de nuevos textiles, además de velar por las condiciones laborales para que estas sean las adecuadas y los trabajadores reciban una remuneración justa. Este tipo de ropa se debe caracterizar por ser duradera para disminuir la cantidad de desechos, y así contrarrestar los niveles de contaminación (p. 13).

2.1.2.1. Historia de la moda sostenible.

La preocupación por el diseño y el medio ambiente comenzó a hacerse notar en la década de 1960. Nació un movimiento basado en el diseño responsable, con la publicación de la obra de Victor Papanek: Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social. En la década de 1990, varios diseñadores preocupados por el medio ambiente promovían el diseño ecológico, y la empresa Benetton comenzó a lanzar unas controvertidas campañas publicitarias que provocaron debate sobre el racismo, los derechos humanos y el hambre en el mundo. En los últimos años, las

empresas se han alejado de la idea del diseño ecológico, y se ha comenzado a hablar del diseño sostenible.

La primera vez que la sostenibilidad se coló en la agenda política mundial fue en la Cumbre de la Tierra de 1992, organizada por la ONU en Río de Janeiro. El concepto de sostenibilidad se había utilizado por primera vez en 1987, en el Informe Bruntland, realizado por las Naciones Unidas, en el que se define como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones”. En este informe se señalaban por primera vez los riesgos del actual modelo económico, y es a raíz de él cuando la UE y otros países firman la Declaración de Río, con un compromiso común para formular estrategias de desarrollo sostenible. La Comisión Europea (CE) determinó en 2001 que para que una compañía contribuyera a un desarrollo sostenible debería tener un comportamiento socialmente responsable, es decir, basar su éxito a largo plazo en prestar atención al medio ambiente y a la sociedad en la que está implantada.

El Pacto Mundial, iniciativa de la ONU para la sostenibilidad empresarial del sector privado, vigente hoy en día, ha fijado las nuevas metas del desarrollo mundial hasta 2030. Actualmente, en un entorno caracterizado por la escasez y la presión sobre los recursos, la mayor parte de las organizaciones son conscientes de la necesidad de abordar la sostenibilidad como un enfoque estratégico de negocio, y de que es un requisito fundamental para garantizar la supervivencia a medio y largo plazo. (Folgueira, 2018, p. 21-22)

2.1.3. Fibras textiles de origen vegetal

Según explican Villegas & González (2013) “las fibras naturales son sustancias muy alargadas producidas por plantas y animales, que se pueden hilar para obtener hebras, hilos o cordelería; en tejidos, en géneros de punto, en esteras o unidas, forman telas esenciales para la sociedad” (p. 38).

Así mismo Deaquiz & Moreno (2016) detallaron que las fibras vegetales se encuentran como elementos estructurales en todas las plantas superiores, estas constan, principalmente, de fibrillas de celulosa encajadas en una matriz de lignina. Las fibrillas están alineadas a lo largo de la longitud de la fibra, esto brinda un máximo de resistencia a la tracción y a la flexión, además proporciona rigidez.

Añaden además que las plantas que producen fibras naturales se clasifican, por su origen anatómico, como primarias y secundarias en función de su utilización. Las plantas primarias son las que se cultivan por su contenido de fibra, como el algodón, el yute, el cáñamo, el kenaf y el fique; mientras que, las plantas secundarias son las que producen fibras como un subproducto, como la piña, palma de aceite y el coco.

En torno a lo antes mencionado se pueden evidenciar seis tipos básicos de fibras naturales, como son:

- Las fibras de hilaza: yute, lino, cáñamo, ramio y kenaf
- Las fibras de hojas: abacá, fique y piña
- Las fibras de semillas: coco, algodón y kapok
- Las fibras medias: kenaf, cáñamo y yute
- Las fibras de láminas: trigo, maíz y arroz
- Los demás tipos: madera y raíces. (Deaquiz & Moreno, 2016, p. 32)

2.1.3.1. El Yute.

De acuerdo con Villegas & González (2013) el yute es extraído de la corteza de la planta del yute blanco y, en menor cantidad, del yute rojo. Es una fibra natural con un brillo sedoso dorado, llamada por eso mismo fibra dorada. Es un cultivo de secano que necesita pocos fertilizantes y plaguicidas. Los rendimientos son de cerca de dos toneladas de yute seco por hectárea. En términos de producción y variedad de usos, el yute es una de las fibras naturales más asequibles, considerada la segunda de las fibras vegetales después del algodón (p. 41).

Velásquez, Pelaéz, & Giraldo (2016) por su parte indicaron que el yute es un producto agrícola de gran importancia y es una de las fibras naturales más comunes en los países del tercer mundo, como India, China, Bangladesh, etc. La industria del yute tiene especial importancia en la economía de la India y sigue siendo una importante fuente tradicional de divisas, sin embargo, al igual que el fique, se enfrenta a la dura competencia de las fibras sintéticas. Tiene diversas aplicaciones en materiales decorativos y de mobiliario, como pantallas de lámparas, cubiertas de pared, cortinas, tapicerías, etc. Hoy en día, el yute se encuentra entre las fibras menos costosas del mercado, puesto que su precio es muy inferior al de otras fibras, como la de vidrio; por lo que, en términos de volumen, razón por la cual es ahora la segunda fibra más importante en el mundo (p. 80).

2.1.3.2. Ventajas de la fibra de yute.

Entre las principales ventajas del yute destacan sus propiedades aislantes y antiestáticas, su moderada retención de la humedad, su baja conductividad térmica, su bajo coeficiente de extensibilidad y su alta resistencia a la tensión. Con lo cual, garantiza una mejor transpiración de los tejidos, lo que lo convierte en un material

muy interesante para el empaquetado a granel de productos básicos agrícolas. Pero, además debes saber que su resistencia es mayor cuando está mojada, convirtiéndose también en un objeto de ataque microbiano en climas húmedos.

Por otro lado, al tratarse de fibra vegetal y natural los materiales fabricados con yute son mucho más respetuosos con el medio ambiente. Todo lo contrario, a las cuerdas sintéticas, bridas y trozos de cintas de plástico que se utilizan con mucha frecuencia.

Al ser una fibra muy versátil, puede usarse de manera conjunta con otras fibras o materiales, ya sean naturales o sintéticas, y admiten todo tipo de tintes celulósicos, básicos, naturales, sulfurados o reactivos. (Cuerda Ciega, 2017)

2.1.3.3. El yute en el sector artesanal.

Tradicionalmente se ha hecho uso del yute en sacos, los cuales sirven para el transporte y almacenamiento de productos agroalimenticios, como las patatas, los cereales o el azúcar.

Ya en la actualidad se utiliza con más creatividad en el sector artesanal, para la fabricación de bolsas muy variadas: desde bolsas para la playa, hasta fundas para botellas, envases para regalos, bolsas para la compra, entre otros.

Incluso hay quienes utilizan este material para elaborar adornos para el hogar. Mismos que son decorados con colores fuertes, formas distintas y diseños originales. La propuesta artesanal de este producto es fusionar los materiales con otras telas, acrílicos, reciclados, etc. (El Diario, 2015)

2.1.3.4. El yute como material de gran utilidad.

El yute tiene un amplio uso en la industria textil, no textil, packaging, construcción y agricultura.

En el ámbito no textil se suele utilizar para la fabricación de cuerda, esteras, tapices, sacos, cinchas, tapices, alfombras, cortinas, cubiertas de sillas y embalajes. (Cuerda Ciega, 2017)

Por otra parte, cabe mencionar que, si bien esta fibra vegetal lleva más de un siglo utilizándose para la fabricación de bolsas en América del Norte y en Europa, es sólo recientemente que el gran público ha vuelto a descubrir todo el atractivo del yute. El hecho de que sea un material ecológico 100% reciclable, y completamente biodegradable está ayudando mucho. El yute contribuye a reducir la contaminación medio ambiental producida por el uso de las bolsas de plástico. Por estas razones, se está convirtiendo en un material apreciado por el gran público, y cada vez más, cadenas de tiendas y de supermercados están ofreciendo a sus clientes bolsas de compra 100 % reciclables y reutilizables, fabricadas en yute, sustituyendo a las tradicionales bolsas de plástico. (DEYUTE, 2012)

2.1.3.5. Proceso de elaboración de bolsos de yute.

El proceso de fabricación de bolsos de yute no suele resultar tan complejo, pues una vez obtenida la materia prima, se procede a la creación de los diseños y patrones adecuados requeridos por los clientes. Según el dibujo, diseño y tamaño, se deberá hacer el corte de la tela de yute. Después de cortar, se deberá proceder con la etapa de costura de las piezas.

Durante el proceso de costura se deberán añadir los detalles y materiales tales como: forros, hebillas, cadenas, guías, manijas de ropa, entre otros. Después de

completar el total de las obras, se deben empacar y distribuirlas al mercado.

(Cárdenas et al., 2018, p. 108)

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Emprendimiento

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur que significa pionero, que a su vez viene del latín *imprender* que significa cometer, que aparece a principios del siglo XVI siendo utilizada inicialmente para referirse a esos aventureros que, como Colón, iban al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperaban encontrar. Posteriormente se fue utilizando para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. Desde una perspectiva general, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas. (Fondo Social Europeo, 2013, p. 2)

2.2.2. Factibilidad

El estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles. (Burneo, Delgado, & Vérez, 2016, p. 305)

2.2.3. Elaboración

De acuerdo con la RAE, la elaboración consiste en transformar una cosa u obtener un producto por medio de un trabajo adecuado. Del mismo modo define al

término como el proceso de idear o inventar algo complejo, lo cual puede ser una teoría, un proyecto o un plan. (Real Academia Española, 2019)

2.2.4. Comercialización

La comercialización es la estrategia de función gerencial, que representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización). (Rizo, Villa, Vuelta, & Vargas, 2017, p. 92)

2.2.5. Bolso

La RAE define al bolso como una prenda de vestir, así como una bolsa de mano por lo común pequeña, hecha de cuero, tela u otra materia, provista de cierre y frecuentemente de asa, que utilizan en particular las mujeres para llevar dinero, documentos, objetos de uso personal. (Real Academia Española, 2019)

2.2.6. Artesanía

En lo relacionado a este término, Rivas (2018) citó a Roncancio (1999), dando a conocer que la artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se han transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas (p. 81).

2.2.7. Textil

El origen de la palabra textil deriva del latín *texere*, que significa “tejer”. Originalmente se aplicaba a las telas tejidas; actualmente se utiliza también para

hilados, filamentos, hilos, tejidos, acolchados, fieltrados, trenzados, adheridos, anudados o bordados. (Ximénez, 2014)

2.2.8. Moda

Para el sociólogo Georg Simmel la moda es un fenómeno social que se manifiesta siempre en sociedades de clase y tiene que ver con “la imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en un determinado grupo. Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse”. (Nannini, 2016, p. 13)

2.2.9. Sostenibilidad

El origen del concepto de la sostenibilidad está asociado a la preocupación creciente existente en la comunidad internacional en las últimas décadas del siglo XX al considerar el vínculo existente entre el desarrollo económico y social y sus efectos más o menos inmediatos sobre el medio natural. (Gómez, 2015, p. 91)

2.2.10. Biodegradable

Se trata de procesos que describen la mineralización de las estructuras orgánicas por medio de microorganismos. Estos microorganismos convierten los bioplásticos en dióxido de carbono, metano, agua y biomasa. (Rodríguez, 2012)

2.3. Marco legal

El presente proyecto de investigación se enmarca en las normas jurídicas ecuatorianas, tomando como referencia en primera instancia a la Constitución de la República, en la cual se establece lo siguiente:

En el artículo 39 de la sección Jóvenes, se estipula que:

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

En el apartado del Régimen de desarrollo, artículo 277 inciso quinto, se expresa que, para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado: “Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley”.

En el artículo 278 inciso segundo, se establece que, para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: “Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental”.

De igual manera en el apartado Trabajo y producción, en el artículo 319: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas”.

En el artículo 321 se hace énfasis en que: “El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental”.

(Asamblea Constituyente, 2008)

2.4. Marco ambiental

En lo concerniente al marco Ambiental, la legislación ecuatoriana contempla principios y obligaciones respecto al cuidado del ecosistema, establecidos en la Constitución y el Código Orgánico del Ambiente.

Con respecto a la Constitución en la sección Ambiente sano, artículo 14: “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”.

En la sección Derechos de la naturaleza, artículo 73, se menciona que: “El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales”.

En la sección Biodiversidad y recursos naturales, artículo 395 inciso 1 la Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

En el inciso 2 del artículo 395 de la Constitución por su parte, se establece que: “Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional”.

En el artículo 396 se estipula que:

El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño. En caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica del daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas. (Asamblea Constituyente, 2008)

Por su parte el Código Orgánico del Ambiente mediante su artículo 5 inciso 9 expresa el derecho de la población a vivir en un ambiente sano. El derecho a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado comprende: “El uso, experimentación y el desarrollo de la biotecnología y la comercialización de sus productos, bajo estrictas normas de bioseguridad, con sujeción a las prohibiciones establecidas en la Constitución y demás normativa vigente”

En la sección Régimen de responsabilidad ambiental, artículo 10, con respecto a la responsabilidad ambiental, se establece que:

El Estado, las personas naturales y jurídicas, así como las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, tendrán la obligación jurídica de responder por los daños o impactos ambientales que hayan causado, de conformidad con las normas y los principios ambientales establecidos en este Código. (Asamblea Nacional, 2017)

2.5. Variables

2.5.1. Variable independiente

Estudio de factibilidad

2.5.2. Variable dependiente

Elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute

2.6. Operacionalización de las variables

Variable independiente: Estudio de factibilidad

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El estudio de factibilidad es un análisis completo y minucioso realizado para la toma de decisiones sobre la ejecución de un negocio nuevo, este sirve como base para saber si es conveniente y posible (factible) comenzar dicho negocio y de ser conveniente, conocer las condiciones adecuadas y más convenientes en que hay que hacerlo. (Castañeda & Macias, 2016)	Estudio de mercado	Número de oferentes Número de demandantes Número de competidores	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo estima la oferta de demanda de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo? Alta: Media: Baja: ¿Cómo considera la demanda del mercado de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo? Alta: Media: Baja: ¿Según su criterio existe alta competencia de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo? Si: No: 	Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Portoviejo.
	Estudio técnico	Instalaciones físicas Distribución de la planta No. Maquinarias y equipos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto? Tiendas: Ferias: Internet: 	

		Otros:
Estudio organizacional	% y tipo de estrategias implementadas por el departamento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ¿Le gustaría un bolso elaborado a base de yute personalizado? Si: No:
Estudio financiero	% de gastos % ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso? \$10 -\$20: \$25-\$30: \$50 en adelante:

Variable dependiente: Elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
La elaboración es un procedimiento que desarrolla una organización para transformar recursos en bienes y servicios. La producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental. (Bustos, 2009)	Elaboración	Unidades producidas Proceso de elaboración	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un producto como complemento de vestir? Fácil uso: Color: Forma; Tamaño: ¿Qué otros productos elaborados a base de yute le gustaría adquirir? Carteras: Billeteras: Manteles: Cojines: 	Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Portoviejo.
	Comercialización	Niveles de ventas Número de consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría? Si: No: ¿Conoce emprendimientos que elaboren productos a base de yute? Si: No: 	

CAPITULO III

3. Marco Metodológico

3.1. Plan de Investigación

Para la ejecución del presente proyecto investigativo se tuvo como premisa considerar los recursos humanos, materiales y financieros que permitieron cumplir con cada una de las etapas del estudio de factibilidad.

Se procedió a recabar información bibliográfica y documental relacionada al desarrollo de un estudio de factibilidad, así como de la situación actual de la industria textil con enfoque en el medio ambiente.

Del mismo modo se seleccionaron las técnicas de recolección de datos necesarias para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero.

Por último, se analizan, sintetizan y presentan los datos que permiten evaluar la factibilidad de ingresar al mercado portovejense mediante la oferta de bolsos elaborados a base de yute.

3.2. Tipos de Investigación

La investigación es de tipo mixta, pues en ella se contemplan datos cualitativos y cuantitativos.

Así mismo se muestra como una investigación descriptiva, pues ha sido necesario recopilar datos relacionados a las características, hábitos y demás indicadores de la población objeto de estudio.

La investigación descriptiva en este caso permite llegar a conclusiones sustanciales para la toma de decisiones en cuanto a las oportunidades del mercado.

3.3. Fuentes de investigación

La investigación toma como elementos esenciales los datos recabados de fuentes bibliográficas y de campo.

Investigación bibliográfica. – Porque ha sido necesario recurrir a la utilización de libros, revistas, informes, diarios y demás fuentes documentales que han permitido analizar y sintetizar la teoría de las variables de estudio.

Investigación de campo. – Pues ha sido necesario recurrir al lugar de los hechos para la recolección de datos, en este caso se da el cumplimiento de este tipo de investigación en la etapa de estudio de mercado, mediante la cual se aplicó una encuesta dirigida a la población portovejense. Del mismo modo fue necesario entrevistar a un experto, con experiencia en el emprendimiento artesanal, verificando aspectos sustanciales al momento de iniciar un negocio de esta índole.

3.4. Población

El estudio comprende a mujeres pertenecientes a la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Portoviejo, que de acuerdo con los datos del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) alcanza un total de 36,986 habitantes.

Se toma a consideración también a los emprendedores del sector artesanal de la ciudad de Portoviejo, para la aplicación de una entrevista relacionada a su experiencia dentro de este ámbito.

3.5. Tamaño de la muestra

Para la técnica de muestreo ha sido necesario aplicar la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra (¿?)

N = Tamaño de la población (36,986)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad de ocurrencia (50%)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (50%)

e = Margen de error de muestreo (5%)

Una vez detallados los valores, se procede a aplicar la fórmula, obteniendo:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 36,986}{0.05^2(36,986 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 36,986}{0.0025(36,985) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{35,521.3544}{92.4625 + 0.9604}$$

$$n = \frac{35,521.3544}{93.4229}$$

$$n = 380$$

Es decir, que dentro de la investigación de mercado se deberá aplicar la encuesta a 380 habitantes del segmento femenino del cantón Portoviejo.

En el caso de la técnica de la entrevista se selecciona a un emprendedor del sector artesanal de la ciudad de Portoviejo.

CAPÍTULO IV

4. Formulación del proyecto

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

4.1.1. Encuesta dirigida a la población de Portoviejo

- 1) ¿Cómo considera la demanda del mercado de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 1.

Demanda de productos

Demanda de productos		
Variable	Frecuencia	%
Alta	38	10%
Media	202	53%
Baja	140	37%
Total	380	100%

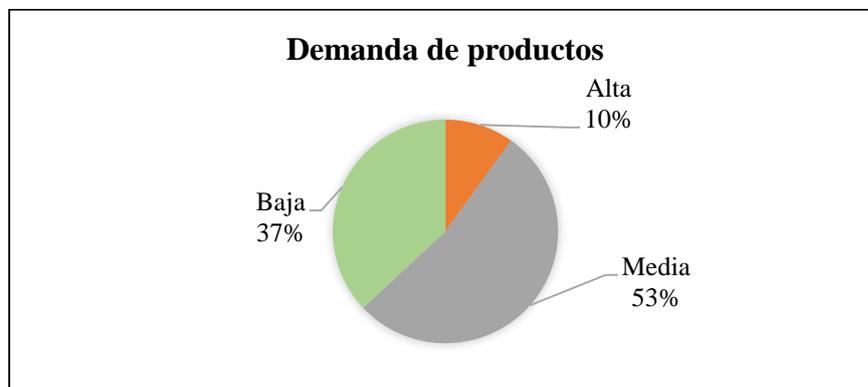


Figura 1. Demanda de productos

Análisis: Los resultados de la pregunta número 1, indica que el 53% de la población considera una demanda media, el 37% una demanda baja y el 10% manifiesta que existe una demanda alta. En el estudio de esta variable se puede evidenciar que la población portovejeense considera en una medida normal la demanda de productos elaborados a base de yute, lo que puede deberse al desconocimiento de la utilidad y beneficios de este tipo de bienes.

- 2) ¿Cómo estima la oferta de demanda de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 2.

Niveles de la oferta

Oferta de productos		
Variable	Frecuencia	%
Alta	0	0%
Media	237	62%
Baja	143	38%
Total	380	100%

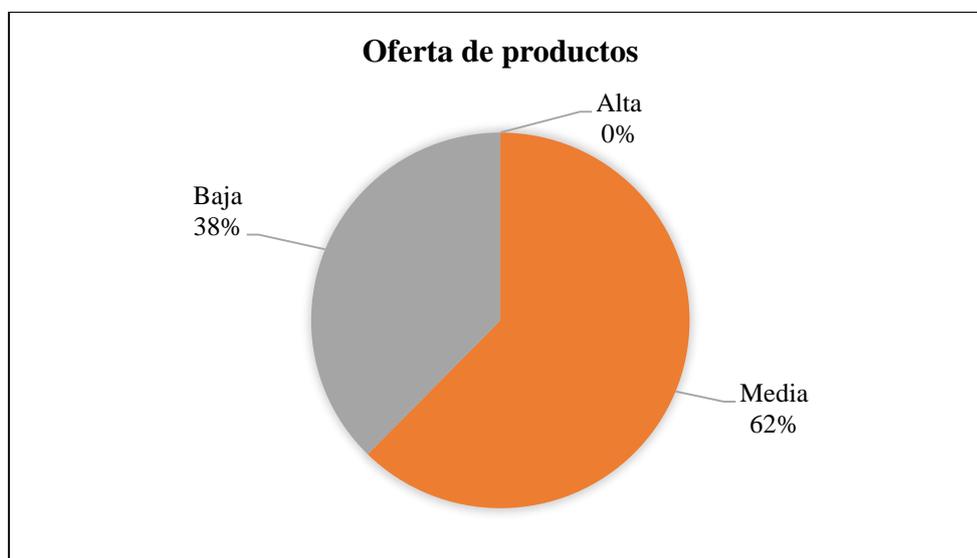


Figura 2. Niveles de la oferta

Análisis: Los resultados de la pregunta número 2, indica que el 62% de la población encuestada considera que existe una oferta media, mientras que para el 38% de la población una oferta baja.

En este sentido se evidencia que la oferta de productos elaborados a base de yute es limitada en la ciudad de Portoviejo, pues si bien existen, su procedencia corresponde a otras ciudades del país que ya han impulsado en mayor medida el uso de esta fibra en la elaboración de artículos textiles variados.

- 3) ¿Según su criterio, existe una alta competencia de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

Tabla 3.

Niveles de competencia

Competencia dentro del mercado		
Variable	Frecuencia	%
Sí	12	3%
No	368	97%
Total	380	100%



Figura 3. Niveles de competencia

Análisis: Los resultados de la pregunta número 3, indican que el 97% de la población encuestada considera que no existe una alta competencia de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo, mientras que un 3% considera alta la competencia en ese ámbito. En concordancia con los resultados de la oferta y demanda de productos elaborados a base de yute, se considera una baja competencia de este tipo de bienes, pues como se ha mencionado anteriormente, no se ha potencializado el emprendimiento en este campo, por lo cual los consumidores optan por otras alternativas o sustitutos.

4) ¿Le gustaría usar un bolso elaborado a base de yute personalizado?

Tabla 4.

Personalización de bolsos

Aceptación de productos personalizados		
Variable	Frecuencia	%
Sí	375	99%
No	5	1%
Total	380	100%



Figura 4. Personalización de bolsos

Análisis: Los resultados de la pregunta número 4, indica que el 99% de la población encuestada se encuentra dispuesta a comprar productos personalizados elaborados a base de yute, mientras que un 5% no muestra interés en adquirirlos.

Este resultado refleja una oportunidad en el desarrollo del negocio, pues la población muestra apertura en el consumo de bienes que surgen de la consciencia ambiental y que sean personalizados de acuerdo a sus gustos y preferencias.

5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso?

Tabla 5.

Análisis de precios

Análisis de precios		
Variable	Frecuencia	%
\$10 - \$20	209	55%
\$25 - \$30	161	42%
\$50 en adelante	10	3%
Total	380	100%

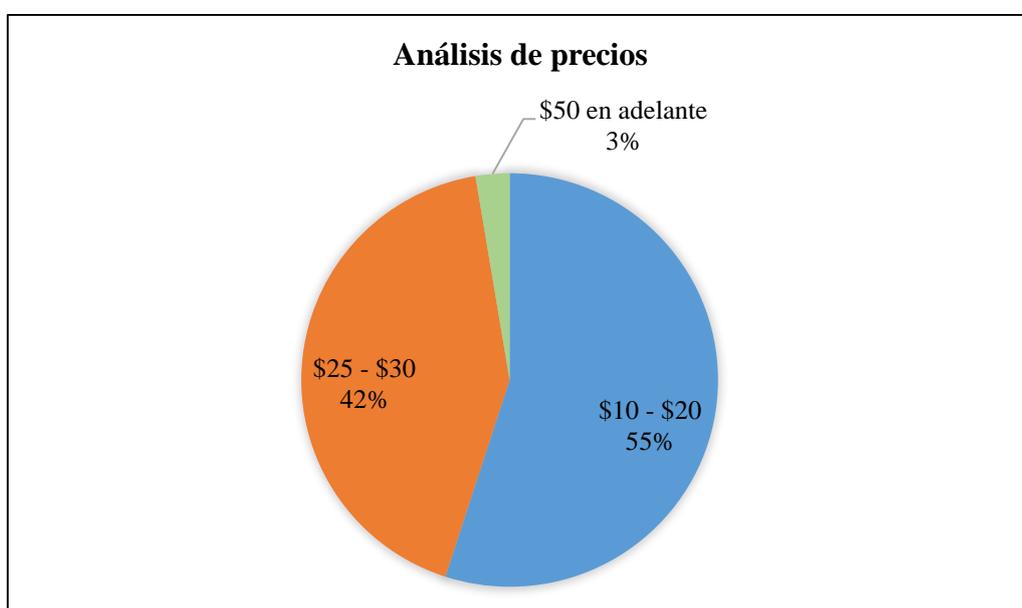


Figura 5. Análisis de precios

Análisis: Los resultados de la pregunta número 5, indican que, el 42% de población está dispuesta a pagar de \$25 a \$30 por un bolso de este tipo, el 55% está de acuerdo en pagar de \$10 a \$20, mientras el 3% considera pagar \$50 en adelante.

En concordancia con estos resultados, se puede establecer la estrategia de precios con la que ingresará la empresa en el mercado, con ello se detecta un consumo potencial en clientes de clase media y media alta, con poder adquisitivo que va de \$10 a \$30 dólares.

- 6) ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un producto como complemento de vestir?

Tabla 6.

Complementos de la oferta

Complementos de la oferta		
Variable	Frecuencia	%
Fácil uso	114	30%
Color	106	28%
Forma	85	22%
Tamaño	75	20%
Total	380	100%

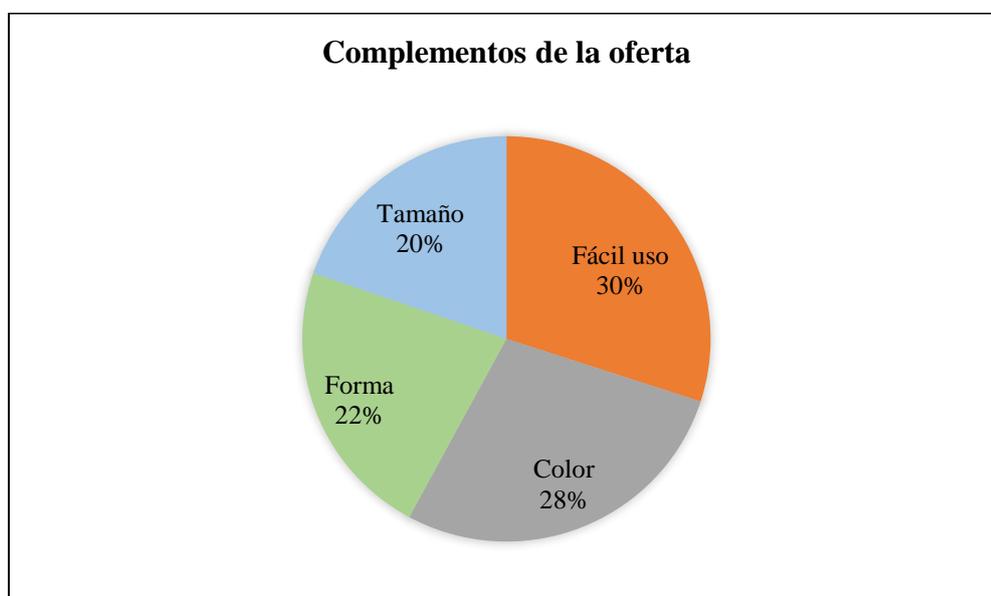


Figura 6. Complementos de la oferta

Análisis: Los resultados de la pregunta número 6, indican que al 30% de población les atrae un fácil uso, al 28% el color del producto, al 22% la forma del producto, y al 20% el tamaño del mismo.

La funcionalidad de un producto es uno de los factores de mayor importancia dentro de la oferta, para ello se ha evidenciado que la estrategia adecuada debe comprender un bien altamente funcional, con características llamativas como colores y formas.

7) Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?

Tabla 7.

Disponibilidad de compra

Variable	Compra	
	Frecuencia	%
Sí	375	99%
No	5	1%
Total	380	100%

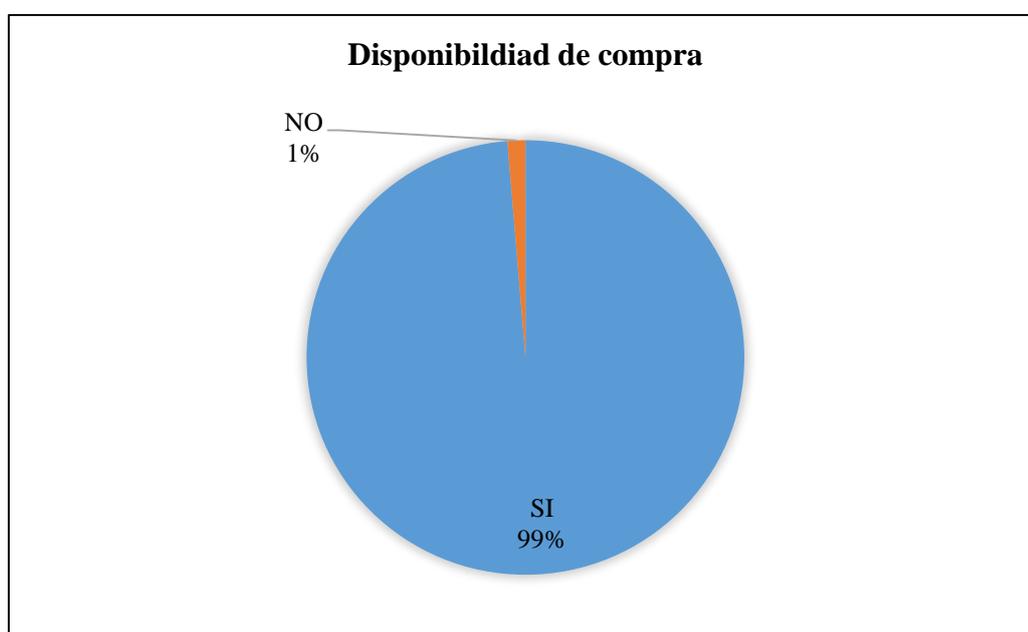


Figura 7. Disponibilidad para adquirir el producto

Análisis: Los resultados de la pregunta número 7, indican que, el 99% de población encuestada sí estaría dispuesta a comprar el producto en dicho precio, y solo el 1% de la población no lo compraría.

Tal como se observa en los resultados, el cantón Portoviejo se muestra como un mercado altamente potencial para este tipo de productos, pues de acuerdo a las características, escenario de la competencia, precios y cualidades, la población puede adquirir bolsos elaborados a base de yute.

8) ¿Dónde le gustaría poder adquirir este tipo de producto?

Tabla 8.

Lugar de compra

Variable	Plaza	
	Frecuencia	%
Tiendas	133	35 %
Ferias	130	34%
Internet	117	31%
otros	0	0%
Total	380	100%

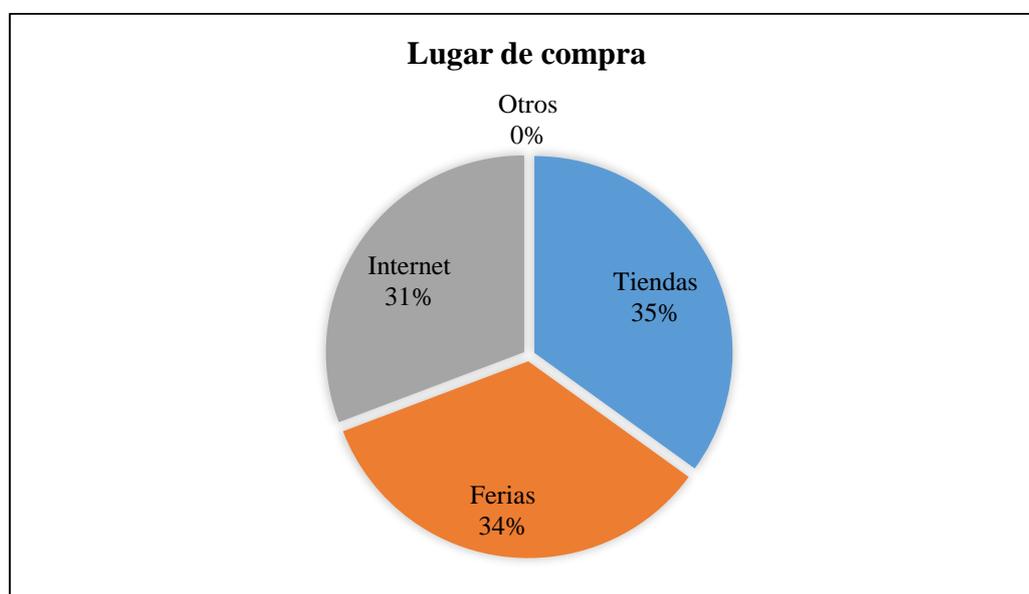


Figura 8. Punto de distribución

Análisis: Los resultados de la pregunta número 8, indican que, el 35% de la población encuestada prefiere adquirir los productos en tiendas especializadas, el 34% en ferias y el 31% opta por el internet.

Según se puede deducir, la distribución de los bolsos artesanales a base de yute, debe darse a través de una estrategia de distribución multicanal, debido a que la tendencia de compra se reparte casi equitativamente entre tiendas, ferias y medios web. De este modo se podrá poner a disposición del cliente las cantidades del producto requeridas, en los tiempos adecuados.

9) ¿Qué otros productos elaborados a base de yute le gustaría adquirir?

Tabla 9.

Demanda de productos a base de yute

Variable	Variedad	
	Frecuencia	%
Carteras	308	81%
Billeteras	35	9%
Manteles	37	10%
Cojines	0	0%
Total	380	100%

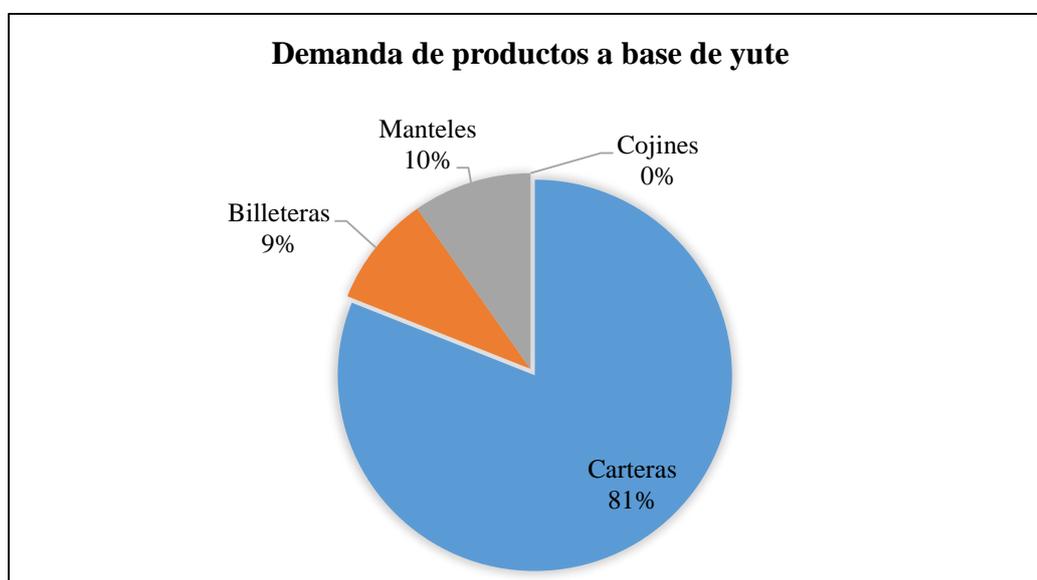


Figura 9. Demanda de productos de yute

Análisis: Los resultados de la pregunta número 9, indican que, el 81% de la población encuestada prefiere adquirir carteras, el 9% prefiere billeteras y el 10% prefiere adquirir manteles.

El indicador de la demanda representa una variable esencial dentro del estudio, pues permite desarrollar productos acordes a las necesidades de la población, para este caso según se observa, la tendencia de productos elaborados con yute se orienta hacia el requerimiento de carteras, por lo tanto, el segmento femenino es altamente potencial dentro del análisis.

10) ¿Conoce emprendimientos que elaboren productos a base de yute?

Tabla 10.

Conocimiento de la competencia

Variable	Competencia	
	Frecuencia	%
Sí	12	3%
No	368	97%
Total	380	100%



Figura 10. Conocimiento de la competencia

Análisis: Los resultados de la pregunta número 10, indican que el 97% de la población encuestada, no conocen emprendimientos que elaboren productos realizados a base de yute en la ciudad de Portoviejo, mientras que un 3% dice sí conocer emprendimientos de este tipo. Como se observa, el sector del emprendimiento de productos elaborados a base de yute no ha sido adecuadamente potencializado dentro del cantón, pues el consumidor potencial desconoce de marcas dentro del territorio portovejense. Por tal razón el ingresar a este mercado resulta de gran atractivo, pues se dinamiza el sector productivo, la economía local y se reorienta hacia el consumo de bienes biodegradables.

4.1.2. Entrevista dirigida a emprendedor de productos artesanales

La entrevista fue aplicada a la señora María Lucas, cuyo emprendimiento se desarrolla en el cantón Montecristi, menciona que su actividad artesanal consiste en la elaboración de productos a base de paja toquilla y que lleva en ella, más de 20 años.

La destreza en su trabajo según explica, forma parte del patrimonio inmaterial que le fue heredado por su familia. Para dar inicio en este ámbito tomó como referencia la demanda de productos, así como la trascendencia que tiene el tejido de toquilla en el ámbito cultural. Aunque reconoce que en un inicio se enfrentó a varias dificultades como el escaso reconocimiento de este tipo de bienes en aquella época.

En cuanto al comportamiento de las ventas, la entrevistada manifestó que se dieron paulatinamente, detalla que en la etapa inicial resultó dificultoso, pero que fueron creciendo a medida alcanzaban mayor reconocimiento local e internacional. Así mismo señala que en los últimos años han mostrado buen indicio por lo que debió diversificar la oferta de productos añadiéndoles valor agregado, como la mejora de tejido y calidad, para así brindar alternativas más funcionales para los clientes.

En lo concerniente al mercado, la entrevistada considera como los clientes de mayor importancia a hombres y mujeres de los segmentos del agro, ganaderos y turistas. La distribución la realiza de forma directa desde su propio local ubicado en el cantón Montecristi. Como medio de promoción de su negocio, cuenta que suele asistir a ferias locales y realiza publicaciones a través de redes sociales.

Haciendo referencia a la asociatividad, la entrevistada menciona que forma parte de la “Asociación Ciudad Alfaro” la cual les permite a sus integrantes participar libremente en las distintas ferias del cantón. A pesar de esta iniciativa, deja en claro que no reciben ningún apoyo gubernamental para el impulso y reconocimiento de sus productos. Esto es quizá uno de los limitantes para abrirse mercado a nivel internacional, puesto que según detalla, no tiene conocimiento de los trámites y procesos necesarios para exportar sus productos a mercado extranjeros.

Por último, considera que el sector artesanal se muestra atractivo en la actualidad, sobre todo dentro del segmento turístico que son quienes aprecian y pagan de forma justa la labor artesanal.

4.2. Estudio de mercado

A través de un análisis descriptivo se da inicio al estudio de mercado, puesto que este es uno de los medios mayormente utilizado por los investigadores. Como su nombre lo evidencia, su fin consiste en describir una determinada situación de mercado como lo pueden ser: las características de los clientes de cierto producto, los factores que se requieren para introducir un bien o servicio al mercado, aspectos relacionados con los competidores, entre otros. Esta modalidad implica que el investigador fije previamente, los objetivos que debe cumplir, de tal manera que se le permita medir y describir las variables planteadas. (Nuño, 2017)

Las Artesanías son el resultado de la creatividad y la imaginación, representadas en un producto cuya transformación es lograda con materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. La elaboración de bolsos de yute sería un factor tanto económico como cultural muy positivo para la capital manabita, porque aparte de brindar un novedoso producto, se estaría fomentando trabajo, el cual podría mejorar la calidad de vida de muchas familias portovejenses, sobre todo en los hogares donde las madres son cabeza de familia, se les estaría brindando una herramienta de trabajo digno, de igual formar, se estaría apoyando la cultura de la ciudad, con miras a que estas artesanías de gran atractivo puedan ser mostradas en otras ciudades, apreciando así el talento humano. De igual manera lograr comercializar productos elaborados por materia prima reciclable tratando de potencializar el desarrollo socio-económico de esta población, y llegar así a establecer procesos formativos rentables, sólidos y duraderos, además de crear nuevos artesanos en aras de un futuro positivo para todos los involucrados en este tipo de proyectos.

MICROAMBIENTE

El análisis del microambiente corresponde a identificar todos los factores que están íntimamente relaciones con el sistema de comercialización de productos orgánicos, y que tiene contacto directo y permanente, este contacto es con los clientes, proveedores, competencia y otras relaciones existentes con el sistema.

Consumidores

Portoviejo cuenta con una población diversa en lo referente al aspecto económico, lo que posibilita que la distribución del producto cubra a todos los sectores de la sociedad portovejense y a su vez que se convierta en el medio de sustento de otro sector poblacional menos beneficiado.

De acuerdo con Alvarez (2018) se han creado diferentes opciones para darle utilidad al yute, entre éstas, la sustitución de las cuerdas de plástico que sostienen las plantas de plátano y otros cultivos por cuerdas de yute, pues este producto se degrada y es más económico. La fibra, al ser biodegradable, se usa además como biomanto o manto natural para proteger sembrados y como agrotexil para reducir los daños por erosión en carreteras, vías, oleoductos y gasoductos. Con relación a ello el punto principal del proyecto se centra en la elaboración de bolsos a base de yute, con diseños personalizados para cada edad, gusto y nivel socioeconómico. (Alvarez, 2018)

Proveedores

Con este proyecto se busca beneficiar a la comunidad de artesanos organizados, que, de manera original, plasman su creatividad en la elaboración de bolsos con diseños exclusivos e innovadores en los cuales se aprecia el arte y la parte cultural de las diferentes regiones del país. En este proyecto se beneficiarían:

- El propietario del cultivo de cabuya
- Los trabajadores que se encargan de deshilar
- Quienes se encargan de tinturar y hacer hilo
- Los tejedores
- Los armadores
- Las madres cabeza de hogar
- El consumidor.

Los sacos hechos en estos materiales reemplazan a los sintéticos.

El yute es una fibra natural que se extrae de la corteza de la planta que lleva el mismo nombre. Este material natural es de sencilla producción y se le considera la segunda de las fibras vegetales más populares, sólo después del algodón. (El Diario, 2015)

El yute es una fibra versátil, lo que le proporciona la característica fundamental de la posibilidad de usarse por separado o mezclada con diversas fibras o materiales. Éste es usado ampliamente en la industria del empaque y embalaje alternativo para transportar y proteger productos agrícolas. (El Diario, 2015)

Los nativos de los pueblos Chibuleo, Salasaka, Quisapincha y Tomabelas son quienes más lo utilizan. La cabuya, que se saca de los pencos (ágaves), muy común en pueblos de la serranía, es ocupada en la elaboración artesanal de adornos, cuerdas y costales. El material, de color blanco y flexible, también sirve para sostener fundas de papel. (El Diario, 2015)

COSTALES HBGH es una empresa distribuidora de este insumo la cual se caracteriza por elaborar el saco y mantener stock durante todo el año para su distribución.

Competencia

En Ecuador siempre está en auge la promulgación de la preservación natural del medio ambiente, es por eso que muchas empresas se han desarrollado en el mismo tema ubicado por este proyecto, entre ellos se puede citar:

SALAMANDRA ECU

Es una empresa 100% ecuatoriana dedicada al desarrollo de todo tipo de bolsos en telas ecológicas con excelentes precios y calidad confeccionados de acuerdo a las necesidades de los clientes

Sus productos están elaborados en telas biodegradables, algodón y fibras naturales, estampados de última tecnología con tintas en base de agua, aportando así al cuidado del planeta.

Su negocio se basa en la producción mayorista de bolsos ecológicos corporativos tipo Premium proporcionando ideas innovadoras para soluciones de imagen donde su empresa será reflejada con arte y estilo en sus productos.

Los Intermediarios

Muchas empresas no son capaces de realizar una distribución directa, en estos casos recurren al uso de intermediarios, con ello persiguen que la Oferta llegue al mercado de una forma menos costosa y más rápida. Existen 2 tipos:

- Los Mayoristas: Son los que compran bienes a un fabricante o a otro mayorista para revenderlos a un mayorista o a un minorista, pero NO al consumidor final.
- Los Minoristas: Son los que compran a un fabricante o a un mayorista y SÍ los venden al consumidor final.

MACROAMBIENTE

El macro ambiente está constituido por aquellos factores externos que tienen una influencia indirecta y que ocasionan cambios en las instituciones en el mediano y largo plazo, dentro de estos factores se analizan los que tienen relación en el aspecto político, económico, social, tecnológico y en este caso en especial considerando el medio ambiente.

Factores demográficos

La empresa estará ubicada en la ciudad de Portoviejo de la provincia de Manabí. Su ubicación geográfica es privilegiada y estratégica porque se encuentra en una de las provincias más artesanales del Ecuador y sobre todo en la provincia más turística por sus playas y clima. Por las razones mencionadas anteriormente, la empresa estará ubicada en el centro y punto turístico de la ciudad que corresponde la vía Manta – Portoviejo, frente al área de bodegas industriales, considerado como uno de los puntos con mayor flujo de transporte, de comercio y turismo.

Factor político

Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en la sociedad en sus diferentes niveles, y que tendrán una repercusión económica (Santibáñez & Cadena, 2015). En los factores político-legales se puede observar cierta importancia de los aspectos referentes a las ideologías y partidos políticos relevantes, pues normalmente los partidos de derecha o centro-derecha tienden a favorecer a las empresas reduciendo los impuestos directos, y acentuando los indirectos, de forma que esto beneficia a los empresarios y por tanto a la empresa, otro aspecto relevante es el marco exterior, que en este caso

no afecta significativamente por el momento aunque en un futuro el escenario podría cambiar si la empresa decidiera convertirse en una multinacional.

Factor económico

Existen diversos tipos de factores económicos, entre los que destacan los factores económicos permanentes, los factores temporales a nivel nacional y los factores temporales en el ámbito internacional. En el macroambiente de la empresa también existen factores económicos que influyen en su funcionamiento y desarrollo.

- El nivel general de la actividad económica al que le afectan las dimensiones del mercado del país donde esté ubicada la empresa, así como las disponibilidades del factor trabajo y el capital social básico.
- El grado de desarrollo económico de la región en donde está establecida la empresa. No es lo mismo tener una empresa en una región o país con un alto desarrollo económico, que en una donde éste sea bajo. Las características no son las mismas, por lo que los factores de la empresa tampoco deben serlo.
- El índice de crecimiento de la población, el cual, puede presentar altos o bajos índices de natalidad o mortalidad, lo que, en la práctica, afectará al posible desarrollo de la economía de la empresa, pues en función de estos parámetros, dependerá el consumo que se va a realizar. Cuando la población aumenta, el PIB debe ser mayor que el crecimiento de la misma.
- El grado de industrialización, el cual, está vinculado al grado de especialización de la fuerza laboral. Existen empresas en que se requiere,

cada vez más, un alto grado de industrialización. El cambio tecnológico afecta a los productos y al proceso mismo de producción.

- Los niveles salariales, a partir de los cuales, dependerá el poder adquisitivo de los empleados. A mayor nivel salarial, mayor es la dedicación económica que se requiere para la actividad, aunque también se incrementará la capacidad de consumo. En este caso, es necesario considerar las presiones de los sindicatos por mejorar las condiciones laborales de los trabajadores. (Gestion.org, 2018)

Factor social

La factibilidad de un proyecto depende en gran medida del estudio del entorno social en donde se pretende implementar el mismo, en este caso en particular la factibilidad de la producción y comercialización de los bolsos elaborado a base de yute, está determinada por la descripción de la ciudad de Portoviejo de la provincia de Manabí, este entorno es un espacio amplio de clima cálido y con buena accesibilidad a la materia prima requerida para la producción de los bolsos.

Factor tecnológico

En el análisis situacional, es importante reflexionar sobre los avances tecnológicos como una oportunidad empresarial debido a que el adquirir nueva tecnología es consideración de los elementos o fuerzas externas e internas a tener en cuenta para el análisis situacional de una organización, significativa para la fabricación de sus productos o la entrega de sus servicios, le avalará ventajas como, ahorro de energía, optimización de tiempo, con lo cual podrá competir en el mercado, dado que sus productos o servicios contarán con una buena calidad y a un precio asequible para sus clientes y la comunidad en general. (Martínez, 2013)

4.2.1. La oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos. En el análisis de mercado para evaluar un proyecto, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir a un nicho de mercado, para determinar si los productos que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características y satisfacen las necesidades del consumidor. A través de la encuesta se dará lugar para que las personas expresen qué clase de productos quieren encontrar en la tienda, qué les llamaría más la atención, qué podría ser más útil para ellos y de esta forma tener una idea más cercana de lo que se ofertará y que tenga buena acogida dentro del público para obtener más compradores satisfechos.

En torno a este tema, se pudo conocer que la producción textil en el Ecuador sentó sus bases en la época colonial, específicamente a finales del siglo XVI, convirtiéndose en una de las actividades más importantes de la Real Audiencia de Quito hasta la crisis de mediados del siglo XVIII. Desde el siglo XX la industria textil y de confección han fabricado productos de fibras naturales como algodón, lana y seda y artificiales como poliéster, nailon y todo tipo de acrílicos (Paucar & Varela, 2019). En la actualidad, el sector textil —integrado por los subsectores de la fabricación textil (hilos y telas) y la confección como una sola fuerza de producción— genera un valor agregado bruto (VAB) de \$ 724.23 millones, según los datos más recientes del Banco Central del Ecuador (BCE) (Auquilla, 2019). El sector ha crecido positivamente durante casi todos los años del último quinquenio, a excepción de 2012, período en el que se redujeron sus ventas debido al incremento de importaciones de ropa, disminución de remesas, contrabando y variabilidad de los

precios del algodón, en 2013 reaccionando a esa contracción del año previo, la fabricación de textiles tuvo una expansión anual de 1.5%, y la de prendas de vestir una de 2.1%. El importante número de puestos de trabajo que genera esta rama es un aporte fundamental (Zambrano, 2019). Según el registro del Directorio de Empresas (DIEE) 2013, existen 55,278 empleos formales vinculados con la industria textil y de la confección; pero este número asciende a 161,510 si se toma como referencia la información que proporciona el BCE, que incluye a los asalariados, trabajadores por cuenta propia, ayudantes familiares y patronos. Así, esta industria representa alrededor de 18% del empleo generado por toda la manufactura ecuatoriana. (Ordoñez, 2015)

Proyección de la oferta

Se debe señalar como tendencia actual el hecho de que los consumidores estén demostrando una escasa sensibilidad a los precios de los bolsos con respecto al “diseño de moda”, esto se aprecia aún más en las marcas de lujo. Con respecto a la distribución de los bolsos, las marcas de diseño siguen siendo las principales protagonistas en los grandes almacenes y por supuesto en las tiendas de dichas firmas. Las tiendas especializadas en bolsos y boutiques, buscan poner a la venta bolsos que creen en el consumidor un estilo único, suelen distribuir bolsos de marcas independientes, primando el diseño y el nuevo estilo, la artesanía, la originalidad y la calidad de los mismos

En adición a las nuevas tendencias se puede considerar que desde hace unos años viene existiendo dentro del mercado de los bolsos, una nueva “subcategoría”, esta agrupa a artículos con carácter funcional tales como bolsos de tela reciclables,

bolsas de compras, fundas para el ordenador portátil, maletines y demás, que ocupan una posición importante en este mercado.

4.2.2. La Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido. (Kotler & Lane, 2012)

Por ende, la demanda, es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además, está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores. La demanda puede hacer referencia a: La dimensión del mercado, producto, lugar, tiempo y clase de cliente.

Estimación de la demanda actual

Actualmente en la ciudad de Portoviejo la innovación de la moda es de gran demanda, especialmente para las mujeres, es común en este segmento el cambio constante en los hábitos de consumo por lo que la industria debe estar creando continuamente nuevos productos. Se puede usar el término moda como crear, generar o construir, por ello el diseño es sumamente importante, además de la creatividad que se invierte en los productos, el diseño de cada prenda de vestir, varía de una camiseta básica a un accesorio. La demanda actual es estimada con base en la pregunta uno de la encuesta, donde el 10% de habitantes de Portoviejo (del grupo

objetivo) respondieron sobre la demanda de bolsos de yute, de acuerdo a eso, se presentaría una demanda actual de:

↓ Demanda actual $57,454 * 10\%$

↓ Demanda actual: 5,745 habitantes

Considerando que el producto interno bruto crecerá en los próximos años a una tasa de 0.9% según las proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe en 2019, se tendría una demanda total estimada de:

Tabla 11.

Demanda total de habitantes

<u>Demanda total de habitantes</u>	
<u>Año</u>	<u>Demanda</u>
0	5,745
1	5,797
2	5,849
3	5,902
4	5,955
5	6,009

4.2.3. Demanda insatisfecha

Se entiende por demanda insatisfecha aquella que no ha sido atendida por el mercado y que se puede atender por lo menos en parte. Hay demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. Esta demanda proviene de la demanda total del mercado, para su cálculo se tomarán los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Para determinar la demanda insatisfecha se aplicará el método cuantitativo, donde se busca encontrar un segmento de mercado para los bolsos de yute en la ciudad de Portoviejo, por ser producto con un diseño innovador y amigable con el

medio ambiente. Se debe tomar en consideración la pregunta 2 de la encuesta: ¿Cómo estima la oferta de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo? En la que se obtiene un:

Tabla 12.

Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha

$$\underline{\text{Demanda insatisfecha}} = \underline{\text{Demanda actual} * \text{Factor}}$$

$$\text{Demanda Insatisfecha} = 5,745 * 38\%$$

$$\underline{\text{Demanda Insatisfecha}} = \underline{2,183 \text{ habitantes}}$$

Es así como se obtiene una demanda insatisfecha de 2,183 habitantes. Para detectar un verdadero nicho de mercado, que será el mercado clave donde debe llegar el producto, con la aplicación de diferentes estrategias de marketing se considera la pregunta tres de la encuesta ¿Según su criterio considera que existe una alta competencia de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo? En la que se obtiene una respuesta de 100% que manifestó que no existe una alta competencia de bolsos de yute en la ciudad de Portoviejo, de esto se obtiene:

Tabla 13.

Nicho de mercado

Nicho de mercado

$$\underline{\text{Nicho de mercado}} = \underline{\text{Demanda insatisfecha} * \text{factor}}$$

$$\text{Nicho de mercado} = 2,183 * 100\%$$

$$\underline{\text{Nicho de mercado}} = \underline{2,183 \text{ habitantes}}$$

El nicho de mercado da como respuesta que se deberá atender a 2,183 habitantes, considerando una tasa de crecimiento de 0.9% anual del producto interno bruto, obteniendo la siguiente estimación de la demanda:

Tabla 14.

Estimación de la demanda a atender

<u>Estimación de la demanda a atender (Nicho)</u>	
<u>Año</u>	<u>N de habitantes</u>
0	2,183
1	2,203
2	2,223
3	2,243
4	2,263
5	2,283

4.2.4. Producto

El producto que se ofrece (bolsos) llevará el nombre de “YUTEBAGS” que es una línea de productos amplia y diversa: bolsos para paseo, pequeños y grandes que podrán ser personalizados por las clientas. El material será una novedad en la zona, pues es enviado desde otra provincia. Se contará con una amplia línea de productos al tener una diseñadora profesional en la empresa.



Figura 11. Producto a ofertar

4.2.5. Precio

Al determinar el precio se tuvo en cuenta el valor que cobra la competencia por los productos y la calidad de los mismos. El material con el que se elaborarán los bolsos (sacos de yute), es enviado desde el interior, por medio de encomienda y, al ser por este medio solicitado tendrá un costo considerable, el cual se tendrá en cuenta a la hora de determinar el precio, se estima un valor de 23.93\$ en adelante, dependiendo del producto que el cliente desee.

Además del material, también se considerará el costo de los accesorios, cierres, manijas y botones y de los hilos que también son enviados desde la capital.

4.2.6. Plaza

El producto se distribuirá al por mayor en negocios de la zona (shopping, boutique). Se contará con un local propio para la venta minorista, el cual estará ubicado en una zona estratégica de ventas. El local comercial estará ubicado en el mismo lugar donde funcionará la fábrica.

Además, se proyecta exportar los bolsos al país vecino Colombia, al local “Nossa” ubicado en Cali. Se opta por dicho país por ser un mercado muy atractivo en el sector del vestuario y moda para mujeres.

4.2.7. Comercialización

La comercialización permite al oferente hacer llegar un producto al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, puesto que, la comercialización coloca al producto en un sitio y en un momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que se espera con la compra. Una vez realizada la investigación de la oferta y la demanda para este proyecto de investigación para determinar la viabilidad

del proyecto, se procede con la siguiente fase, la cual consiste en la adquisición de los recursos los cuales se pueden lograr a través de los programas de inversión o préstamos bancarios.

4.2.8. Promoción

Para que la venta directa tenga mayor alcance al público se realizara difusión radial, mediante diarios, folletos y posiblemente televisiva en el plano local y en el país en donde se decide exportar.

Logo y slogan de la empresa



Figura 12. Logotipo del producto

“Reciclar es tu decisión, YUTE BAGS es tu mejor opción” es el slogan que identificará a los productos elaborados a base de yute, mediante el cual se busca incentivar a las personas al consumo responsable, por medio del cuidado del medio ambiente.

Tabla 15.

Plan promocional de la marca Yutebags

MEZCLA PUBLICITARIA			
Medio publicitario	Detalle del medio	Duración de campaña	Inversión
Radio	Spot radial	1 año	\$600,00
Prensa escrita	Publicación en prensa	1 año	\$200.00
Sitio web oficial	Diseño y dominio de página web	1 año	\$ 400.00
Campaña digital	Publicidad en Facebook	1 año	\$1,000.00
	Publicidad en Instagram		
	Publicidad en Youtube		
Activación de marca	Participación en feria de Artesanía	1 año	\$200.00
TOTAL			\$4,900.00

4.3. Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Prieto, 2015)

El estudio técnico es aquel que presenta el tamaño completo de la planta, determinación de la localización de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

Desarrollar un plan de negocios implica diferentes procesos, en este caso el estudio técnico analizará las opciones que se ajusten a la idea de negocio, para ponerla en marcha, así mismo determina los equipos y materiales de trabajo que se necesitarán, el capital a invertir y las personas que van a integrarse para la elaboración del producto. (González, López, Aceves, & Celaya, 2018)

4.3.1. Micro localización

La empresa YUTEBAGS se encuentra ubicada en el Complejo de Bodegas del cantón Portoviejo entre las coordenadas 9882.100 y 9876.500m de latitud norte y entre las coordenadas 585.300 y 567.600 m de longitud este.

Dicho lugar se encuentra frente a Vallejo Araujo y medios Ediasa, en la Av. Metropolitana.

Manabí: Según explicó Mero (2018) la provincia de Manabí es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al occidente del país, en la zona geográfica conocida como región Litoral o Costa. Su capital administrativa y ciudad más poblada es la ciudad de Portoviejo. Ocupa un territorio de unos 19,427 km², siendo la cuarta provincia del país por extensión, detrás de Pastaza, Morona Santiago y Orellana. Además del territorio continental, pertenecen a la jurisdicción de la provincia la Isla de la Plata y la Isla Salango. Limita al norte con Esmeraldas, por el este con Santo Domingo de los Tsáchilas y Los Ríos, al sur con Santa Elena, al este y al sur con Guayas y al oeste con el océano Pacífico a lo largo de una franja marítima de unos 350 kilómetros. En el territorio manabita habitan 1'369,780 personas, según el último censo nacional (2010), siendo la tercera provincia más poblada del país después de Guayas y Pichincha. La Provincia de Manabí está constituida por 22 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales.

El cantón Portoviejo es una entidad territorial sub nacional ecuatoriana, capital de la provincia de Manabí, en la República del Ecuador. Su cabecera cantonal es la ciudad de Portoviejo, lugar donde se agrupa más del 72% de su población total (Gobernación de Manabí, 2019). Limita al Norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, al Sur con el cantón Santa Ana, al Oeste con el cantón Montecristi y el Océano Pacífico y al Este con los cantones Pichincha y Santa Ana.

La ciudad y el cantón Portoviejo, al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rigen por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política Nacional. La Municipalidad de Portoviejo es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los

miembros del concejo cantonal. El alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del cantón Portoviejo. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio. De acuerdo con el GAD Portoviejo (2019) el cantón se compone de la siguiente división administrativa:

Parroquias Urbanas:

12 de marzo, 18 de octubre, Andrés de Vera, Colón, Francisco Pacheco, San Pablo, Simón Bolívar, Picoaza, Portoviejo.

Parroquias Rurales:

Abdón Calderón (San Francisco de Asís), Alhajuela (Bajo Grande), Chirajos, Crucita, Pueblo Nuevo, San Plácido, Rio chico (primera parroquia del cantón)

4.3.3. Ingeniería del proyecto

Ingeniería es sinónimo de invención. Pero esa invención, esa innovación y ese diseño requieren de un proceso de planificación sin el cual ningún proyecto pasaría de ser una declaración de buenas intenciones plasmada en un papel. La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. (OBS, 2018)

YUTEBAGS cuenta con las siguientes áreas:

- Oficinas del personal y de atención al cliente.
- Área de producción
- Área de almacenamiento
- Área de carga y descarga

- Garaje
- Vestidores y baños
- Área de taller

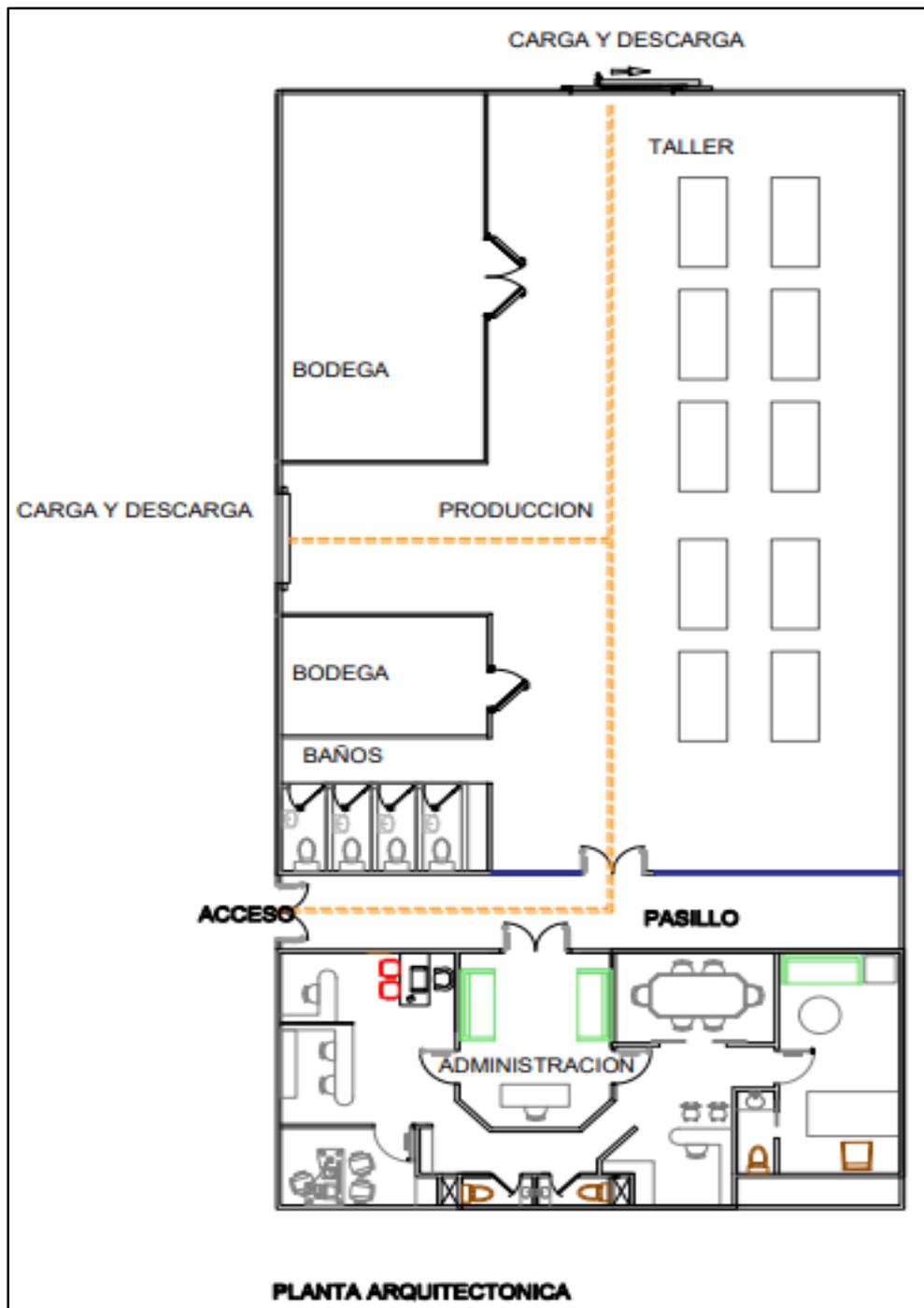


Figura 15. Distribución de la empresa Yute Bags

4.3.4. Disponibilidad de insumos y materias primas

Se implementó la distribución de las áreas y demás insumos que son adecuados para poder tener una buena operación del negocio.

Entre los insumos y materia prima también se debe tomar en consideración rubros como los de servicios básicos como agua, luz, teléfono, internet, entre otros.

Los que se detallan por mes a continuación:

- Agua \$12.00
- Teléfono \$75.80
- Luz \$ 109.30
- **TOTAL \$197.10**

4.3.5. Proceso productivo bolso de yute

A continuación, se presenta la descripción del proceso de producción:

- 1) Elaboración de bocetos o matriz de diseño para confeccionar el producto.
- 2) Establecer los materiales necesarios para la confección.
- 3) Validar y verificar los proveedores más adecuados
- 4) Comprar materia prima a los posibles proveedores, que no tengan imperfecciones, daños o maltrato.
- 5) Revisión de la calidad de la materia prima.
- 6) Se corta la tela de yute de acuerdo a la necesidad de cada modelo.

- 7) Se inicia la confección de los productos, revisando que no exista imperfecciones o fallas. También se verifica que el tamaño sea el establecido para el producto.
- 8) Unión de la tela cortada.
- 9) Se adhieren los accesorios del producto en elaboración como; cierre, botones, etiqueta.
- 10) Se comprueba que los acabados sean de acuerdo al producto diseñado.
- 11) Se revisa el producto acabado para que no tenga ningún imperfecto. Ya terminada la confección se inicia el proceso de empaque para ser enviado al inventario.
- 12) Se hace inventario de las unidades producidas para poder tener el número adecuado de carteras y mochilas de acuerdo a las ventas proyectadas.

- **Tiempos de confección y diseño del producto**

En un inicio la empresa tiene 2 modelos para cartera y uno para mochila que ofrecerá al mercado, por lo que el tiempo de confección dependerá del producto.

Vale destacar que la selección de la materia prima se la hace antes de la compra a los proveedores, es decir que las confeccionistas no tengan la necesidad de verificación al 100% de la tela de yute. En el caso de existir algún daño, desgaste o imperfección, la materia prima será devuelta al proveedor.

A continuación, se presenta el flujograma de procesos para la elaboración del producto:

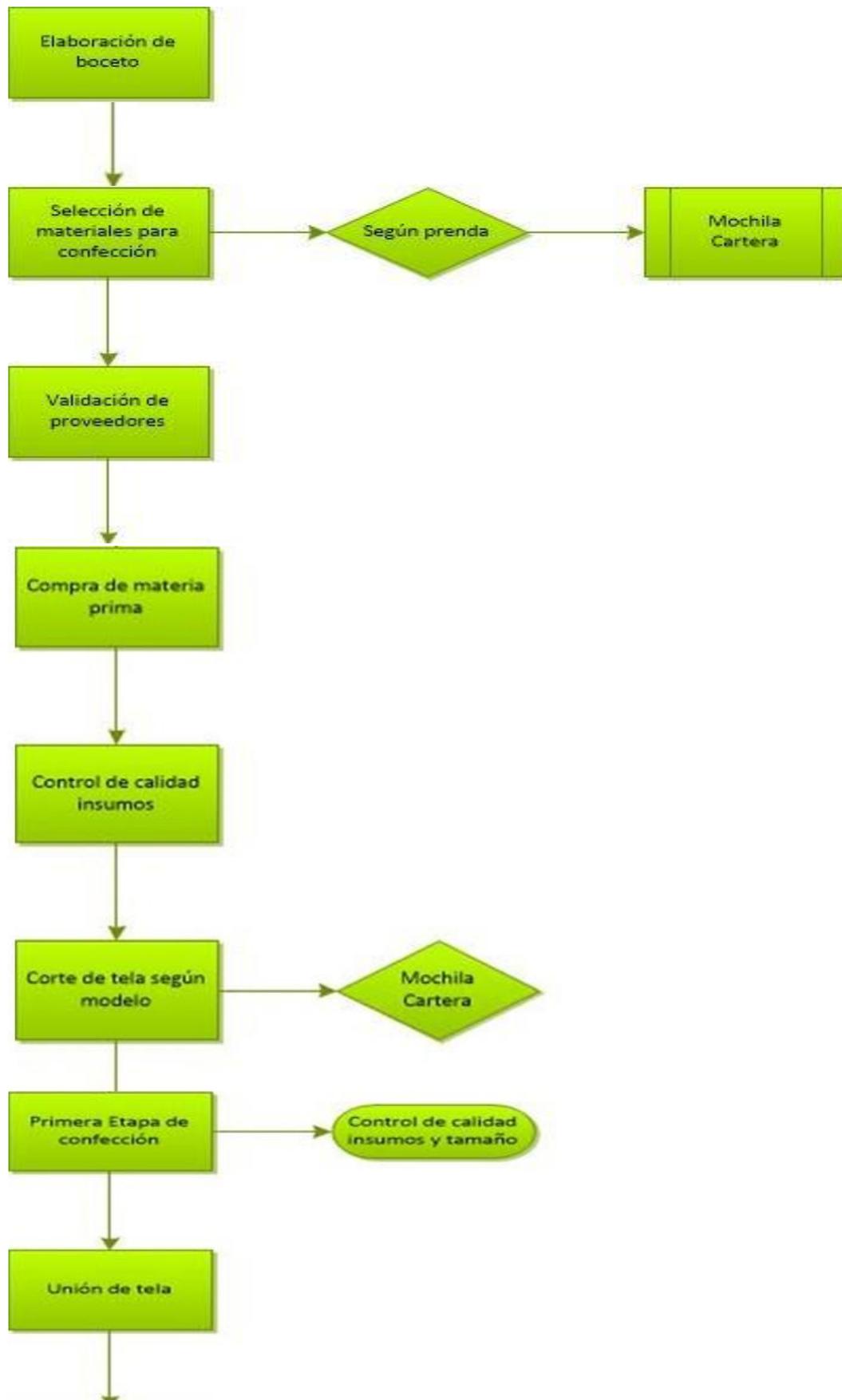




Figura 16. Flujograma de procesos

Cada proceso comprende a diferentes actividades que conllevan al éxito, por ello el diagrama de flujo tiene como fin detallar cada paso a seguir para la elaboración del producto propuesto.

Cabe mencionar que cada proceso tiene particularidades propias, pues se observan ciertos pasos o formalidades básicas que se deben llevar a cabo con eficacia.

Antes de cada actividad productiva el jefe debe revisar detalles en lo que tiene que ver a instalaciones, personal a cargo, confirmación de asistentes y proveedores.

Durante la ejecución de los diferentes procesos, cada operador debe contar con la coordinación y supervisión adecuada a fin de que cada etapa se cumpla según los requerimientos de calidad fijados por la empresa.

4.3.6. Maquinarias y equipos

Al ejecutar este proyecto se requerirá realizar una considerable inversión, sobre todo en equipos, muebles y demás artículos necesarios para el desempeño de esta actividad.

Tabla 17.

Listado de muebles y equipos para operar

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	3	\$190.00	\$570.00
Silla giratoria	3	\$47.00	\$141.00
Silla apilable	6	\$30.00	\$180.00
Archivador	3	\$100.00	\$300.00
Botes de papel	3	\$13.00	\$39.00
Mesa para reuniones	1	\$622.99	\$622.99
Sillas para reuniones	4	\$15.00	\$60.00
Sillón sala de espera	1	\$129.00	\$129.00
Papeleras	3	\$22.00	\$66.00
EQUIPO DE OFICINA			
Central telefónica	1	\$284.00	\$284.00
Teléfono	2	\$29.00	\$58.00
Cafetera	1	\$108.99	\$108.99
Dispensador de agua	1	\$139.99	\$139.99
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadoras de escritorio	3	\$490.00	\$1.470.00
Impresora multifunción	3	\$164.99	\$494.97
TOTAL			\$4,663.94

Tabla 18.

Detalle de maquinaria y equipo a utilizar

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina de coser para tela	2	\$550.00	\$1,100.00
Tijeras industriales	2	\$50.00	\$100.00
Tijeras pequeñas	2	\$8.00	\$16.00
Plancha de vapor	1	\$60.00	\$60.00
Lavadora en seco	1	\$120.00	\$120.00
Acondicionador de aire	3	\$369.00	\$1,107.00
Total, Maquinaria y Herramientas			\$2,503.00

Utilidad de las Maquinarias: Las maquinas a adquirir serán utilizadas para mejorar los procesos de producción y mejorar el proceso de confección y empaque de los bolsos.

4.3.7. Mano de Obra

Se debe seleccionar minuciosamente el personal que conforme el grupo de mano de obra de la empresa, esto es importante pues de esto depende la calidad del producto.

4.3.7.1. Mano de obra directa.

La mano de obra directa estará conformada por los encargados de la preparación de la materia prima en el producto y servicio final que se brindará en cada venta, el costo del personal operativo equivale a \$13,154.40 al año, incluidos los beneficios de ley.

Tabla 19.

Sueldo operativo mano de obra directa

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Operarios	2	\$1,096.20	\$13,154.40
Total	2		\$13,154.40

4.3.7.2. *Mano de Obra Indirecta*

Este personal no tiene relación directa con la transformación de la materia prima, pero es importante para el óptimo resultado de la organización y control del producto, el costo por el personal administrativo anual es de \$24,369.00 incluidos los beneficios de Ley.

Para evitar confusiones se realizará una descripción de las funciones de cada empleado de la empresa, así todas las áreas necesarias estarán cubiertas, optimizando el nivel de desempeño del recurso humano.

Tabla 20.

Sueldo administrativo

Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Gerente general	1	\$ 805.73	\$9,668.80
Secretaria	1	\$ 548.10	\$6,577.20
Jefe de ventas	1	\$ 676.92	\$8,123.00
Total	3		\$24,369.00

4.4. Estudio Administrativo

El estudio administrativo comprende el desarrollo de los lineamientos y directrices a seguir para el correcto funcionamiento del negocio, mismo que abarca el desarrollo de la formulación estratégica, la estructura organizacional del negocio y el marco legal.

4.4.1. Formulación estratégica

Dentro de la formulación estrategia se toman a consideración indicadores del mercado, así como de las potencialidades de la empresa para alcanzar sus metas a mediano y largo plazo. (López, Aceves, Pellat, & Puerta, 2018)

4.4.1.1. Análisis situacional.

4.4.1.1.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.

Desde el punto de vista de Riquelme (2015) el análisis de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta de gran significancia para evaluar los factores externos de la industria, definiendo de esta manera las oportunidades y amenazas en cinco ámbitos como son:

- Amenaza de ingreso de nuevos competidores;
- Poder de negociación de los proveedores;
- Poder de negociación de los compradores;
- Rivalidad entre los competidores existentes; y
- Amenaza de productos sustitutos.

A continuación, se detalla la matriz concerniente a dicho análisis estratégico:

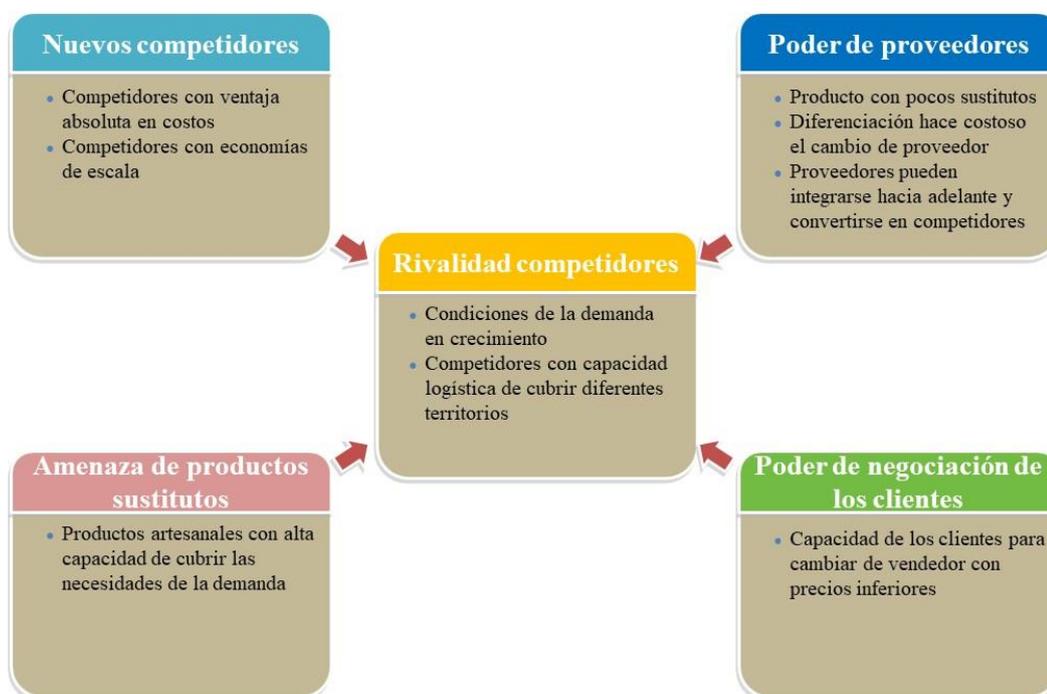


Figura 17. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Fuente: (Riquelme, 2015)

Amenaza de ingreso de nuevos competidores. - Se ha definido como una MEDIANA amenaza de nuevos competidores, al considerar que pueden entrar productores con ventajas en costos y economías a escala, por ende, sus productos tendrán menor costo.

Poder de negociación de los proveedores. - La negociación de los proveedores se muestra como una ALTA amenaza dentro de la evaluación estratégica del negocio, puesto que la materia prima (yute) tiene pocos sustitutos, la diferenciación del producto dificulta el cambio de proveedores, además de que estos pueden integrarse hacia adelante convirtiéndose en nuevos competidores.

Poder de negociación de los compradores. - La negociación de los compradores se establece como una BAJA amenaza dentro del análisis, pues existen pocos proveedores de productos relacionados a bolsos y artículos elaborados a base de yute en el mercado portovejense, pero podría ingresar un nuevo competidor con precios inferiores.

Rivalidad entre los competidores existentes. - Se considera una BAJA rivalidad de competidores existentes, pues como se ha mencionado anteriormente no existen rivales directos dentro del mercado, pero se debe tomar a consideración el aumento creciente de la demanda y la capacidad de los rivales indirectos para cubrir las necesidades del territorio.

Amenaza de productos sustitutos. - El sector de los productos artesanales muestra una tendencia creciente, por ende, la línea cercana a la oferta que se pretende cubrir presenta una ALTA amenaza por productos artesanales de materiales distintos al yute (carteras y bolsos de telas autóctonas, lana, cuero, paja toquilla).

4.4.1.1.2. Análisis FODA.

Tomando en consideración la evaluación del mercado y los parámetros expuestos en el mismo, es correspondiente el desarrollo del análisis FODA como parte de la formulación estratégica. Para ello se abordan dos ejes como son el análisis de factores externos y el análisis de factores internos, mismos que se presentan a continuación:

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación constante en el desarrollo de los productos • Controles de calidad aplicados en los procesos • Recurso humano altamente capacitado • Empresa con responsabilidad ambiental • Valores corporativos claramente definidos • Producto altamente diferenciado • Variedad en la gama de productos ofertados • Ubicación estratégica del negocio 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca con escaso reconocimiento en el mercado • Limitación en recursos para producción a gran escala • Limitado conocimiento de las cualidades del producto
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la demanda de productos artesanales y amigables con el ambiente • Bajos niveles de competencia en el mercado meta • Disponibilidad del consumidor potencial para adquirir el producto • Dinamismo e impulso del emprendimiento por parte del gobierno • Alianzas estratégicas para impulsar el reconocimiento, posicionamiento y ventas de los productos. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la política fiscal para negocios nuevos y en marcha • Dominio de los proveedores de materia prima en temas de volumen y precios • Disminución del poder adquisitivo de los clientes potenciales • Competidores con capacidad de cobertura territorial • Productos sustitutos de gran aceptación, elaborados con telas autóctonas, lana, cuero, paja toquilla, etc.

Figura 18. Matriz FODA

Análisis de los factores de la matriz FODA

Fortalezas:

- **Innovación constante en el desarrollo de los productos.** - Considerando el desarrollo en tendencias y evolución del valor que le dan los consumidores al producto, la empresa cuenta con la capacidad de apegarse a dichas tendencias de consumo, considerando en este ámbito al talento humano como clave para el logro continuo de dicha innovación.
- **Controles de calidad aplicados en los procesos.** - La empresa tiene entre sus metas llevar rigurosos controles de calidad en cada artículo elaborado, tomando en cuenta aspectos esenciales como forma, texturas, funcionalidad y requerimientos de los clientes.
- **Recurso humano altamente capacitado.** - Para este fin la empresa evaluará, capacitará y reclutará al personal con talento y aptitudes en el diseño y elaboración de artículos a base de yute, con la finalidad de satisfacer las necesidades y requerimientos del consumidor.
- **Empresa con responsabilidad ambiental.** - Debido al material empleado en este emprendimiento, la empresa cuenta con un alto sentido de responsabilidad ambiental, al ser el yute un bien biodegradable y amistoso con el ambiente.
- **Valores corporativos claramente definidos.** - La empresa se rige bajo un concepto de valores y ética empresarial, la cual involucra a todos los elementos organizacionales a fin de alcanzar los propositivos estratégicos y de impacto positivo para la comunidad.
- **Producto altamente diferenciado.** - Con los artículos elaborados a base de yute se pretende sustituir productos convencionales que impactan

negativamente al medio ambiente y revolucionar el mercado local con un bien innovador que emplea material conocido en la localidad, logrando de esta manera artículos novedosos, de excelente estética y practicidad.

- **Variedad en la gama de productos ofertados.** - La empresa cuenta con una amplia gama de productos elaborados a base de yute, entre ellos, bolsos, carteras, mochilas, en distintos tamaños y presentaciones, que se adecúan siempre a las tendencias del mercado y a los requerimientos del cliente.
- **Ubicación estratégica del negocio.** - El negocio cuenta con una ubicación privilegiada tanto para el aprovisionamiento factible de materiales e insumos, así como para la distribución de los bienes, situándose en una de las provincias más artesanales del Ecuador y con alta demanda turística.

Debilidades:

- **Marca con escaso reconocimiento en el mercado.** - Al ser “YuteBags” una marca nueva en el mercado local, cuenta con escaso reconocimiento y posicionamiento, lo cual representa una debilidad y eje central estratégico de trabajo.
- **Limitación en recursos para producción a gran escala.** - Al tratarse de una microempresa, la capacidad de producción a escala es limitada, debido a que se produce en función de la demanda y las tendencias del mercado, factor que incide directamente en el precio de los productos.
- **Limitado conocimiento de las cualidades del producto.** - Al ser un producto nuevo, el mercado conoce muy poco de la funcionalidad, calidad y utilidad del producto, lo que inicialmente se mostrará como una debilidad a vencer por parte de la empresa.

Oportunidades:

- **Incremento de la demanda de productos artesanales y amigables con el ambiente.** - En los últimos años se ha percibido una tendencia creciente en el consumo de artículos artesanales sobre todo en el segmento femenino, que opta por bienes de excelente estética, gran durabilidad y funcionalidad.
- **Bajos niveles de competencia en el mercado meta.** - Dentro del estudio de mercado se pudo determinar que no existe competencia directa, es decir no hay marcas que elaboren y provean al mercado local de artículos elaborados a base de yute, lo cual representa una gran oportunidad de ingreso.
- **Disponibilidad del consumidor potencial para adquirir el producto.** - Así mismo mediante el sondeo a clientes potenciales se estableció que estos están dispuestos en su mayoría a adquirir productos de la marca “YuteBags”
- **Dinamismo e impulso del emprendimiento por parte del gobierno.** - En la actualidad existen programas estatales de impulso al emprendimiento, contando con apoyos, patrocinios y desarrollo de ferias artesanales que permiten promocionar este tipo de bienes.
- **Alianzas estratégicas para impulsar el reconocimiento, posicionamiento y ventas de los productos.** - Una oportunidad de gran beneficio son las alianzas estratégicas que se pueden impulsar con entidades públicas y privadas a fin de promocionar y distribuir los productos de manera idónea, impulsando así mismo al reconocimiento de la marca, así como de las cualidades de estos bienes.

Amenazas:

- **Cambios en la política fiscal para negocios nuevos y en marcha.** - Los cambios en la política fiscal usualmente representan un riesgo en los nuevos negocios del país, pues al darse una mayor carga tributaria se dificulta el desarrollo y crecimiento de las Pymes.
- **Dominio de los proveedores de materia prima en temas de volumen y precios.** - Al ser el yute un material insustituible en la producción, existe un dominio importante por parte de los proveedores del mismo, pudiendo ejercer presión en cuanto a volúmenes y precios.
- **Disminución del poder adquisitivo de los clientes potenciales.** - Esta es una amenaza relacionada a la estabilidad económica del país, pues como todo mercado está sujeto a recesiones o crisis que puedan afectar el nivel socioeconómico de los consumidores potenciales.
- **Competidores con capacidad de cobertura territorial.** - Los competidores indirectos representan una amenaza importante, puesto que algunos de ellos pueden tener ya una cuota de mercado y reconocimiento importante, lo que podría impedir el correcto desempeño de la marca “YuteBags”.
- **Productos sustitutos de gran aceptación, elaborados con telas autóctonas, lana, cuero, paja toquilla, etc.-** Estos productos de origen artesanal representan una amenaza considerable dentro de los objetivos estratégicos del negocio, puesto que interfieren en la comercialización de los artículos elaborados a base de yute, pudiendo ser sustituidos por alguna de estas alternativas.

4.4.1.1.3. *Valores corporativos.*

Los valores corporativos se centran en los siguientes principios:

- Responsabilidad medio ambiental. - Pues se trabaja con elementos biodegradables y amigables con el ambiente.
- Compromiso con el cliente. - La empresa forja su imagen corporativa en base al cubrimiento de las necesidades y requerimientos de los clientes.
- Desarrollo en innovación constante. - La empresa mantiene el compromiso de innovar constantemente a fin de diversificar la oferta y cubrir diferentes segmentos del mercado.
- Oferta de alta calidad. - La calidad representa uno de los valores más importantes para la empresa, pues se trabaja con materiales de la más alta calidad, funcionabilidad y durabilidad.
- Aporte al emprendimiento local y nacional. - La empresa consciente de la importancia de las Pymes para la economía local y nacional, aporta con ideas innovadoras que benefician sustancialmente a clientes, colaboradores y comunidad.
- Aporte al dinamismo de los sectores productivos. - Debido a que se trata de una empresa dedicada a la producción, se dinamiza la cadena productiva que involucra a los proveedores de materiales e insumos.
- Ética empresarial. - La ética empresarial se rige por el compromiso con el cliente, el respeto medioambiental y el desarrollo de actividades apegadas a las normas y reglamentos nacionales.

4.4.1.1.4. Misión.

Somos una empresa portovejense joven que busca brindar al mercado local una amplia variedad de productos textiles logrados con procesos y técnicas manuales de la más alta calidad, haciendo uso de un material de origen natural y amigable con el medio ambiente.

4.4.1.1.5. Visión.

YuteBags será en cinco años la empresa líder en la producción y distribución de productos textiles a base de yute a nivel local y provincial, aportando considerablemente al emprendimiento, la generación de empleo, el dinamismo económico y el uso de materiales biodegradables.

4.4.1.1.6. Objetivos estratégicos.

Entre los objetivos estratégicos trazados en el modelo de negocio se consideran:

- Impulsar el reconocimiento de la marca “YuteBags” en el mercado portovejense
- Innovar constantemente en desarrollo técnico y tendencias del mercado
- Promocionar las cualidades diferenciales y beneficios del producto
- Dinamizar la demanda de productos artesanales y amigables con el ambiente
- Establecer un canal de distribución óptimo que permita cubrir la demanda del mercado

4.4.1.1.7. Estrategia empresarial.

La estrategia empresarial se enfoca en una ventaja competitiva de diferenciación, pues se tiene previsto manejar un enfoque de producto único,

diferenciado y resaltando siempre las cualidades amigables de este con el medio ambiente. De tal modo, a la vez que se genera una oferta innovadora, se crea conciencia en el consumidor, incentivando al consumo de productos biodegradables, produciendo un impacto positivo de conciencia social.

4.4.2. Organigrama

Para un correcto desarrollo de las funciones y operaciones administrativas del negocio se ha desarrollado el siguiente organigrama estructural:

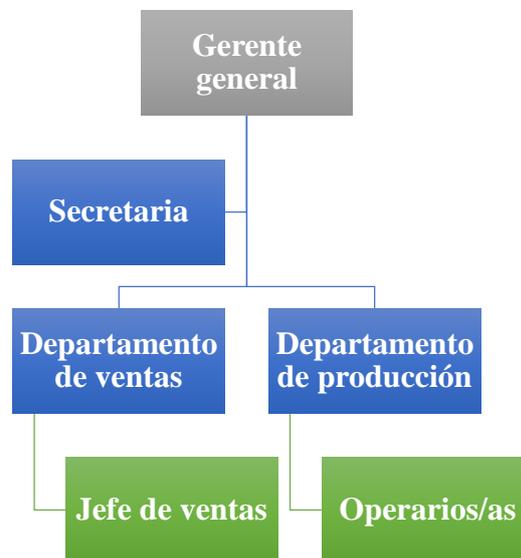


Figura 19. Organigrama estructural de la empresa

4.4.3. Funciones del talento humano

Para la definición de las funciones del talento humano se ha desarrollado un manual de funciones y responsabilidades por cargo, detallando el perfil para cada cargo, así como las actividades que deben ser desarrolladas para el correcto manejo administrativo y operativo de la empresa.

A continuación, se muestra la estructura del manual de funciones del que se ha hecho referencia:

Tabla 21.

Funciones y responsabilidades del gerente general

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		01/06
EMPRESA "YUTEBAGS"		
Cargo: Gerente General	Experiencia: Mínima 3 años en el manejo de negocios y personal.	Estudios: Tercer nivel en Gestión empresarial, Marketing o afines.
Edad: 30-45 años		
<p>Funciones y responsabilidades a cumplir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar el recurso humano de la empresa ➤ Dirigir, supervisar y orientar las tareas administrativas y operativas ➤ Desarrollar estrategias de crecimiento empresarial ➤ Desarrollar cronogramas de actividades, metas y objetivos empresariales ➤ Desarrollar presupuestos empresariales ➤ Coordinar las actividades con los proveedores ➤ Llevar las cuentas y finanzas de la empresa ➤ Llevar control de stock de materia prima e insumos 		

Tabla 22.

Funciones y responsabilidades de la secretaria

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		02/06
EMPRESA "YUTEBAGS"		
Cargo: Secretaria	Experiencia: Mínima 1 año en asistencia gerencial y administrativa.	Estudios: Cursar nivel superior en secretariado ejecutivo, carreras administrativas y afines.
Edad: 20-35 años		
<p>Funciones y responsabilidades a cumplir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asistir al gerente general ➤ Llevar los reportes de la gerencia ➤ Hacer las veces de recepcionista ➤ Llevar registro de las cuentas de la empresa ➤ Coordinar las labores de la gerencia ➤ Reportar al gerente sobre novedades del área administrativa ➤ Manejar filtro de información interdepartamental 		

Tabla 23.

Funciones y responsabilidades del jefe de ventas

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		03/06
EMPRESA "YUTEBAGS"		
Cargo: Jefe de ventas	Experiencia: Mínima de 2 años en dirección departamental de ventas.	Estudios: Tercer nivel en Marketing, Administración de empresas y afines.
Edad: 30-45 años		
<p>Funciones y responsabilidades a cumplir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar estrategias de mercadeo constantemente ➤ Desarrollar estrategias innovación y diversificación de productos ➤ Analizar la aceptación de los productos en el mercado ➤ Coordinar la logística y distribución de las ventas ➤ Atender y cubrir las necesidades de los clientes ➤ Evaluar las tendencias del mercado ➤ Proponer mejoras de los productos en base a los requerimientos del cliente 		

Tabla 24.

Funciones y responsabilidades de los operarios

MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES		06/06
EMPRESA "YUTEBAGS"		
Cargo: Operarios	Experiencia: Mínima de 1 año en la confección de bienes artesanales a base de yute y similares.	Estudios: No indispensable
Edad: 18-40 años		
<p>Funciones y responsabilidades a cumplir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con los planes de producción asignados ➤ Proponer innovación en diseño de los productos ➤ Trabajar en coordinación con el resto de operarios ➤ Informar al jefe de producción acerca de requerimiento de insumos ➤ Informar al jefe de producción acerca de fallos en las maquinarias y equipos de la producción ➤ Elaborar los productos de acuerdo a los requerimientos y parámetros establecidos. 		

4.5. Estudio Legal

En lo que respecta al estudio legal se procede a establecer el procedimiento de registro y conformación del negocio en base a la jurisprudencia nacional y local, permitiendo definir de esa manera su razón social, así como la denominación del mismo.

4.5.1. Tipo de empresa

La empresa será denominada como Sociedad Anónima, basándose en los lineamientos establecidos por la Ley de Compañías que en su artículo 143 establece que:

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”. (Superintendencia de Compañías, 2017)

Así mismo en el artículo 146 se pone de manifiesto que:

“La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo”. (Superintendencia de Compañías, 2017)

Por su parte en el artículo 161 que corresponde a la constitución del capital se dicta que:

“Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía”. (Superintendencia de Compañías, 2017)

4.5.1.1. Datos generales de la empresa.

Tabla 25.

Datos generales de la empresa

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	
Razón Social:	YUTEBAGS S.A
Denominación Social:	Sociedad Anónima
Domicilio:	Cantón Portoviejo, Manabí-Ecuador
Actividad:	Producción y distribución de artículos artesanales elaborados a base de yute.
Origen del capital:	Nacional
Grupo objetivo:	Cantón Portoviejo – Grupo compuesto principalmente por mujeres con poder adquisitivo que gusten de artículos diferenciados, novedosos y amigables con el medio ambiente.

4.5.1.2. Trámites legales y proceso de registro de la empresa.

Para el registro y conformación de la empresa, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

1) Crear un usuario en el portal oficial de la Superintendencia de compañías:

Procediendo a registrar los datos personales del representante legal e información relevante en el portal, con el fin de obtener un usuario y una contraseña del sistema.

2) Reservar una denominación: En este punto se debe reservar el nombre bajo el cual se desea registrar a la compañía, de manera que el sistema realiza un registro y emite información sobre la disponibilidad del nombre.

- 3) **Constituir la compañía:** Una vez aprobado el nombre previamente reservado, es necesario ingresar nuevamente al portal oficial de la Superintendencia de Compañías para llenar el formulario de constitución, adjuntando los documentos solicitados.
- 4) **Realizar el pago de constitución correspondiente:** Habiendo cumplido con la documentación necesaria, se debe realizar el depósito del capital social con el cual se conforma la compañía, transacción dada en el Banco del Pacífico y que para las Sociedades Anónimas corresponde a un valor de \$800,00.
- 5) **Asignación de fecha y hora de firma de la escritura y nombramientos:** Una vez que el sistema de la Superintendencia de Compañías registra el pago de conformación de capital, se asignará a un notario quien será el encargado de validar la información subida en el formulario y los documentos. Si todo está correcto, el notario procederá a asignar fecha y hora para la firma de la escritura y los nombramientos.
- 6) **Registro Mercantil:** Una vez formada y elevada la escritura de conformación de la empresa, el sistema enviará automáticamente el récord de la nueva empresa al Registro Mercantil donde se validarán la mayor parte de los datos de la nueva compañía.
- 7) **Pago de tasas municipales y Cuerpo de Bomberos:** Una vez registrada la compañía, se procede a cumplir con la normativa local que requiere la cancelación de la patente municipal, así como la tasa al Cuerpo de Bomberos, antes que expedirán los documentos habilitantes para proceder con la tramitación en el Servicio de Rentas Internas.
- 8) **Emisión del RUC:** Habiéndose validado la información por parte del Registro Mercantil, la Superintendencia de compañías creará un registro de expediente

que se enviará al SRI y este procederá a la emisión inmediata del número de RUC correspondiente. Seguido de ello el sistema notificará la culminación del trámite.

- 9) Obtención de la carta para el banco:** Una vez obtenido el RUC, la Superintendencia de Compañías expedirá una carta dirigida al banco donde se apertura la cuenta para poder de esta manera disponer del valor depositado.

(Delgado, 2019)

Conclusiones

Una vez analizados los distintos puntos concernientes a la situación del mercado, aspectos técnicos, organizacionales y financieros, se procede a concluir lo siguiente:

- El estudio de mercado permitió determinar que existe una baja demanda de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo, lo mismo sucede con la oferta, puesto que no existen productores locales de este tipo de bienes ni marcas que se encuentren bien posicionadas. Se determina también la viabilidad del proyecto en este ámbito debido a la disponibilidad que muestran los consumidores potenciales para adquirir estos bienes.
- Como parte del estudio técnico se establece como ubicación estratégica del negocio la parte céntrica del cantón Portoviejo. El mismo que debe contar con áreas como: oficinas administrativas, producción, almacenamiento, carga y descarga, y áreas anexas. Así mismo es preciso adquirir maquinaria y equipo de alta eficiencia para las labores de corte, costura, diseño y acabado de los bolsos que se elaborarán utilizando como materia prima al yute. Dentro del área operativa es preciso incluir personal capacitado para que desempeñen cada una de estas labores.
- Se determina que para el correcto funcionamiento del negocio es imprescindible que se cuente con un gerente general, una secretaria y un jefe de ventas para las áreas estratégicas y administrativas del mismo. Se debe contar con un departamento de producción que es donde se desarrollarán las actividades operacionales. Se establece a su vez un manual de funciones y responsabilidades como punto de partida para el correcto desempeño de las

labores de cada elemento organizacional. Como parte de la base legal, se constituye a la empresa como una Sociedad Anónima, proceso que debe darse en la Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, Registró Mercantil, GAD Municipal y Cuerpo de Bomberos.

- Se pudo conocer que existe factibilidad financiera puesto que las proyecciones reflejan buen rendimiento del negocio en cinco años, alcanzando una TIR de 50,22% y un VAN de \$28,464.302. El periodo de recuperación de la inversión es de dos años y tres meses.

Recomendaciones

En concordancia con los aspectos anteriormente concluidos, se procede a recomendar lo siguiente:

- Incentivar la demanda de productos con fibras biodegradables como son los bolsos elaborados a base de yute, aprovechando aspectos como diferenciación, ventaja competitiva en precios e innovación dentro de la industria de modo que se puedan mitigar los efectos causados al medio ambiente por los productos clásicos.
- Incorporar la tecnología, procesos y talento humano necesarios y que se han descrito en el documento a fin de alcanzar la productividad deseada, así como productos de calidad diferenciada.
- Cumplir con los parámetros legales para el registro de negocio e incorporar la estructura organizacional fijada, con la finalidad de gestionar adecuadamente el negocio y orientarlo hacia un constante desarrollo estratégico.
- Gestionar el financiamiento para la puesta en marcha del plan, considerando lo favorable de los indicadores financieros, así como el retorno esperando y la liquidez proyectada.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.1. Título de la propuesta

Viabilidad financiera para para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo.

5.2. Autor de la propuesta

Ingrid Jennifer Bazarro Reyes

Paul Xavier Pérez Fernández

5.3. Empresa auspiciante

Ninguna

5.4. Área que cubre la propuesta

El proyecto tiene como fin en primera instancia cubrir la demanda del cantón Portoviejo, una vez afianzado el producto en dicho mercado, se pretende orientar esfuerzos para la exportación de los bolsos artesanales elaborados a base de yute a la ciudad de Cali, Colombia.

5.5. Fecha de presentación

Diciembre de 2019

5.6. Fecha de terminación

Enero de 2020

5.7. Duración del proyecto

Para el presente proyecto no se ha establecido una fecha límite de duración, porque consiste en la puesta en marcha de un negocio nuevo, con el cual se manejan proyecciones financieras para los primeros cinco años, pero se pretende que la operabilidad del mismo continúe con fecha indeterminada.

5.8. Participantes del proyecto

- Autores del proyecto
- Recurso humano para las operaciones del negocio
- Proveedores de materia prima e insumos
- Población femenina del cantón Portoviejo, en edades de entre 18 y 65 años

5.9. Objetivo general

Determinar la inversión requerida y el rendimiento de la misma, dentro de la puesta en marcha de un negocio dedicado a la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo.

5.10. Objetivos específicos

- Identificar los niveles de ingresos requeridos dentro de las operaciones del negocio
- Elaborar un flujo de caja, pudiendo conocer con el mismo la liquidez y el desenvolvimiento financiero del negocio dentro del tiempo proyectado.
- Establecer el tiempo de recuperación de la inversión

5.11. Beneficiarios directos

Autores del proyecto

5.12. Beneficiarios indirectos

- Autores del proyecto
- Talento humano de la empresa
- Proveedores de materia prima e insumos
- Población femenina del cantón Portoviejo, en edades de entre 18 y 65 años

5.13. Impacto de la propuesta

La empresa conlleva un impacto positivo desde distintos enfoques, por una parte, se dinamiza el sector artesanal de la ciudad y el país, se aporta a la conservación del medio ambiente por medio del desarrollo de un producto que utiliza material reciclado como lo es el yute, para darle valor agregado y proveer al mercado local de artículos de moda biodegradables.

Así mismo se generan fuentes de empleo, se beneficia a toda la cadena de producción que involucra a proveedores de materia prima e insumos, y se crea consciencia social a través del incentivo de consumo de bienes alineados a la moda ecológica.

5.14. Descripción de la propuesta

Tabla 26.

Descripción de tasas

Nombre del emprendimiento	Empresa YUTEBAGS S.A.
Tasa de crecimiento producción	0.55%
Tasa de crecimiento de PVP	0.90%
Tasa de inflación	2.44%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019)

La empresa a instaurar lleva por nombre “YUTEBAGS S.A”, para la proyección del incremento en la producción se ha considerado un crecimiento del

0.55% de acuerdo al crecimiento estimado de América Latina y el Caribe en 2019; para la proyección de los precios se ha establecido una tasa del 0.90% de incremento anual, del mismo modo se toma a consideración la tasa de inflación anual del Ecuador que se ubica en 2.44% según lo expuesto por el INEC y el Banco Central.

Tabla 27.

Descripción de tasas

Plazo préstamo en meses	18		
Tasa de interés anual	15%	Tasa Efectiva Mensual	1.17%
Tasa de descuento	5.14%	Tasa Interna de Retorno	50.22%

Fuente: Corporación Financiera Nacional

En lo concerniente al crédito que se pretende realizar como medio de financiamiento, se toma como referencia una tasa de interés anual del 15%, y una tasa efectiva mensual de 1.17%. La tasa de descuento del proyecto alcanza los 5.14% y una TIR de 50.22%.

5.14.1. Ingresos

Tabla 28.

Producción en unidades de producto

Produccion (En Cantidad Mensual)												
DESCRIPCIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Bolsos de yute	182	182	182	182	182	182	182	182	182	182	182	182
TOTAL	182											

Produccion (En Cantidad Anual)					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bolsos de yute	2184	2196	2208	2220	2232
TOTAL	2184	2196	2208	2220	2232

Tabla 29.

Proyección de ingresos (en USD)

PROYECCION DE INGRESOS (EN USD)					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bolsos de yute	2184	2196	2208	2220	2232
PVP	\$ 30.79	\$ 31.07	\$ 31.35	\$ 31.63	\$ 31.92
INGRESO BOLSOS DE YUTE	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
INGRESOS TOTALES	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70

Análisis:

Para las operaciones del proyecto se ha establecido cubrir el total de la demanda insatisfecha del mercado, produciendo para el primer periodo un total de 2,184 bolsos elaborados a base de yute, a partir del segundo periodo se considera un incremento en la producción del 0.55% y un índice de crecimiento de los precios de 0.90%.

5.14.2. Costos y gastos

Tabla 30.

Tabla de costos y gastos

MATERIA PRIMA MENSUAL				
Bolsos de yute				
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sacos de yute	Unidad	182	\$ 1.79	\$ 325.78
Cierres	Unidad	182	\$ 1.25	\$ 227.50
Mullos/chaquiras	Unidad	5460	\$ 0.01	\$ 54.60
Botones	Unidad	182	\$ 0.13	\$ 23.66
Cinta	Unidad	45.5	\$ 0.71	\$ 32.31
COSTO VARIABLE TOTAL				\$ 663.85
COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 3.65

Tabla 31.

Sueldos y salarios

SUELDOS Y SALARIOS									
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	13ro	14to	APORTE PATRONAL	F. RESERVA	VACACIONES	SUELDO Y BENEFICIOS	GASTO MENSUAL
Gerente general	1	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 32.83	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 0.00	\$ 805.73	\$ 805.73
Secretaria	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 32.83	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 0.00	\$ 548.10	\$ 548.10
Jefe de ventas	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 32.83	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 0.00	\$ 676.92	\$ 676.92
Operarios	2	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 32.83	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 0.00	\$ 548.10	\$ 1,096.20
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	5	\$ 1,900.00	\$ 158.33	\$ 131.33	\$ 230.85	\$ 158.33	\$ 0.00	\$ 2,578.85	\$ 3,126.95

Tabla 32.

Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Agua	\$ 12.00
Energía eléctrica	\$ 109.30
Teléfono	\$ 75.80
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 197.10

Tabla 33.

Gastos

GASTOS						
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 3,126.95	\$ 37,523.40	\$ 38,438.97	\$ 39,376.88	\$ 40,337.68	\$ 41,321.92
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 197.10	\$ 2,365.20	\$ 2,422.91	\$ 2,482.03	\$ 2,542.59	\$ 2,604.63
GASTO TRANSPORTE	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 737.57	\$ 755.56	\$ 774.00	\$ 792.89
GASTO PUBLICIDAD	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 2,458.56	\$ 2,518.55	\$ 2,580.00	\$ 2,642.95
SUBTOTAL GASTOS	\$ 3,584.05	\$ 43,008.60	\$ 44,058.01	\$ 45,133.03	\$ 46,234.27	\$ 47,362.39
% IMPREVISTOS	3%					
TOTAL DE GASTOS	\$ 3,691.57	\$ 44,298.86	\$ 45,379.75	\$ 46,487.02	\$ 47,621.30	\$ 48,783.26
COSTO FIJO UNITARIO		\$ 20.28	\$ 20.66	\$ 21.05	\$ 21.45	\$ 21.85

Tabla 34.

Gastos de depreciación y amortización

GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
DESCRIPCIÓN	AÑOS DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO						
EDIFICIO	20	\$ 69.65	\$ 69.65	\$ 69.65	\$ 69.65	\$ 69.65
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	\$ 250.30	\$ 250.30	\$ 250.30	\$ 250.30	\$ 250.30
HERRAMIENTAS	5	\$ 118.20	\$ 118.20	\$ 118.20	\$ 118.20	\$ 118.20
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	\$ 654.99	\$ 654.99	\$ 654.99	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 210.80	\$ 210.80	\$ 210.80	\$ 210.80	\$ 210.80
OTROS ACTIVOS FIJOS	2	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$ 1,353.94	\$ 1,353.94	\$ 1,303.94	\$ 648.95	\$ 648.95
ACTIVO DIFERIDO						
GASTO DE CONSTITUCIÓN	5	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60
TOTAL AMORTIZACIÓN		\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60

Análisis:

Dentro de análisis de costos y gastos se ha considerado la materia prima, los sueldos y salarios, servicios básicos y gastos de depreciación y amortización. Los gastos totales de operaciones para el primer periodo representan un valor de \$ 44,298.86, por otro lado, los gastos de depreciación alcanzan un valor de \$ 1,353.94 y un valor de amortización de activos diferidos de \$ 265.60.

5.14.3. Inversión

Tabla 35.

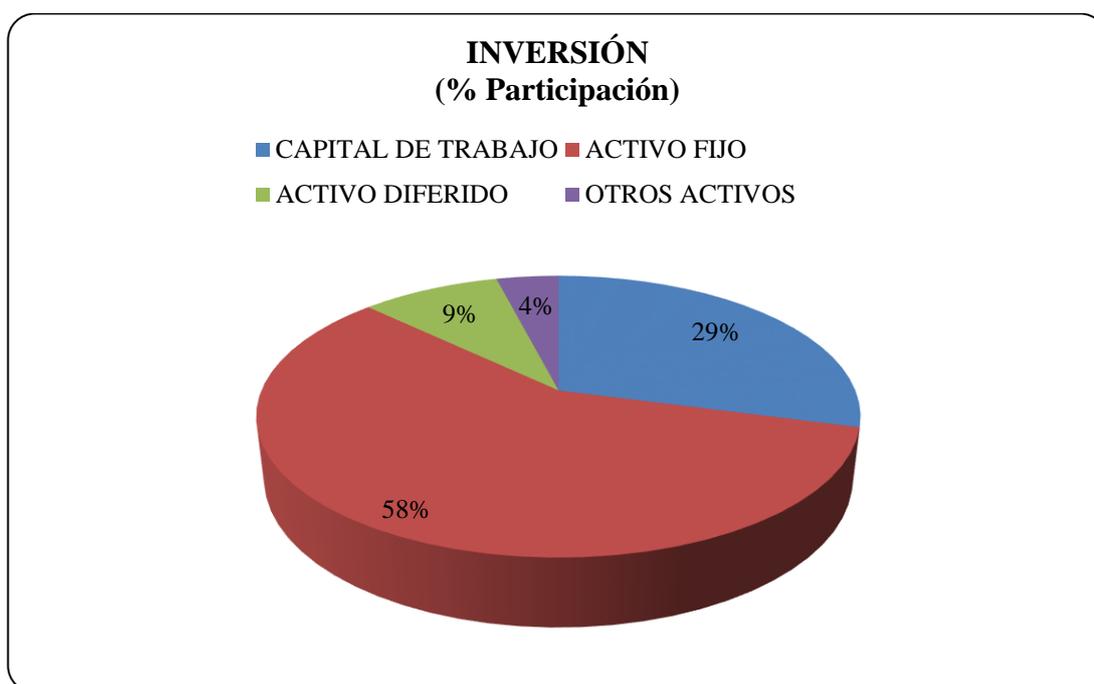
Inversión

INVERSIÓN								
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	% PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4,355.42						\$ 4,355.42	29.16%
ACTIVO FIJO	\$ 8,659.94						\$ 8,659.94	57.98%
EDIFICIO	\$ 1,393.00						\$ 1,393.00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2,503.00						\$ 2,503.00	
HERRAMIENTAS	\$ 590.98						\$ 590.98	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,964.97						\$ 1,964.97	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,107.99						\$ 2,107.99	
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 100.00						\$ 100.00	
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1,328.00						\$ 1,328.00	8.89%
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 1,328.00						\$ 1,328.00	
OTROS ACTIVOS	\$ 594.00						\$ 594.00	3.98%
MARCAS Y PATENTES	\$ 594.00						\$ 594.00	
INVERSIÓN TOTAL	\$ 14,937.36	\$ 0.00	\$ 14,937.36	100.00%				

Tabla 36.

Tabla consolidada de la Inversión

INVERSION	
DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO	29.16%
ACTIVO FIJO	57.98%
ACTIVO DIFERIDO	8.89%
OTROS ACTIVOS	3.98%
TOTAL	100.00%

*Figura 20. Estructura de la inversión*

5.14.4. Capital de trabajo, estructura de costo unitario y costo total

Tabla 37.

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	PREVISIÓN	TOTAL MES	TOTAL
MATERIA PRIMA	1	\$ 663.85	\$ 663.85
GASTOS	1	\$ 3,691.57	\$ 3,691.57
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	1	\$ 4,355.42	\$ 4,355.42

El capital de trabajo corresponde al monto necesario para iniciar las operaciones del negocio, se compone del costo variable total (materia prima e insumos) así como de los gastos directos y gastos de operación (sueldos y salarios, servicios básicos, gastos administrativos). Para la puesta en marcha del presente plan se requiere de un valor total de \$ 4,355.42 que corresponde a un mes de operaciones.

Tabla 38.

Estructura del costo unitario

ESTRUCTURA DEL COSTO UNITARIO	
DESCRIPCIÓN	Bolsos de yute
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 3.65
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 20.28
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 23.93
PVP	\$ 30.79
% UTILIDAD	28.67%

Tabla 39.

Estructura del costo total

ESTRUCTURA DEL COSTO TOTAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 7,966.14	\$ 8,160.51	\$ 8,359.63	\$ 8,563.61	\$ 8,772.56
COSTO FIJO TOTAL	\$ 44,298.86	\$ 45,379.75	\$ 46,487.02	\$ 47,621.30	\$ 48,783.26
COSTO TOTAL	\$ 52,265.00	\$ 53,540.26	\$ 54,846.65	\$ 56,184.90	\$ 57,555.82
INGRESO TOTAL	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
% UTILIDAD	28.67%	27.43%	26.21%	24.99%	23.79%
	\$ 14,983.71	\$ 14,686.88	\$ 14,373.17	\$ 14,042.03	\$ 13,692.88

Según se evidencia, el costo total de producción alcanza un monto de \$52,265.00 valor que es dividido para el número de unidades a producir (2,184), resultando un costo total unitario de \$23.93 que es el valor que representa la elaboración de cada bolso.

Partiendo del costo total unitario de \$23.93, se procede a calcular el margen de utilidad por cada bolso, que en este caso se ha fijado en un 28.67%, resultado un margen de ganancia de \$6.86 por unidad. Como efecto el costo final o PVP es de \$30.79.

5.14.5. Financiamiento

Tabla 40.

Financiamiento

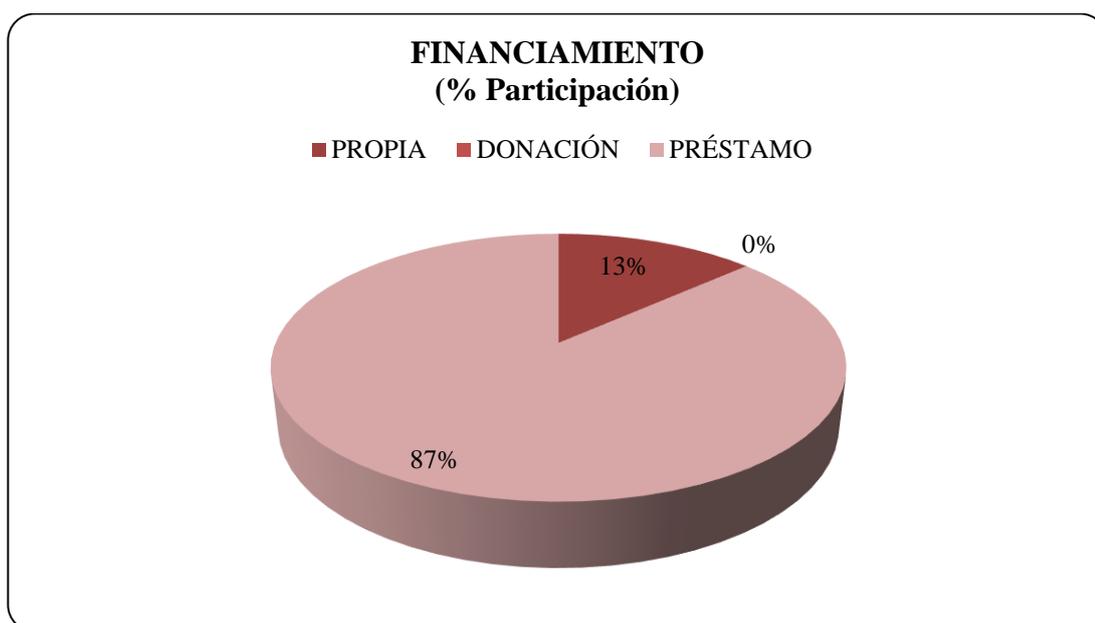
FINANCIAMIENTO DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	FUENTE		
		PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4,355.42	\$ 2,000.00		\$ 2,355.42
ACTIVO FIJO	\$ 8,659.94		\$ 0.00	\$ 8,659.94
EDIFICIO	\$ 1,393.00			\$ 1,393.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2,503.00			\$ 2,503.00
HERRAMIENTAS	\$ 590.98			\$ 590.98
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,964.97			\$ 1,964.97
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,107.99			\$ 2,107.99
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 100.00			\$ 100.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1,328.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,328.00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 1,328.00			\$ 1,328.00
OTROS ACTIVOS	\$ 594.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 594.00
MARCAS Y PATENTES	\$ 594.00			\$ 594.00
FINANCIAMIENTO TOTAL	\$ 14,937.36	\$ 2,000.00	\$ 0.00	\$ 12,937.36
% PARTICIPACION	100.00%	13.39%	0.00%	86.61%

Como se observa en la tabla anterior, la inversión total del proyecto se encuentra compuesta del capital de trabajo, activo fijo, activo diferido y otros activos como son las patentes y marcas.

Tabla 41.

Tabla consolidada del financiamiento

FINANCIAMIENTO	
DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
PROPIA	13.39%
DONACIÓN	0.00%
PRÉSTAMO	86.61%
TOTAL	100.00%

*Figura 21. Financiamiento*

5.14.6. Préstamo del proyecto

Tabla 42.

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 12,937.36	\$ 151.56	\$ 801.37	\$ 649.81
2	\$ 12,287.55	\$ 143.95	\$ 801.37	\$ 657.42
3	\$ 11,630.12	\$ 136.25	\$ 801.37	\$ 665.12
4	\$ 10,965.00	\$ 128.45	\$ 801.37	\$ 672.92
5	\$ 10,292.09	\$ 120.57	\$ 801.37	\$ 680.80
6	\$ 9,611.29	\$ 112.60	\$ 801.37	\$ 688.77
7	\$ 8,922.51	\$ 104.53	\$ 801.37	\$ 696.84
8	\$ 8,225.67	\$ 96.36	\$ 801.37	\$ 705.01
9	\$ 7,520.66	\$ 88.10	\$ 801.37	\$ 713.27
10	\$ 6,807.40	\$ 79.75	\$ 801.37	\$ 721.62
11	\$ 6,085.77	\$ 71.29	\$ 801.37	\$ 730.08
12	\$ 5,355.70	\$ 62.74	\$ 801.37	\$ 738.63
13	\$ 4,617.07	\$ 54.09	\$ 801.37	\$ 747.28
14	\$ 3,869.79	\$ 45.33	\$ 801.37	\$ 756.04
15	\$ 3,113.75	\$ 36.48	\$ 801.37	\$ 764.89
16	\$ 2,348.86	\$ 27.52	\$ 801.37	\$ 773.85
17	\$ 1,575.01	\$ 18.45	\$ 801.37	\$ 782.92
18	\$ 792.09	\$ 9.28	\$ 801.37	\$ 792.09
TOTAL		\$ 1,487.30	\$ 14,424.66	\$ 12,937.36

Tabla 43.

Resumen tabla de amortización

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Empresa de bolsos a base de yute "Yutebags"				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 12,937.36	\$ 1,296.15	\$ 9,616.44	\$ 8,320.29
2	\$ 4,617.07	\$ 191.15	\$ 4,808.22	\$ 4,617.07
3	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
4	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL		\$ 1,487.30	\$ 14,424.66	\$ 12,937.36

5.14.7. Estados financieros

Tabla 44.

Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
Empresa de bolsos a base de yute "Yutebags"						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	\$ 14,937.36	\$ 16,874.89	\$ 23,202.59	\$ 34,085.69	\$ 45,244.05	\$ 56,105.63
CORRIENTE	\$ 4,355.42	\$ 7,912.49	\$ 15,859.72	\$ 28,312.35	\$ 40,385.26	\$ 52,161.39
CAJA/BANCOS	\$ 4,355.42	\$ 7,912.49	\$ 15,859.72	\$ 28,312.35	\$ 40,385.26	\$ 52,161.39
FIJO	\$ 8,659.94	\$ 7,306.01	\$ 5,952.07	\$ 4,648.14	\$ 3,999.19	\$ 3,350.25
EDIFICIO	\$ 1,393.00	\$ 1,393.00	\$ 1,393.00	\$ 1,393.00	\$ 1,393.00	\$ 1,393.00
DEP. AC. EDIFICIO		\$ -69.65	\$ -139.30	\$ -208.95	\$ -278.60	\$ -348.25
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2,503.00	\$ 2,503.00	\$ 2,503.00	\$ 2,503.00	\$ 2,503.00	\$ 2,503.00
DEP. AC. MAQUINARIA Y EQUIPOS		\$ -250.30	\$ -500.60	\$ -750.90	\$ -1,001.20	\$ -1,251.50
HERRAMIENTAS	\$ 590.98	\$ 590.98	\$ 590.98	\$ 590.98	\$ 590.98	\$ 590.98
DEP. AC. HERRAMIENTAS		\$ -118.20	\$ -236.39	\$ -354.59	\$ -472.78	\$ -590.98
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1,964.97	\$ 1,964.97	\$ 1,964.97	\$ 1,964.97	\$ 1,964.97	\$ 1,964.97
DEP. AC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		\$ -654.99	\$ -1,309.98	\$ -1,964.97	\$ -1,964.97	\$ -1,964.97
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,107.99	\$ 2,107.99	\$ 2,107.99	\$ 2,107.99	\$ 2,107.99	\$ 2,107.99
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		\$ -210.80	\$ -421.60	\$ -632.40	\$ -843.20	\$ -1,054.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		\$ -50.00	\$ -100.00	\$ -100.00	\$ -100.00	\$ -100.00
DIFERIDO	\$ 1,328.00	\$ 1,062.40	\$ 796.80	\$ 531.20	\$ 265.60	\$ -
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 1,328.00	\$ 1,328.00	\$ 1,328.00	\$ 1,328.00	\$ 1,328.00	\$ 1,328.00
AMORT. AC. GASTO DE CONSTITUCIÓN		\$ -265.60	\$ -531.20	\$ -796.80	\$ -1,062.40	\$ -1,328.00
OTROS ACTIVOS	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00
MARCAS Y PATENTES	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00	\$ 594.00
PASIVO	\$ 12,937.36	\$ 4,617.07	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 12,937.36	\$ 4,617.07	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$ 12,937.36	\$ 4,617.07	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PATRIMONIO	\$ 2,000.00	\$ 12,257.82	\$ 23,202.59	\$ 34,085.69	\$ 45,244.05	\$ 56,105.63
CAPITAL SOCIAL	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
UTILIDAD RETENIDA			\$ 10,257.82	\$ 21,202.59	\$ 32,085.69	\$ 43,244.05
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 10,257.82	\$ 10,944.77	\$ 10,883.09	\$ 11,158.36	\$ 10,861.59
PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 14,937.36	\$ 16,874.89	\$ 23,202.59	\$ 34,085.69	\$ 45,244.05	\$ 56,105.63

Tabla 45.

Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Empresa de bolsos a base de yute "Yutebags"					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
VENTAS	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
GASTOS OPERATIVOS	\$ 53,884.53	\$ 55,159.80	\$ 56,416.18	\$ 57,099.45	\$ 58,470.36
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 7,966.14	\$ 8,160.51	\$ 8,359.63	\$ 8,563.61	\$ 8,772.56
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 37,523.40	\$ 38,438.97	\$ 39,376.88	\$ 40,337.68	\$ 41,321.92
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2,365.20	\$ 2,422.91	\$ 2,482.03	\$ 2,542.59	\$ 2,604.63
GASTO TRANSPORTE	\$ 720.00	\$ 737.57	\$ 755.56	\$ 774.00	\$ 792.89
GASTO PUBLICIDAD	\$ 2,400.00	\$ 2,458.56	\$ 2,518.55	\$ 2,580.00	\$ 2,642.95
GASTO IMPREVISTOS	\$ 1,290.26	\$ 1,321.74	\$ 1,353.99	\$ 1,387.03	\$ 1,420.87
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 1,353.94	\$ 1,353.94	\$ 1,303.94	\$ 648.95	\$ 648.95
GASTO AMORTIZACION	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60	\$ 265.60
UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA	\$ 13,364.18	\$ 13,067.35	\$ 12,803.64	\$ 13,127.48	\$ 12,778.34
GASTO FINANCIERO	\$ 1,296.15	\$ 191.15	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
UTILIDAD/PERDIDA BRUTA	\$ 12,068.03	\$ 12,876.20	\$ 12,803.64	\$ 13,127.48	\$ 12,778.34
15% EMPLEADOS	\$ 1,810.20	\$ 1,931.43	\$ 1,920.55	\$ 1,969.12	\$ 1,916.75
UTILIDAD/PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 10,257.82	\$ 10,944.77	\$ 10,883.09	\$ 11,158.36	\$ 10,861.59

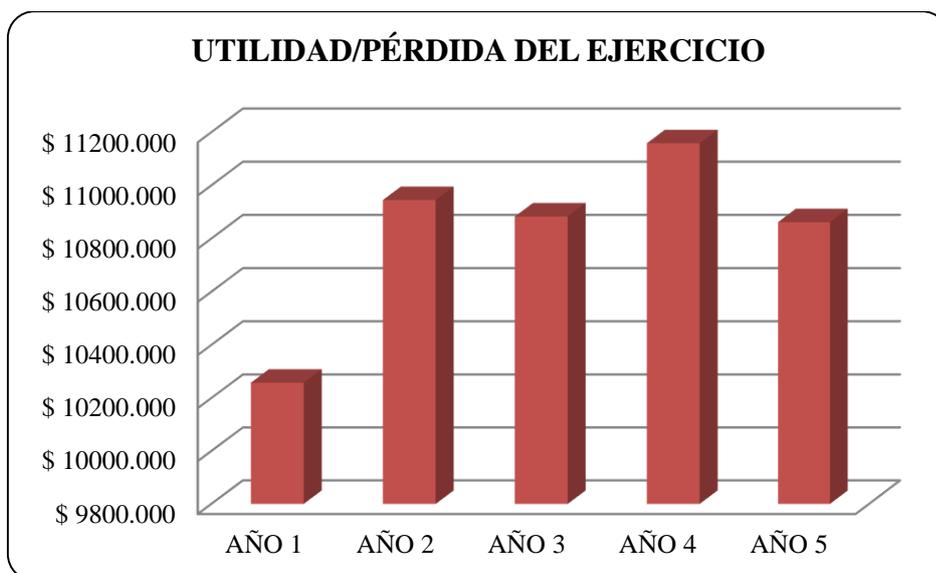


Figura 22. Utilidad/pérdida del ejercicio

Análisis:

Según se observa, la empresa arroja utilidad desde el primer periodo de operaciones, generando un porcentaje de utilidad neta del 15.25% para el año 1, llegando hasta un punto máximo de 16% para el cuarto año de actividades. La figura 22 muestra la evolución de esta utilidad en la proyección de los cinco periodos establecidos.

Tabla 46.

Flujo de fondos proyectado

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
Empresa de bolsos a base de yute "Yutebags"						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	\$ 14,937.36	\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
VENTAS		\$ 67,248.71	\$ 68,227.15	\$ 69,219.82	\$ 70,226.93	\$ 71,248.70
APORTE DE CAPITAL	\$ 2,000.00					
PRÉSTAMO	\$ 12,937.36					
USOS	\$ 14,937.36	\$ 63,691.64	\$ 60,279.91	\$ 56,767.19	\$ 58,154.03	\$ 59,472.57
PARA INVERSIÓN	\$ 14,937.36	\$ 0.00				
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4,355.42	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO FIJO	\$ 8,659.94	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1,328.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 594.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PARA COSTOS Y GASTOS		\$ 63,691.64	\$ 60,279.91	\$ 56,767.19	\$ 58,154.03	\$ 59,472.57
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 7,966.14	\$ 8,160.51	\$ 8,359.63	\$ 8,563.61	\$ 8,772.56
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		\$ 37,523.40	\$ 38,438.97	\$ 39,376.88	\$ 40,337.68	\$ 41,321.92
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 2,365.20	\$ 2,422.91	\$ 2,482.03	\$ 2,542.59	\$ 2,604.63
GASTO TRANSPORTE		\$ 720.00	\$ 737.57	\$ 755.56	\$ 774.00	\$ 792.89
GASTO PUBLICIDAD		\$ 2,400.00	\$ 2,458.56	\$ 2,518.55	\$ 2,580.00	\$ 2,642.95
GASTO IMPREVISTOS		\$ 1,290.26	\$ 1,321.74	\$ 1,353.99	\$ 1,387.03	\$ 1,420.87
GASTO FINANCIERO		\$ 1,296.15	\$ 191.15	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
15% EMPLEADOS		\$ 1,810.20	\$ 1,931.43	\$ 1,920.55	\$ 1,969.12	\$ 1,916.75
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO		\$ 8,320.29	\$ 4,617.07	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 0.00	\$ 3,557.07	\$ 7,947.23	\$ 12,452.63	\$ 12,072.90	\$ 11,776.13
EFECTIVO INICIAL	\$ 4,355.42	\$ 4,355.42	\$ 7,912.49	\$ 15,859.72	\$ 28,312.35	\$ 40,385.26
EFECTIVO FINAL	\$ 4,355.42	\$ 7,912.49	\$ 15,859.72	\$ 28,312.35	\$ 40,385.26	\$ 52,161.39

5.14.8. Evaluación económica

Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio en cantidades se procede a aplicar la siguiente ecuación:

$$PE_Q = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{C. V. U}}$$

$$PE_Q = \frac{\$44,298.86}{30.79 - 3.65}$$

$$PE_Q = \frac{\$44,298.86}{27.14}$$

$$PE_Q = 1,632$$

Para el caso del punto de equilibrio en valor monetario se emplea la siguiente ecuación:

$$PE_Q = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{C.V.U}}{\text{Precio}}\right)}$$

$$PE_Q = \frac{\$44,298.86}{1 - \left(\frac{3.65}{30.79}\right)}$$

$$PE_Q = \frac{\$44,298.86}{1 - 0.11845788}$$

$$PE_Q = \frac{\$44,298.86}{0.88154212}$$

$$PE_Q = 50,251.55$$

Análisis: De acuerdo con los valores calculados, la empresa debe vender como mínimo un total de 1,632 unidades o \$50,251.55 para cubrir los costos fijos de la empresa y no tener pérdidas o ganancias.

5.14.9. Evaluación financiera

Tabla 47.

Tasa de descuento, VAN, TIR, R B/C

EVALUACIÓN FINANCIERA						
Empresa de bolsos a base de yute "Yutebags"						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-\$ 14,937.36					
VENTAJA	\$ 0.00	\$ 3,557.07	\$ 7,947.23	\$ 12,452.63	\$ 12,072.90	\$ 11,776.13
VALOR RESIDUAL						\$ 3,944.25
FLUJO NETO	-\$ 14,937.36	\$ 3,557.07	\$ 7,947.23	\$ 12,452.63	\$ 12,072.90	\$ 15,720.38
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 14,937.36	\$ 3,383.18	\$ 7,189.19	\$ 10,714.13	\$ 9,879.61	\$ 12,235.54
		VAN				\$ 28,464.30
		B/C				2.905577919
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESVENTAJA	-\$ 14,937.36					
VENTAJA	\$ 0.00	\$ 4,853.22	\$ 8,138.38	\$ 12,452.63	\$ 12,072.90	\$ 11,776.13
VALOR RESIDUAL						\$ 3,944.25
FLUJO NETO	-\$ 14,937.36	\$ 4,853.22	\$ 8,138.38	\$ 12,452.63	\$ 12,072.90	\$ 15,720.38
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 14,937.36	\$ 3,230.80	\$ 3,606.61	\$ 3,673.69	\$ 2,371.01	\$ 2,055.25
		TIR				50.22%

El VAN o Valor Actual Neto representa un valor traído al presente sobre la liquidez del negocio en un periodo proyectado de cinco años, para su cálculo se realiza el siguiente procedimiento:

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + Tasa\ descuento)^1} + \frac{FF2}{(1 + Tasa\ descuento)^2} + \frac{FF3}{(1 + Tasa\ descuento)^3} + \frac{FF4}{(1 + Tasa\ descuento)^4} + \frac{FF5}{(1 + Tasa\ descuento)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{\$3,557.07}{(1 + 5.14)^1} + \frac{\$7,947.23}{(1 + 5.14)^2} + \frac{\$12,452.63}{(1 + 5.14)^3} + \frac{\$12,072.90}{(1 + 5.14)^4} + \frac{\$15,720.38}{(1 + 5.14)^5} - \$14,937.36$$

$$VAN = \frac{\$3,557.07}{1,0514} + \frac{\$7,947.23}{1,10544196} + \frac{\$12,452.63}{1,162261677} + \frac{\$12,072.90}{1,222001927} + \frac{\$11,776.13}{1,284812826} - \$14,937.36$$

$$VAN = (\$3,383.18 + \$7,189.19 + \$10,714.13 + \$9,879.61 + \$12,235.54) - \$14,937.36$$

$$VAN = \$43,401.65 - \$14,937.37$$

$$VAN = \$28,464.30$$

Según se puede observar, la inversión dentro del proyecto generará un Valor Actual Neto de \$28,464.302 lo que representa la liquidez del negocio en cinco años, indicador fundamental para ser considerado como un proyecto viable.

Por otro lado, la TIR o Tasa Interna de Retorno, representa el porcentaje de atractividad del proyecto en relación a la tasa de descuento, así mismo es el valor que convierte al VAN en 0, para su comprobación se emplea el siguiente procedimiento:

$$TIR = \frac{FF1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FF2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FF3}{(1 + TIR)^3} + \frac{FF4}{(1 + TIR)^4} + \frac{FF5}{(1 + TIR)^5} - Inversión$$

$$TIR = \frac{\$4,853.22}{(1 + 50.22)^1} + \frac{\$8,138.38}{(1 + 50.22)^2} + \frac{\$12,452.63}{(1 + 50.22)^3} + \frac{\$12,072.90}{(1 + 50.22)^4} + \frac{\$15,720.38}{(1 + 50.22)^5} - \$14,937.36$$

$$TIR = \frac{\$4,853.22}{1.502171947} + \frac{\$8,138.38}{2.256520559} + \frac{\$12,452.63}{3.389681882} + \frac{\$12,072.90}{5.091885033} + \frac{\$15,720.38}{7.648886855} - \$14,937.36$$

$$TIR = (\$3,230.80 + \$3,606.61 + \$3,673.69 + \$2,371.01 + \$2,055.25) - \$14,937.36$$

$$TIR = \$14,937.36 - \$14,937.36$$

$$TIR = 0$$

Tal como se observa, el negocio genera en cinco años una TIR de 50.22% siendo este valor inmediatamente superior a la tasa de descuento de descuento del 5,14%, por lo que se deduce que al ser un valor de más del doble de esta tasa es recomendable invertir.

En lo que respecta a la relación Costo/Beneficio se emplea la siguiente ecuación:

$$R B/C = \frac{VAN(TASA DE DESCUENTO; FF1 + FF2 + FF3 + FF4 + FF5)}{-Inversión}$$

$$R B/C = \frac{\$28,464,30 (5,14; \$3,383.18 + \$7,189.19 + \$10,714.13 + \$9,879.61 + \$12,235.54)}{-\$14,157.56}$$

$$R B/C = 2.91$$

De modo que se obtiene una relación costo/beneficio de 2.91 lo cual representa un indicador positivo dentro de la evaluación financiera del negocio.

Cabe añadir que el periodo de recuperación del total de la inversión es de 2 años y 3 meses.

5.14.10. Ratios e índices financieros

Grado de apalancamiento operativo GAO

$$GAO = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos variables}}{\text{Ventas} - \text{Costos variables} - \text{Costos fijos}}$$

$$GAO = \frac{\$67,248.71 - \$7,966.14}{\$67,248.71 - \$7,966.14 - \$44,298.86}$$

$$GAO = \frac{\$59,282.57}{\$14,983.71}$$

$$GAO = 3.96$$

Análisis:

De acuerdo con este resultado se puede explicar que por cada unidad que se incrementa en las ventas, la utilidad sufrirá así mismo un incremento del 3.96% durante el primer año.

Grado de apalancamiento financiero (GAF)

$$GAF = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses} - \text{interés}}$$

$$GAF = \frac{\$13,364.18}{\$13,364.18 - \$1,296.15}$$

$$GAF = \frac{\$13,364.18}{\$12,068.03}$$

$$GAF = 1.11$$

Análisis:

Según se evidencia en este resultado, se puede deducir que por cada 1% que se incremente la utilidad antes de impuestos e intereses, la utilidad por acción se incrementa en 1.11% durante el primer periodo.

Grado de apalancamiento total (GAT)

$$GAT = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo variable}}{\text{Ventas} - \text{Costo variable} - \text{Costo fijo} - \text{Intereses}}$$

$$GAT = \frac{\$67,248.71 - \$7,966.14}{\$67,248.71 - \$7,966.14 - \$44,298.86 - \$1,296.15}$$

$$GAT = \frac{\$59,282.57}{\$13,687.56}$$

$$GAT = 4.33$$

Análisis:

De acuerdo con este resultado, se puede explicar que por cada 1% que se incrementen las ventas, así mismo la utilidad por acción se incrementa en 4.33% durante el primer periodo.

Continuando con este apartado es importante orientar la evaluación hacia los ratios o indicadores financieros, los cuales son un instrumento a tomar en cuenta para evaluar el rendimiento de la inversión durante el primer periodo de operaciones, para ello se toman valores del estado de resultados y el balance general.

Liquidez corriente

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\$7,912,49}{\$4,617,07}$$

$$\text{Liquidez corriente} = 1.71$$

Razón Rápida

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Razón rápida} = \frac{\$7,912,49 - \$663.85}{\$4,617,07}$$

$$\text{Razón rápida} = \frac{\$7,248,64}{\$4,617,07}$$

$$\text{Razón rápida} = 1.57$$

Rotación de activos totales

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\$67,248.71}{\$16,874,89}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = 3.99$$

Índice de endeudamiento

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Nivel de pasivo}}{\text{Total de activo}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\$4,617.07}{\$16,874,89}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 0.27\%$$

Margen de utilidad bruta

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\$12,068.03}{\$67,248.71}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 18\%$$

Margen de utilidad operativa

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\$13,364.18}{\$67,248.71}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = 20\%$$

Margen de utilidad neta

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\$10,257.82}{\$67,248.71}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 15.25\%$$

Rentabilidad económica (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total de activos}}$$

$$ROA = \frac{\$10,257.82}{\$16,874.89}$$

$$ROA = 60.79\%$$

Rentabilidad Financiera (ROE)

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Patrimonio de los accionistas}}$$

$$ROE = \frac{\$10,257.82}{\$12,257.82}$$

$$ROE = 84\%$$

Según muestran los diferentes indicadores, la empresa presenta buenos resultados en cada uno de ellos, alcanzando liquidez, utilidad y rendimiento de los activos en valores idóneos para el buen desempeño de las operaciones.

5.15. Importancia

La importancia del presente proyecto radica en la trascendencia que tiene la información financiera para establecer la viabilidad del mismo, de igual modo avizora los beneficios de la inversión que permitirán generar ingresos para los socios, brindar fuentes de empleo y dinamizar el sector artesanal del cantón Portoviejo.

5.16. Metas del proyecto

- Alcanzar el nivel de productividad y ventas establecidos en el plan, para de este modo generar la utilidad esperada.
- Posicionar la marca Yutebags como símbolo de revolución de la moda ecológica, siendo pioneros en el mercado local, logrando un impacto social y ambiental de gran trascendencia.
- Dinamizar la economía local mediante la generación de fuentes de empleo, pago de tributos y comercialización de los bienes artesanales.

5.17. Finalidad del Propuesta

La finalidad de la propuesta es brindar un análisis desde el punto de vista económico y financiero, estableciendo así los niveles de factibilidad del proyecto, determinados por indicadores como el TIR, VAN y relación Costo/Beneficio.

Una vez determinados estos lineamientos se pretende incursionar en el mercado portovejense con productos artesanales como son los bolsos elaborados a base de yute, dirigidos al segmento femenino del cantón, con la finalidad de generar un impacto en torno a la concientización de la moda, ofertando un producto amigable con el medio ambiente, al elaborarse como material biodegradable.

De este modo se le añade valor agregado a esta fibra que es subutilizada en el cantón y el país, abriendo paso a nuevas alternativas de cubrir las necesidades de una industria altamente contaminante.

REFERENCIAS

- Álvarez, C. (2018). *Los mil usos del fique*. Obtenido de aupec.univalle.edu.co:
<http://aupec.univalle.edu.co/informes/mayo97/boletin37/fique.html>
- Andrade, M. (04 de junio de 2018). *Plástico y ropa, los más letales*. Obtenido de www.eltelegrafo.com.ec:
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/plastico-y-ropa-los-mas-letales>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi, Ecuador.
- Asamblea Nacional. (2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Quito, Ecuador:
Registro Oficial.
- Auquilla, D. (2019). *Análisis del impacto que han tenido las salvaguardias implementadas en el año 2015 en las Pymes Manufactureras en la ciudad de Quito*. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, Maestría en Dirección de Empresas.
- Burneo, S., Delgado, R., & Vérez, M. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Revista Ingeniería Industrial*, pp. 305-312.
- Bustos, C. (2009). La producción artesanal. *Revista Visión Gerencial*, pp. 37-52.
- Cabrera, D. (2016). *Estudio de factibilidad para el incremento de la capacidad de producción de quesillo y requesón como insumos en la industria panificadora de la ciudad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.

- Cardenas, A., Alexander, F., Mamani, A., Huaroto, L., Alvarez, S., Josefa, V., & George, W. (2018). *Producción y comercialización de bolsas reutilizables en Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Carrera, E. (2017). *Los retos sostenibilistas del sector textil*. Catalunya, España: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Castañeda, J., & Macias, A. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad*. Bogotá, Colombia: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Chumbi, K. (2016). *Guía de procesos para la fabricación de objetos textiles para generar fuentes de trabajo desde una conciencia social y medioambiental*. Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.
- Colorado, M. (26 de abril de 2018). *Después del petróleo, la industria textil es la más contaminante del mundo*. Obtenido de www.france24.com:
<https://www.france24.com/es/20180424-medio-ambiente-fast-fashion-contaminacion>
- Cuerda Ciega. (06 de octubre de 2017). *Yute como material para la fabricación de cuerdas*. Obtenido de cuerdacieza.es: <https://cuerdacieza.es/es/blog/yute-como-material-para-la-fabricacion-de-cuerdas-b29.html>
- Deaquiz, Y., & Moreno, B. (2016). Producción y biosíntesis de fibras vegetales. *Revista Conexión Agropecuaria*, pp. 29-42.

Delgado, F. (2019). *¿Cómo constituir una compañía en Ecuador?* Obtenido de smsecuador.ec: <https://smsecuador.ec/como-constituir-una-compania-en-ecuador/>

Delgado, J. (2016). *Estudio organizacional*. Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

DEYUTE. (27 de enero de 2012). *El yute: un material ecológico para sustituir las bolsas de plástico en la compra*. Obtenido de www.deyute.com: <https://www.deyute.com/sec/es/news/el-yute-un-material-ecologico-para-sustituir-las-bolsas-de-plastico-en-la-compra/22>

Diario La Hora. (15 de enero de 2006). *Jeans: ¿Una industria que contamina?* Obtenido de www.google.com: <https://lahora.com.ec/noticia/382604/jeans-una-industria-que-contamina>

El Comercio. (04 de noviembre de 2009). *Los bolsos de yute, algodón y poliéster son las alternativas*. Obtenido de www.elcomercio.com: <https://www.elcomercio.com/actualidad/bolsos-yute-algodon-y-poliester.html>

El Diario. (21 de septiembre de 2015). *Costales de yute*. Obtenido de www.eldiario.ec: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/368307-costales-de-yute/>

El Diario. (2015). *Costales de yute*. Obtenido de www.eldiario.ec: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/368307-costales-de-yute/>

Folgueira, T. (2018). *El reto de la sostenibilidad en el sector textil-moda*. Universidade da Coruña: La Coruña, España.

- Fondo Social Europeo. (2013). *La persona emprendedora y la idea de negocio*. Madrid, España: Fundación Acción contra el Hambre.
- GAD Portoviejo. (2019). *División administrativa del cantón Portoviejo*. Obtenido de www.portoviejo.gob.ec: <https://www.portoviejo.gob.ec/>
- Gestion.org. (2018). *Factores económicos en la empresa*. Obtenido de www.gestion.org: <https://www.gestion.org/factores-economicos-en-la-empresa/>
- Gobernación de Manabí. (2019). *Cómo llegar a la Provincia*. Obtenido de governacionmanabi.gob.ec: <http://governacionmanabi.gob.ec/como-llegar-a-la-provincia/>
- Gómez, C. (2015). *El desarrollo sostenible: Conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. París, Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
- Gonzáles, L., & Silgado, L. (2016). *El futuro de la ropa ecológica en Colombia a partir de las tendencias desarrolladas en Reino Unido y Suecia y su impacto ambiental*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- González, N., López, M., Aceves, J., & Celaya, R. (2018). *La importancia de realizar un plan de negocios*. Sonora, México: Universidad ITSON.
- Gonzembach, M. (2016). *La Asociatividad en el Sector textil y su impacto en la reactivación productiva y económica*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas.
- Jovel, R., Morales, B., & Pimentel, K. (2008). *Diseño de un programa de motivación que contribuya a disminuir el índice de rotación de personal en el área de*

producción de las empresas textiles, que funcionan en San Juan Opico, Departamento de la Libertad. San Salvador, El Salvador: Universidad Francisco Gavidia, Facultad de Ciencias Económicas.

Kotler, P., & Lane, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Ciudad de México: Editorial Pearson Educación.

López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2018). *Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Sonora, México: Universidad ITSON.

López, M., González, N., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez, R. (2018). *Estudio Técnico: Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Sonora, México: Instituto Tecnológico de Sonora.

Maisanche, F. (22 de agosto de 2015). *La cabuya y el yute se utilizan en Ambato para objetos vistosos*. Obtenido de www.elcomercio.com/:
<https://www.elcomercio.com/tendencias/cabuya-yute-usos-ambato-intercultural.html>

Marini, M. (2013). *El diseñador de modas como eco-revelador*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.

Márquez, C. (22 de diciembre de 2017). *Ellas transforman el yute en piezas de moda*. Obtenido de www.revistalideres.ec:
<https://www.revistalideres.ec/lideres/transforman-yute-piezas-moda-intercultural.html>

Martinez, A. (2014). *Nada se pierde, todo se transforma. Nuevos profesionales en el diseño textil*. Córdoba, Argentina: Universidad de Palermo.

- Martínez, C. E. (2013). *Marketing de la moda*. Madrid, España: ESIC.
- Martínez, E., & Vásquez, A. (2013). *Marketing de la moda*. Madrid, España: ESIC.
- Mero, E. (2018). *Provincias del Ecuador*. Obtenido de www.goconqr.com:
<https://www.goconqr.com/slide/14531492/provincias-del-ecuador>
- Murillo, M. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico en la hacienda de Imaymana Wasi en la parroquia Nanegalito, cantón Quito*. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales.
- Nannini, V. (2016). *Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?* Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- Núñez, E. (1997). *El estudio de factibilidad*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nuño, P. (2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Obtenido de www.emprendepyme.net: [ww.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html](http://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html)
- OBS. (2018). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Obtenido de www.obs-edu.com: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Ordoñez, M. (2015). Los dos lados de la tela. *Revista Empresarial*, pp. 52-59.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2019). *Fibras del futuro. Yute*. Obtenido de www.fao.org:
<http://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/jute/es/>

- Orjuea, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Parada, A., & Pelupessy, W. (2006). Los efectos ambientales de la cadena global de prendas de vestir en Costa Rica. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, pp. 63-79.
- Paucar, M., & Varela, D. (2019). *Impacto del Impuesto a la Salida de Divisas del Sector Textil en el Cantón Quito en el Período 2012 – 2018*. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Económicas.
- Portilla, J. (2013). *El papel del municipio como regulador del desempeño ambiental industrial en el Distrito Metropolitano de Quito: el caso de las descargas líquidas en el sector textil*. Quito, Ecuador: FLACSO Ecuador.
- Prieto, C. (2010). *Análisis financiero*. Bogotá, Colombia: Sello Editorial Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Prieto, J. (2015). *Proyectos: Enfoque gerencial*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Real Academia Española. (2019). *Bolso*. Obtenido de dle.rae.es:
<https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=bolso>
- Real Academia Española. (2019). *Elaborar*. Obtenido de dle.rae.es:
<https://dle.rae.es/srv/fetch?id=ESxLhPM>
- Revista Líderes. (2018). *Las creaciones de estilo artesanal llevan yute*. Obtenido de www.revistalideres.ec: <https://www.revistalideres.ec/lideres/creaciones-estilo-artesanal-llevan-yute.html>
- Riquelme, M. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de www.5fuerzasdeporter.com: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología KÓOT*, pp. 80-96.
- Rizo, M., Villa, B., Vuelta, D., & Vargas, B. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal Ferreiro de Santiago de Cuba. *Revista Ciencia en su PC*, pp. 91-102.
- Rodríguez, A. (2012). Biodegradabilidad de materiales bioplásticos. *Revista Ciencia y Tecnología de Alimentos*, pp. 69-72.
- Santibáñez, E., & Cadena, D. (2015). *Factores políticos*. Obtenido de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/zuanyseguradechavez/factores-politicos>
- Silva, K. (2018). *Análisis de la incidencia del sector textil en la economía nacional. Periodo 2013-2017*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas.
- Superintendencia de Compañías. (2017). *Ley de Compañías*. Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.
- Velásquez, S., Pelaéz, G., & Giraldo, D. (2016). Uso de fibras vegetales en materiales compuestos de matriz polimérica: una revisión con miras a su aplicación en el diseño de nuevos productos. *Revista Informador Técnico*, pp. 77-86.
- Villalva, N. (2016). *El eco-diseño una alternativa para el desarrollo potencial y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Villegas, C., & González, B. (2013). Fibras textiles naturales sustentables y nuevos hábitos de consumo. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, pp. 31-45.

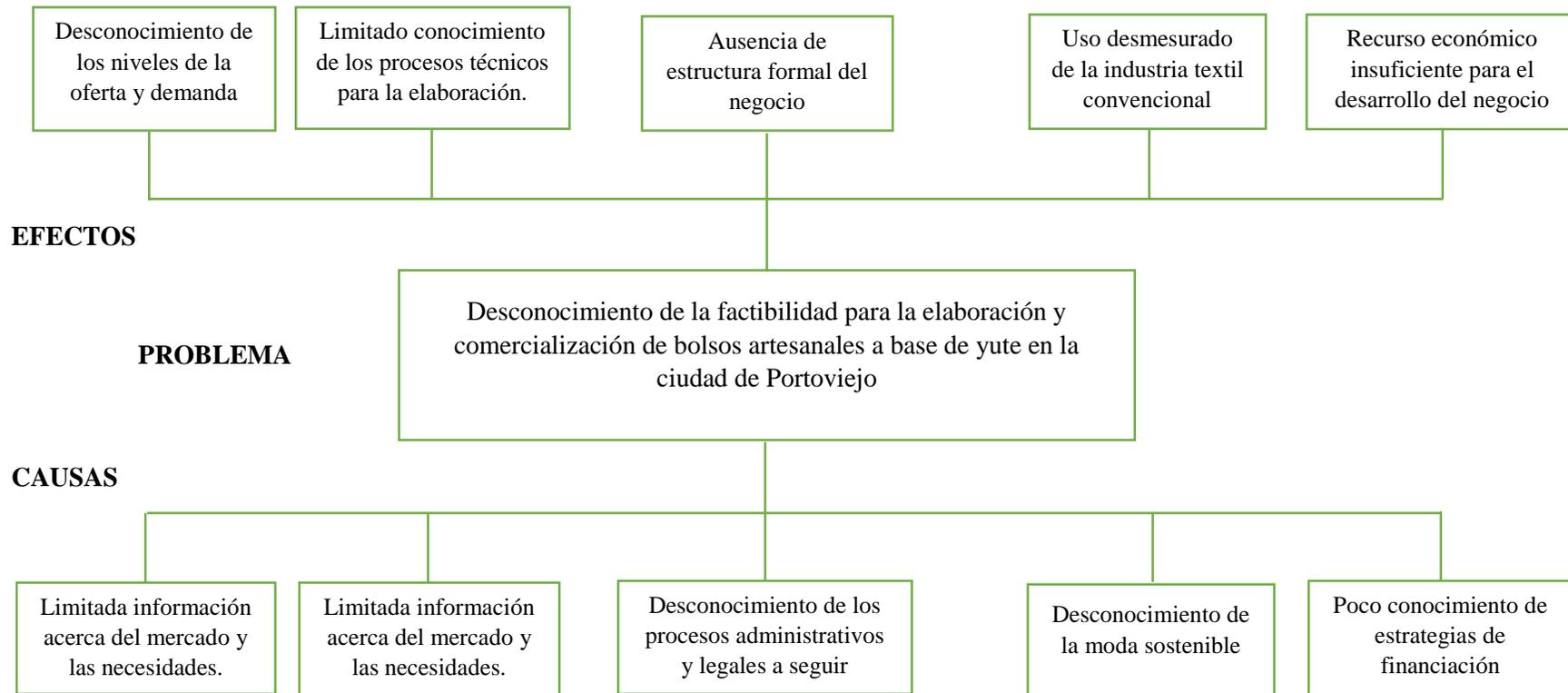
Ximénez, L. (2014). *La Revolución Textil*. San Lorenzo de El Escorial, España: Ateneo Escorialense.

Zambrano, J. (2019). *Análisis al manejo de los residuos textiles de las asociaciones formales localizadas en la parroquia Pascuales, provincia del Guayas*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas.

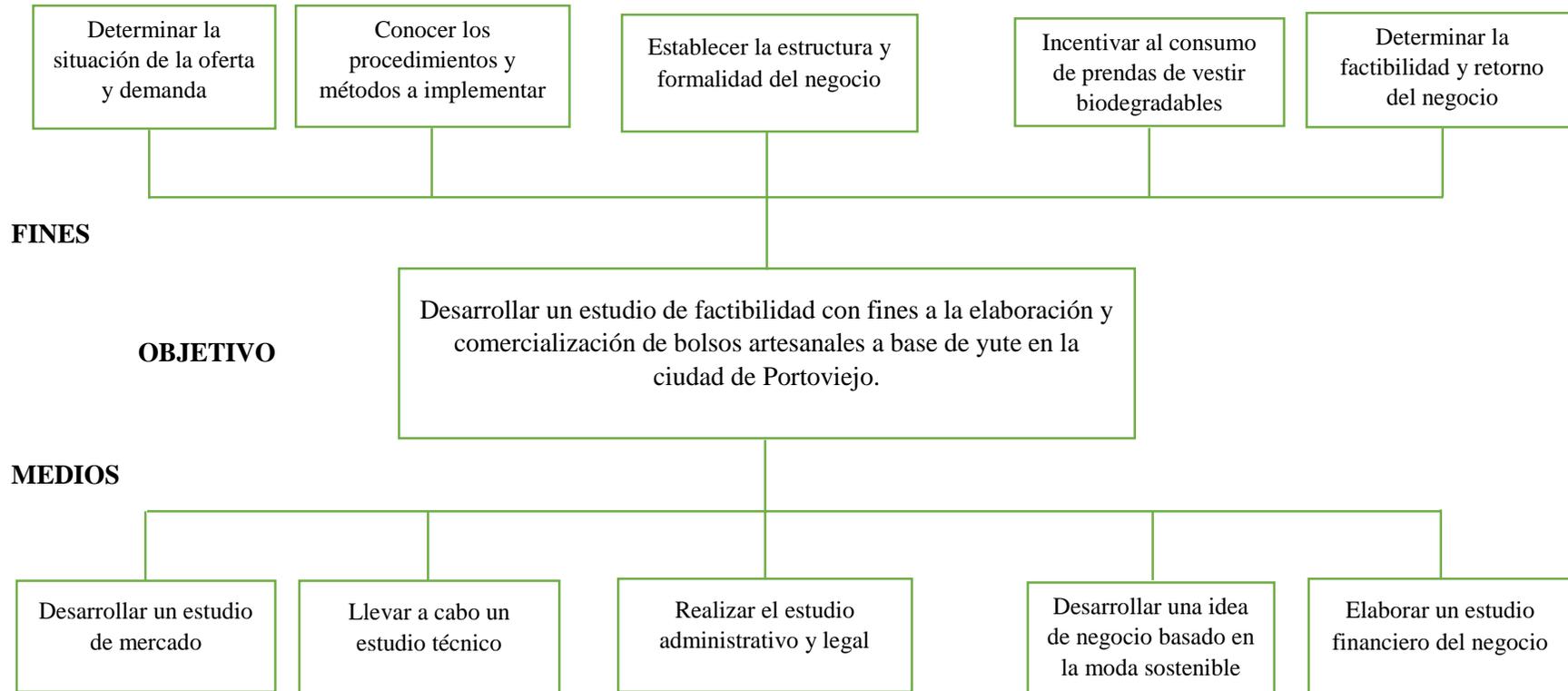
Zona Económica. (2019). *Estudio Financiero*. Obtenido de www.zonaeconomica.com: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

APÉNDICES

Apéndice A: Árbol del problema



Apéndice B: Árbol de objetivos



Apéndice C



Cuestionario de la Encuesta

A continuación, se formularán una serie de preguntas a fin de conocer su opinión, a fin de generar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí.

1. ¿Cómo considera la demanda del mercado de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja

2. ¿Cómo estima la oferta de demanda de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

- a) Alta
- b) Media
- c) Baja

3. ¿Según su criterio, existe una alta competencia de productos elaborados a base de yute en la ciudad de Portoviejo?

- a) Sí

b) No

4. ¿Le gustaría usar un bolso elaborado a base de yute personalizado?

a) Sí

b) No

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso?

a) \$10 - \$20

b) \$25 - \$30

c) \$50 en adelante

6. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de un producto como complemento de vestir?

a) Fácil uso

b) Color

c) Forma

d) Tamaño

7. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga, ¿lo compraría?

a) Sí

b) No

8. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este tipo de producto?

a) Tiendas

b) Ferias

c) Internet

d) Otros

9. ¿Qué otros productos elaborados a base de yute le gustaría adquirir?

- a) Carteras
- b) Billeteras
- c) Mantales
- d) Cojines

10. ¿Conoce emprendimientos que elaboren productos a base de yute?

- a) Sí
- b) No

Apéndice D



Cuestionario de la Entrevista

Señor entrevistado, sírvase responder de la manera más comedida a la siguiente entrevista, la cual representa una fuente de información esencial, tomando en cuenta sus apreciaciones como emprendedor del sector artesanal, mismas que serán de gran importancia dentro del presente estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí.

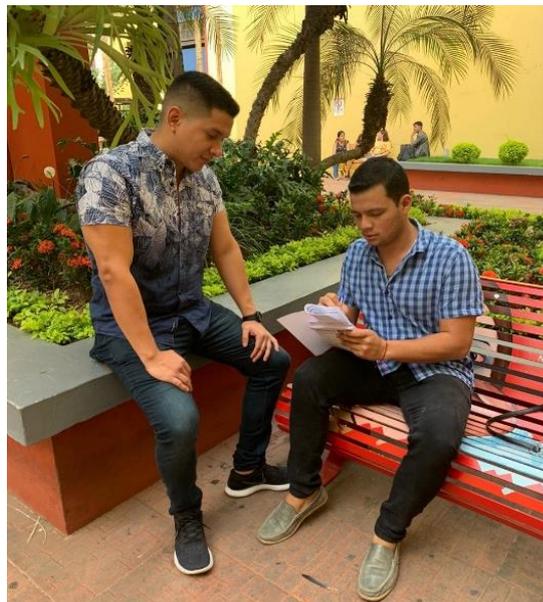
1. ¿Cuál es su actividad artesanal?
2. ¿Hace cuántos años inició con esta actividad?
3. ¿Qué lo impulsó a llevar a cabo esta actividad artesanal?
4. ¿Qué tipo de elementos tomó a consideración para emprender con esta actividad artesanal?
5. ¿A qué dificultades se enfrentó al momento de iniciar con su negocio?
6. ¿Cómo fue el comportamiento de las ventas al inicio de su negocio?
7. ¿Cómo ha evolucionado su negocio durante los últimos años?
8. ¿Qué mejoras o procedimientos ha implementado para darle valor agregado a sus productos?

9. ¿De qué manera ha ampliado su línea de productos?
10. ¿Qué tipo de clientes considera los de mayor importancia dentro de sus ventas?
11. ¿Cuenta con un local para la exhibición y distribución de sus productos? ¿Es propio o alquilado?
12. ¿Asiste a ferias de artesanías dentro o fuera del país? Mencione a cuáles
13. ¿De qué otra manera promociona usted sus productos?
14. ¿Exporta sus productos a otros países? De ser negativa la respuesta justifique porqué
15. ¿Forma parte de algún gremio de artesanos? Y ¿qué beneficios le trae esto?
16. ¿Recibe algún tipo de apoyo gubernamental para el impulso y reconocimiento de sus productos? Mencione cuáles
17. ¿Cómo percibe el entorno del sector artesanal en la actualidad, considera que es un mercado atractivo?

Apéndice E



Aplicación de la encuesta



Apéndice F



Aplicación de la entrevista





