



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE TELA A BASE DE BOTELLAS DE
PLÁSTICO EN EL CANTÓN LA TRONCAL.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN O PROYECTO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA: JOSELYN ANDREA MONCAYO CARAVALLO

DIRECTOR: ING. CARLOS PATRICIO ORELLANA ORELLANA

LA TRONCAL-ECUADOR

2021

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROL



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA
Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIO DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE TELA A BASE DE BOTELLAS DE
PLÁSTICO EN EL CANTÓN LA TRONCAL.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN O PROYECTO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORA: JOSELYN ANDREA MONCAYO CARAVALLA

DIRECTOR: ING. CARLOS PATRICIO ORELLANA ORELLANA

LA TRONCAL - ECUADOR

2021

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Joselyn Andrea Moncayo Caravallo, portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º 0942494378. Declaro ser el autor de la obra: “Plan de negocio de una empresa productora de tela a base de botellas de plásticos en el Catón La troncal”, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

La Troncal, 27 de septiembre de 2021



Joselyn Andrea Moncayo Caravallo.

C.I. 0942494378

CERTIFICACIÓN

Yo, **Eco. Joffre Ricardo Campoverde Saldaña**, certifico que el trabajo titulado “Plan de negocio de una empresa productora de tela a base de botellas de plásticos en el Catón La troncal” fue desarrollado por Joselyn Andrea Moncayo Caravallo, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Debido que es una investigación particular con el propósito de cumplir un requisito previo a la obtención del Título de LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN.

La Troncal, 27 de septiembre de 2021

A handwritten signature in blue ink, reading "Joffre Campoverde", is written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a vertical stroke that intersects the horizontal line.

Eco. Joffre Campoverde S.

Tutor

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

DEDICATORIA

El presente proyecto de grado está dedicado principalmente a Dios, por ser la guía de mi camino de vida, por darme fuerzas en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mis padres Franklin Moncayo, Verónica Caravallo, y a mis hermanos, por brindarme su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera Universitaria, gracias por su amor, cariño, trabajo y sacrificio en todos los años, gracias a ustedes por creer y confiar en mi he logrado llegar hasta aquí.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, que me ayudaron de una manera desinteresada, por toda su ayuda y buena voluntad, por apoyarme cuando más los necesitaba y por la amistad que me brindaron cada día en el transcurso de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por haberme guiado en este camino tan importante de mi vida y fortalecerme espiritualmente.

De la misma manera quiero mostrar mi gratitud a todos los docentes que estuvieron presentes durante la trayectoria de mi carrera por brindarme su apoyo, sus consejos, sus conocimientos y su dedicación.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor por haber compartido sus conocimientos, su enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este proyecto de fin de grado.

Mi profundo agradecimiento a mi familia y amigos, especialmente a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, que me han ayudado y me ha motivado con sus consejos para seguir a delante en toda mi carrera universitaria.

Finalmente quiero agradecer a la Universidad Católica de Cuenca Extensión San Pablo de la Troncal por abrirme las puertas y brindarme una oportunidad para crecer como profesional.

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo principal establecer un plan de negocios enfocado en la producción de telas a base de botellas de plásticos PET recicladas, permitiendo reducir la contaminación ambiental. El proyecto realizado se encontrará ubicado en el Cantón la Troncal, vía Zhucay, teniendo como objetivos específicos determinar un estudio de mercado para identificar los gustos y preferencias del consumidor.

Mediante un estudio técnico se realizará el proceso para la puesta en marcha de la empresa, y se ejecutará estudio financiero para la creación de la misma. Para el levantamiento de información se utilizó la metodología cualitativa que hace referencia a consultas bibliográficas, encuestas, entre otras, y el método cuantitativo como tabulación de datos.

En el primer capítulo se describe los antecedentes del caso a investigar, haciendo énfasis a contar con estrategias para la elaboración del plan del negocio, se plantea la problemática, los objetivos generales y específicos de la presente tesis, así como también se establece la justificación, misión y visión de la entidad. El segundo capítulo hace referencia al marco teórico, todos los conceptos necesarios para la elaboración de la tesis. En el tercer capítulo se encuentra ubicado el levantamiento de información para la puesta en marcha de la empresa, mediante el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero para cumplir con los objetivos planteados. De acuerdo con los resultados se determinó que hay aceptación de la nueva empresa por medio de los pobladores del cantón la Troncal.

Palabras claves: Telas, PET, Plan de negocio, Contaminación, Reciclaje.

ABSTRACT

This research aims to establish a business plan focused on textile production based on recycled PET plastic bottles, allowing to reduce environmental pollution. This project will be located in La Troncal, to the way ahead Zhucay, having as specific objectives the determination of a market study to identify consumer tastes and preferences. Through a technical study, the process for the start-up of the company, and a financial study will be achieved. Qualitative methodology was used through a literature review and a quantitative methodology was held for data compilation an analysis through a survey. The first chapter sets out the background of the case to be researched, emphasizing all of the strategies for the business plan elaboration, the problem, the general and specific objectives, as well as the justification of the study, and mission and vision of the entity. The second chapter refers to the theoretical framework, all the necessary foundations for the preparation of this work. Within the context of the third chapter, the information gathering for the start-up of the company is set, throughout its market research, and the technical and financial study to accomplish the objectives set. According to the results, it was determined that there is acceptance of the new company by the residents of the Canton of La Troncal.

Keywords: textiles, PET, business plan, pollution, recycling

La Troncal, 25 de September de 2021

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO




Lic. Nancy Orellana P., MSc.

COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS LA TRONCAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO 1	13
1.Planteamiento del problema	13
1.1 Descripción del caso a investigar	13
1.2 Antecedentes del caso a investigar.....	13
1.3 Preguntas de investigación.....	15
1.3.1 Preguntas generales	15
1.4 Objetivos de la investigación	16
1.4.1 Objetivos generales	16
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
1.5 Justificación.....	16
1.5.1 Justificación ambiental	16
1.5.2 Justificación social	16
1.5.3 Justificación productiva.....	17
1.6 La empresa	17
1.6.1 Actividad económica.....	17
1.6.2 Reseña histórica.....	17
1.6.3 Misión	19
1.6.4 Visión	19
1.6.5 Valores	19
1.6.6 Objetivos de la empresa	19
1.6.7 Estructura orgánica.....	20
1.6.8 Ubicación	21
1.6.9 Aspecto legal.....	21
CAPITULO 2	25
2. Marco teórico	25
2.1.1 Modelo Canvas.....	25
2.1.2 ¿Qué es un plan de negocios?.....	26
2.1.3 Las 5 fuerzas de Porter	28
Las 5 fuerzas de Porter son las siguientes	29
2.1.4 Plan de Marketing	30
2.1.5 Qué es un estudio de mercado?	32
2.2 Estudio Técnico.....	33
2.2.1 Localización	33
2.2.2 Tamaño del proyecto:.....	33

2.3 Tela poliéster.....	33
2.4 Botellas Pet.....	34
2.5 Estudio Financiero	35
2.5.1 Malla presupuestaria	35
2.5.2 Indicadores de análisis financieros.....	35
CAPITULO 3.....	36
3. Levantamiento de información.....	36
3.1 FUENTE DE DATOS.....	36
3.2 Tamaño de la muestra	37
3.3 Encuesta	38
3.3.1 Tabulación de datos.....	41
3.3.2 Diseño del Logotipo	49
3.3.3 Modelo Canvas.....	50
3.3.4 Matriz Foda de la empresa	54
3.3.5 Flujos de Diagrama	56
Análisis y Evaluación del Estudio Técnico.....	59
3.3.6 Ubicación.	59
3.3.7 Distribución de la planta	60
Estudio y Análisis de la Evaluación Financiera	61
3.3.8 Estado de Situación Inicial	61
3.3.9 Presupuesto de Producción.....	63
3.3.10 Presupuesto de Producto Terminado.....	64
3.3.11 Balance General	65
3.3.12 Ratios Financieros	66
CAPÍTULO 4.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	69

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. _ Estructura Orgánica. -----	20
Figura 2. _ Modelo Canvas. -----	25
Figura 3. _ Logotipo.-----	49
Figura 4. _ Modelo Canvas "Moncayo Textil"-----	50
Figura 5. _ Matriz Foda -----	54
Figura 6. Flujo de diagrama de proceso del hilo. -----	56
Figura 7. _ Flujo de diagrama del proceso de la tela-----	56
Figura 8. _ Flujo de diagrama de proceso de venta.-----	57
Figura 9. _ Ubicación. -----	59
Figura 10. _ Distribución de la planta. -----	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. _ Tipos de tela.	41
Tabla 2. _ Telas utilizadas.	42
Tabla 3. Empresas similares.	42
Tabla 4. _ Proveedores suficientes.	43
Tabla 5. _ Empresas faltantes.	43
Tabla 6. _ Valoración de compra.	44
Tabla 7. _ Producto a utilizar.	44
Tabla 8. _ Prendas a elaborar.	45
Tabla 9. _ Medios de comunicación.	45
Tabla 10. _ Forma de pago.	46
Tabla 11. _ Precio del producto.	47
Tabla 12. _ Estado de Situación Inicial.	61
Tabla 13. Presupuesto de producción.	63
Tabla 14. _ Presupuesto de producto terminado.	64
Tabla 15. _ Balance General.	65
Tabla 16. _ Ratios Financieros.	66

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Pregunta 1 del cuestionario planteado a los consumidores.	41
Gráfico 2. Pregunta 2 del cuestionario planteado a los consumidores.	42
Gráfico 3. Pregunta 3 del cuestionario planteado a los consumidores.	42
Gráfico 4. Pregunta 4 del cuestionario planteado a los consumidores.	43
Gráfico 5. Pregunta 5 del cuestionario planteado a los consumidores.	43
Gráfico 6. Pregunta 6 del cuestionario planteado a los consumidores.	44
Gráfico 7. Pregunta 7 del cuestionario planteado a los consumidores.	44
Gráfico 8. Pregunta 8 del cuestionario planteado a los consumidores.	45
Gráfico 9. Pregunta 9 del cuestionario planteado a los consumidores.	46
Gráfico 10. Pregunta 10 del cuestionario planteado a los consumidores.	46
Gráfico 11. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.	47
Gráfico 12. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.	48
Gráfico 13. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.	48

CAPITULO 1

1.Planteamiento del problema

Uno de los principales problemas que se presenta en el Ecuador sobre la contaminación ambiental es el desecho sólido. Según los datos del (MAE-PNGIDS)), se recolecto alrededor de 4´139.512 T. de basura al año, que corresponde el 61% a residuos orgánicos y el restante que es el 39% a residuos inorgánicos que está dividido en;11% de plásticos, un 9,4% de papel y cartón, el 2,6% corresponde a vidrio, 2,2% a chatarra y el restante que el 13,3% representan otros. Cada año 9,500 T. de plásticos terminan en las aguas del Ecuador. (León Cabrera, 2018). “Causando uno de los mayores desafíos ambientales que atraviesa los océanos del planeta, llegando a poner en riesgo la vida marina y acarreando consecuencias en la cadena alimenticia.” Sin embargo, hace falta un sistema adecuado de recolección de basura en el país, como no existe un manejo adecuado el plástico que se desecha generalmente termina dañado al medio ambiente, y causando problemas de salud.

El alto nivel de desecho de botellas de plásticos y la falta de empresas dedicadas a la producción de textil con recursos renovables ha generado una gran oportunidad de negocio para el país.

1.1 Descripción del caso a investigar

La idea del plan de negocio a base de botellas de plásticos PET, nace por la contaminación ambiental causada por el ser humano, generando una oportunidad de negocio y reduciendo la contaminación del medio ambiente.

Este consiste en, reutilizar las botellas de plásticos y pasar por varios procesos en la cual se transformarán en telas. Estas telas se podrán utilizar para elaborar camisas, pantalones, entre otros y cambiar así el hábito del consumo de los ecuatorianos.

Mediante este proyecto nacieron varias proyecciones, que consiste en realizar un estudio de mercado para poder saber si es viable la creación de esta empresa, investigar quienes serían mis futuros proveedores y mis competidores, para realizar estrategias correctas.

1.2 Antecedentes del caso a investigar

Para la formación del presente proyecto se revisaron artículos que se relacionen sobre el proyecto que se va a realizar, el mismo que consta de estudios de mercados, estudios técnicos entre otros.

Narváez Jaramillo (2020) nos habla sobre el proyecto que realizo que es, “Plan de negocios para la creación de una empresa de confección de tela a base de botellas de plásticos reciclados tipo PET, obteniendo como objetivo principal establecer un negocio dentro de la industria textil en donde se utilizara la tecnología que busca el aprovechamiento de los residuos, el mismo que sea económicamente rentable en un periodo de 5 años.”

Observando del proyecto se pudo analizar que, para lograr con el objetivo deseado, utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo, en el cual se llegó a la conclusión que algunas empresas ecuatorianas que se dedican a la producción de tela, son relacionadas de mala calidad.

Para eso se identifica que las estrategias de marketing que utilizan las empresas productoras de telas están mal enfocadas, haciendo que cada vez se importe más telas extranjeras a nuestro país.

Mediante una entrevista a Ilan de´ Felipe (2019) elaboro un proyecto sobre el tema, “Plan de negocio para la creación de una empresa productora de fibra de poliéster a partir de botellas de plásticos trituradas, lo cual estableció su objetivo principal estableciendo que es, determinar la factibilidad para la creación de la empresa productora de fibra de poliéster a partir de plásticos” (pág. 19)

Por medio de un análisis se pudo observar que, para lograr con el objetivo establecido, se manejó el método cuantitativo y el método cualitativo, por el cual se realizó entrevistas, encuestas y se revisó artículos bibliográficos que estén relacionados con el tema,

Se indica que el proyecto elaborado es factible, esto se realizó por medio de una evaluación y análisis financiero, analizando que su valor agregado es la materia prima, en este caso vienen hacer las botellas de plásticos, la misma que con el tiempo estas ha ido contaminando el medio ambiente y también se han vuelto una oportunidad de negocio, y gracias a esta oportunidad se ha ido reduciendo la contaminación de la ciudad.

El Banco Mundial (Los desechos:un análisis actualizado del futuro, 2018) sostiene que “La gestión inadecuada de los desechos está produciendo la contaminación de los océanos del mundo, obstruyendo los drenajes y causando inundaciones, transmitiendo enfermedades, aumentando las afecciones respiratorias por causa de la quema,

perjudicando a los animales que consumen desperdicios, y afectando el desarrollo económico.”

Como bien sabemos la contaminación al medio ambiente por desecho solido cada vez ha ido aumentando, hoy en día esto se ha vuelto un gran peligro para el planeta y para los seres humanos afectando a nuestra salud, ya que se genera impacto ambiental negativo por el inadecuado manejo de los mismos.

Según (avatarenergia, 2019), “Las telas fabricadas a partir de botellas PET, es una de las maneras más convenientes de reciclar las botellas plásticas y prevenir la acumulación de las mismas, millones de toneladas de desechos plásticos se disponen anualmente en todos los vertederos del mundo.”

Es muy importante reconocer que hoy en día muchas empresas que se dedican a la industria textil se han enfocado a utilizar esta clase de material para otra forma de uso como viene hacer las manualidades, y gracias a esto se ha ayudado a que la contaminación se vaya reduciendo.

Según (revistalideres, 2018), Carlos Alberto de Jesús, “esta estrategia nació para así aportar algo de solución al planeta, en donde se aprovecharía lo que sería desechable y darle un buen uso, y a la vez el producto tiene que ser competitivo, verdadero, inteligente y que no se lo someta al consumidor a una condición de menor confort o de mayor costo solo porque es totalmente ecológico”.

1.3 Preguntas de investigación

1.3.1 Preguntas generales

¿Cuán viable es la implementación de un proyecto enfocado a la producción de tela a partir de las botellas de plástico reciclado?

a) ¿Cuál sería el nivel de aceptación del consumidor dispuesto a comprar este producto?

b) ¿Cuál sería la ubicación y la capacidad de la empresa?

3) ¿Cuál sería la inversión de las máquinas para el proceso de la transformación de las telas ecológicas?

4) ¿Cuál sería la rentabilidad del proyecto?

5) ¿Quiénes serían mis futuros proveedores y competidores?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivos generales

- Establecer un plan de negocios enfocado en la producción de telas a base de botellas de plásticos PET, para reducir la contaminación ambiental, en el Cantón la Troncal.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar un estudio de mercado, para identificar los gustos y preferencias del consumidor.
- Establecer mediante un estudio técnico, el proceso para la puesta en marcha de la empresa.
- Realizar un estudio financiero para la creación de la empresa productora.
- Establecer un análisis Foda para identificar las características internas y externas de la empresa

1.5 Justificación

El presente proyecto a realizarse es sobre el modelo de negocio Canvas para la creación de una empresa productora de tela a base de botellas de plásticos en la ciudad de la Troncal, nace por la contaminación ambiental y la falta de empresas dedicada a esta actividad.

Realizar telas a base de botellas de plástico se ha vuelto una tendencia ya que gracias a esto se ha ido reduciendo la contaminación por medio de botellas, haciendo que cada persona recicle lo que consume, evitando así tirarlas en lugares no correspondidos. Siendo esto un producto fácil de reutilizar.

1.5.1 Justificación ambiental

Mediante este proyecto, se reduce la contaminación ambiental en el Cantón la Troncal, ya que por medios de las botellas plásticas que se desechan en los ríos o a lugares que afecta al ambiente se reutilizará para la transformación de la tela que se brindará a los ciudadanos del Cantón la Troncal.

1.5.2 Justificación social

Por medio del presente proyecto beneficiará a los habitantes de la Troncal, ya que se generará múltiples empleos, mejorando así la calidad de las familias troncaleños, y se ofrecerá telas con precios que estén al alcance del ciudadano.

1.5.3 Justificación productiva

El presente proyecto, pretende realizar por 3 botellas de plástico de 2.5 litros se producirá un metro de tela poliéster.

La empresa productora pretende recolectar 300,000 botellas de plásticos al día, para producir 100,000 metros de tela poliéster por día, para el consumo de los ciudadanos Troncaleños, la cual servirá para la fabricación de camisas, playeras entre otras.

1.6 La empresa

1.6.1 Actividad económica

El proyecto a elaborarse es sobre el modelo de negocios para la implementación de una empresa dedicada a la producción de tela a base de botellas de plásticas.

Esta actividad se va a dirigir a la elaboración de tela poliéster a base de botellas de plásticos PET. para la venta y confección de camisas, blusas entre otras.

Consiste en reutilizar las botellas que desechan las personas. Estas botellas se reciclan y son pasadas por varios procesos en los fragmentos son calentados y deben pasar por medio de una hilera para lograr formar cuerdas de hilo y estos son enrollados en carretes, este hilo se empaqueta, se tiñe y se teje en tejido poliéster obteniendo así la tela que será vendida.

Esta actividad ayuda a reducir la contaminación del medio ambiente ya que la materia prima que se utiliza son botellas de plásticos, las misma que dañan al ecosistema ya que son tiradas a lugares que pueden afectar a los seres humanos como a los animales, por esa razón se aprovechó esta oportunidad de crear este proyecto que no solo satisface al cliente, si no también ayuda a reducir la contaminación al medio ambiente

1.6.2 Reseña histórica

Fundamentos

Las botellas PET que significa (Polietileno Tereftalato) viene ser un derivado del petróleo en donde se produce distintas clases de envases de plásticos, para la utilización de productos de consumo ya sean masivos como no. “Al ser un derivado del petróleo el costo fluctúa de acuerdo al precio del mismo, y al ser utilizando constantemente se está ayudando agotar uno de los recurso naturales no renovables de nuestro planeta.” (ZAMBRANO PALMA, 2013, pág. 2)

Por medio de investigaciones se encontró que “en la década de los años treinta, se

realizó en Inglaterra la primera fibra de poliéster, que es el filamento continuo, esto fue obtenido por medio de ácidos dicarboxílicos también conocidos como Terylene.” (BEEDIGITAL, 2021) “En Francia esta fibra se llamó Tergal y en España Terlenka. Después de la segunda guerra mundial, la firma alemana Hoechst, empezó a producir un poliéster con el nombre de Trevira.” (esitex, 2018)

En el año 1946 Du Pont obtuvo el privilegio de producir tela poliéster en Estados Unidos, donde se lo conoce con el nombre de Dacrón, durante estos años, Du Pont, cada vez intentaba duplicar las técnicas de ese tejido, tex turando filamentos y creo napas sintéticas fiberfil para rellenos que, colocándolas, se manejaban para edredón y anoraks, ya que se consiguen mejores resultados que la pluma natural.

Obtención

“La materia prima para la producción de PES son principalmente el ácido tereftálico y el etilenglicol. La producción del polímero comienza con la policondensación, cuando se calienta hasta 90 °C en una atmósfera de nitrógeno puro. un catalizador, por ejemplo, ácido clorhídrico, acelera el proceso de esterificación.” (Chivis, 2013)

El producto a obtenerse se debe calentar durante un periodo de media hora a una hora máximo con una temperatura de 280°C, durante este trabajo se forma el polímero.

“El poliéster, es una fibra resistente, duradera e inarrugable de alta calidad desarrollada en el año 1941.”. (instituto, 2019)

El Poliéster es el tejido que más se utiliza hoy en día, y es muy normal que se encuentre mezclado con otras fibras, por lo que esto ayuda a disminuir las arrugas, y suavizar el tacto para conseguir que la fibra se seque más, rápido obteniendo una tela de alta calidad.

- ✓ Esta fibra fue introducida a los Estados Unidos con el nombre de Dralón.
- ✓ En el año de 1970 el 87% de esta tela era elaborado en el país de EEUU, Japón, y el Oeste de Europa.
- ✓ El poliéster se puede decir que es un tejido químico vulnerable con el entorno; y puede ser reciclado fácilmente.

“Los poliésteres son los polímeros, en forma de fibras, en los años '70 para confeccionar la ropa que se usaba en las confiterías bailables, desde entonces, las naciones del mundo se han esforzado por desarrollar aplicaciones más provechosas para los poliésteres, como las

botellas plásticas irrompibles. Como se puede apreciar, los poliésteres pueden ser tanto plásticos como fibras.” (Quisaguano, 2018)

1.6.3 Misión

Ser una empresa dedicada a la confección de tela con material reciclado, aprovechando las cualidades únicas que ofrece las botellas de plásticos, ofreciendo así telas de excelente calidad, logrando satisfacer las necesidades del mercado actual.

1.6.4 Visión

Llegar a ser una empresa de industria textil ecológica líder en el mercado actual, ser diferenciado por ofrecer productos y diseños únicos a ofrecer, reconocida así a nivel nacional por su excelente calidad de tela y servicios a brindar.

1.6.5 Valores

La empresa sostendrá su calidad en función a los siguientes valores:

- ✓ **Respeto:** la empresa respetara y valorara a todos los trabajadores que se encuentre dentro de la organización.
- ✓ **Responsabilidad:** Se comprometerá con el uso adecuado y responsable de los recursos, para la creación de productos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los clientes.
- ✓ **Pasión:** Estar comprometidos con el corazón y la mente.
- ✓ **Calidad:** Buscar la excelencia de los trabajadores y productos, de acuerdo a las exigencias de los clientes.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Poner toda nuestra confianza, y entusiasmo a todos los trabajadores de la empresa para alcanzar con los objetivos deseados.

1.6.6 Objetivos de la empresa

- ✓ Asegurar la posición competitiva en el mercado.
- ✓ Ofrecer telas de excelente calidad para los futuros clientes.
- ✓ Brinda el mejor servicio a los consumidores.
- ✓ Ser conocida a nivel nacional por las excelencias de calidad de tela
- ✓ Abrir sucursales en distintas ciudades del Ecuador.
- ✓ Alcanzar la rentabilidad financiera.
- ✓ Enseñar, formar y conservar profesionales integrales que trabajen por la misión y visión de la organización.

- ✓ Capacitar a todo el personal en temas de calidad a través de herramientas tecnológicas que les permitan interactuar entre sí.

1.6.7 Estructura orgánica

La empresa está liderada por un Gerente General y apoyado por departamentos que son necesarios para el funcionamiento de la misma: el de administración, el de venta, el de producción y el de calidad.

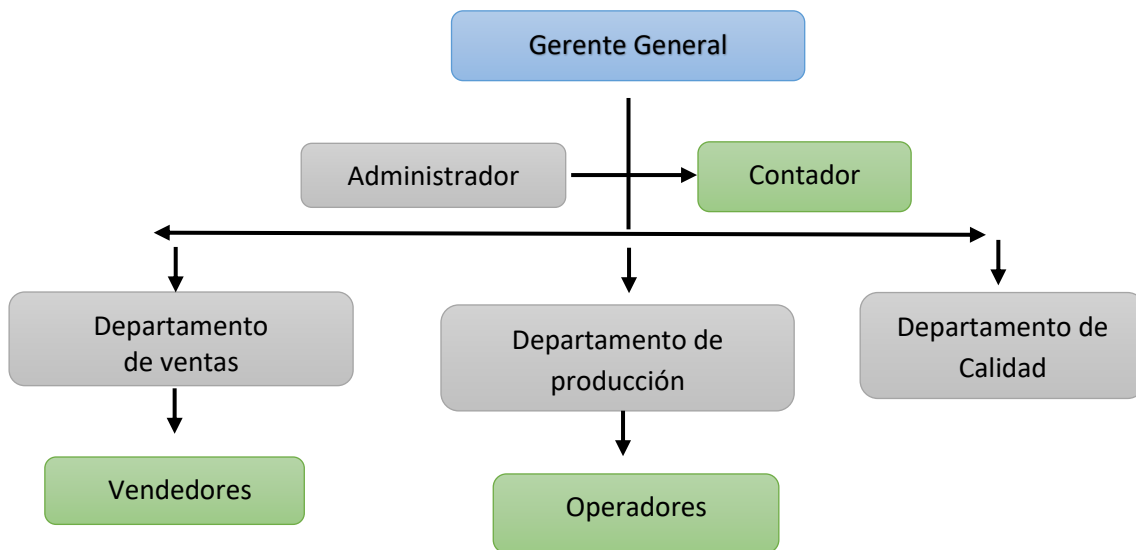


Figura 1._ Estructura Orgánica.

Fuente: Autor

Gerente General:

Esta empresa se encontrará liderada por el Gerente general, sus funciones será planificar, organizar, dirigir, controlar el trabajo de la organización, además tener en claro a donde se va a enfocar la empresa en un corto, medio y largo plazo.

Administrador:

El administrador será el encargado de tramitar los recursos que sean mejores para la empresa, para desarrollar y realizar una planificación, organización, dirección y controlar todo lo referente con la empresa productora de tela, con el fin de lograr resultados favorables.

Contador:

El contador será el responsable de verificar los registros de contaduría, y a base de estos se evaluará si la empresa se está dirigiendo correctamente. Algunas de las funciones que el contador debe desempeñar dentro de la empresa son.

- ✓ Realizar operaciones para operar la gestión financiera de la empresa, por medio de los registros contables
- ✓ Cumplir con todas los documentos de información que la dirección necesite para verificar y tomar decisiones que favorezcan a la empresa.

Departamento de ventas:

El departamento de venta será el encargado de fijar sus objetivos claros y sobre todo realistas, para así orientar la venta de productos durante un periodo correcto.

Dentro de sus objetivos, el equipo de venta se encargará de fijar una meta de venta a cada vendedor y deberá medir el alcance de esos objetivos estos objetivos.

Departamento de producción:

Este departamento es el encargado de planificar y distribuir las distintas actividades tareas que hay que llevar a cabo para la creación del bien o servicio de la empresa que viene ser la tela. Transformando los insumos o recursos, como es energía materia prima, mano de obra, capital en productos finales.

Departamento de Calidad:

Es el encardo del producto final que el cliente va a recibir, el verificara que el bien o servicio sigan con todos los parámetros de calidad. Por lo tanto, deberá encargarse que estén en orden todos los procesos de producción.

“Es así como trata de reducir costes y establecer los criterios indispensables para la revisión y aprobación de los procesos. no se limitan a una sola área, sino que deben formar parte de todos los departamentos.” (INFAIMON, 2017)

1.6.8 Ubicación

El proyecto a realizarse sobre la empresa productora de tela poliéster a base de botellas de plásticos, se encontrará ubicada en el Ecuador- Cañar- Cantón la Troncal a las afuera de los pobladores de la Troncal, con el propósito de tener un buen posicionamiento, en un área en donde se pueda evitar algún riesgo al momento de realizar las actividades de las producciones de telas.

1.6.9 Aspecto legal

Legislación

La empresa productora de tela poliéster a base de botella “**Moncayo Textil**”, se crea bajo la denominación de Compañía de responsabilidad limitada.

En el artículo 92 “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá.” (Ley de Compañías). Por otra parte, para el buen desarrollo de la empresa es necesario cumplir el trámite que exige la Superintendencia de Compañías, Valores Seguros, que brinda la alternativa constituir vía online. Entre las obligaciones está cumplir con el pago de impuestos al valor agregado y el Impuesto a la renta.

Compañía de responsabilidad limitada

Según (Ley de Compañías, 2018) “El art. 94, la compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.”

Para la creación de la Compañía limitada es necesario realizar algunos trámites de manera legal en la súper intendencia de compañías, se detalla a continuación:

- 1. Reservar el nombre de la compañía.** “Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías, se debe verificar que no exista otra compañía con el mismo nombre que vaya a tener la empresa.” (Ley de Compañías, 2020)
- 2. Elabora los estatutos.** “Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.” (Administrador, 2019)
- 3. Crear una “cuenta de integración de capital”.** “Esto se realiza en cualquier banco del país. El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.” (Administrador, 2019)
- 4. Elevar a escritura pública.** Según la “Se debe acudir donde un notario público, con la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.” (Ley de Compañías, 2020).
- 5. Aprobación de los estatutos.** Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su debida revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicación en un diario. “La Superintendencia de Compañías debe entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.” (Vieira, 2017)

7. Realizar los trámites para los permisos Municipales. Deberá acercarse al municipio donde se ira a crear la empresa.

- ✓ Deber pagar la patente municipal
- ✓ Solicitar el certificado donde consta con los cumplimientos de las obligaciones.

8. Inscribir la compañía. “Entonces con todos los documentos antes descrito, se debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para poder inscribir la Sociedad.” (CREAR UNA EMPRESA EN ECUADOR, 2020)

9. Documentos habilitantes. “Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa.” (Loor, 2020)

10. Inscribir el Nombre del representante. “Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas.” (REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA, 2018)

11. RUC. Además, el (Administrador) “El Registro Único de Contribuyentes se obtiene en el Servicio de Rentas Internas”, con lo siguiente:

- ✓ El formulario correspondiente debidamente lleno
- ✓ Deberá llevar la escritura de constitución original y la copia.
- ✓ Original y copia de los nombramientos
- ✓ Entregar la copia de cedula certificado de cada uno de los socios.

12. Carta para el banco. “En la Superintendencia, ya con el RUC, te harán entrega de una carta digital que estará dirigida al banco en el que abriste la cuenta, para que puedas tener acceso al valor depositado.” (Vieira, 2017)

Personas que pueden asociarse

“Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro, pueden asociarse con las compañías de responsabilidad limitada, y se hará constar en la nómina de los socios, la denominación o la razón social de la persona

jurídica que se asocie con la empresa.” (REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA, 2018).

Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios

“El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales los socios.” (DERECHOS DE LOS SOCIOS EN LA COMPAÑÍA, 2020)

Los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) “A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato.” (Mendoza, 2017)
- b) “A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales. (Mendoza, 2017)
- c) “A no ser obligados al aumento de su participación social.” (Mendoza)
- d) “No devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe.” (Mendoza, 2017)

Son obligaciones de los socios:

- a) “Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley.” (Mendoza)
- b) “Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.” (Mendoza)
- c) “Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social.” (Mendoza)

CAPITULO 2

2. Marco teórico

2.1.1 Modelo Canvas

Definición:

“El Modelo Canvas es un modelo que permite visualizar en un sólo documento, la idea de tu modelo de negocio, este modelo funciona como un cuadro con todos los detalles que se necesitan para tener una idea clara y completa de la planificación estratégica de tu empresa.” (Salvadori, 2020).



Figura 2. Modelo Canvas.

Fuente: Autor.

El modelo Canvas es una herramienta más utilizada en el mundo de los emprendedores se compone de 9 apartados, vitales para tu empresa que son los siguientes.

- 1. Segmentos de clientes:** Este punto se trata de quienes serán nuestros posibles clientes, realizando un análisis de nuestro público objetivo para conocer sus gustos, preferencias y necesidades.
- 2. Propuesta de valor:** Esto hace referencia de cómo la empresa se va diferenciar de la competencia. Dar una respuesta a las necesidades del mercado actual y en la solución de los productos y servicios de la empresa., en si es la razón de por qué los

clientes compraran los productos que ofrece la empresa.

3. **Relación con los clientes:** Este punto se trata de establecer cuál será la forma de poder llegar a que los clientes confíen en nuestra empresa, de comunicarnos con ellos de una forma armoniosa, ya que una buena relación nos dará una buena imagen.
4. **Canales de distribución:** Es tener en cuenta de cómo se
5. entregará la propuesta de valor a los clientes, que medios se utilizaran para interactuar con ellos, y tener en claro los canales de comunicación que se maneja para la publicidad de los productos a ofrecerse
6. **Fuente de Ingresos:** Se trata de contemplar todas las fuentes de ingreso del negocio y, además especificar cómo y cuándo se realizarán estos ingresos.
7. **Actividades claves:** Se debe realizar las acciones que estarán dando valor para que nuestro negocio funcione y tener en claro las estrategias que se utilizarán para desarrollarlas y llevarlas a cabo.
8. **Recursos claves:** Identificar los recursos claves para la producción, venta que se necesita, ya sean económicos, materiales o humanos.
9. **Socios claves:** Identificar quienes serán tus colaboradores, Partners y proveedores con los que vas compartir costes, recursos entre otros. Esto nos ayudara estar presente en un nicho de mercado distinto.
10. **Estructura de costes:** En este apartado hay que tener en cuenta todos los costes que vaya a tener nuestro modelo de negocio.

2.1.2 ¿Qué es un plan de negocios?

“El plan de negocio es un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, en un servicio, o en el conjunto de una empresa, a través del contenido del plan de negocio, la compañía trata de evaluar las características de este proyecto para su posterior presentación” (Galán, 2015).

El plan de negocio nos permite estudiar el entorno de la empresa, es decir analiza y evalúa los posibles resultados que nos ayudan a lograr con los objetivos establecidos en el proyecto

Estructura de un plan de negocio.

Un modelo de negocio de contener lo siguiente.

- ✓ Resumen ejecutivo
- ✓ Descripción del producto y valor distintivo

- ✓ Mercado potencial
- ✓ Competencia
- ✓ Modelo de negocio y plan financiero
- ✓ Equipo directivo y organización
- ✓ Estado de desarrollo y plan de implantación
- ✓ Alianzas estratégicas
- ✓ Estrategia de marketing y ventas
- ✓ Principales riesgos y estrategias de salida

Análisis del entorno

El análisis del entorno de una empresa consiste en observar las fortalezas y debilidades de las demás organizaciones que puedan ser nuestra competencia.

“El análisis del entorno es un proceso el cual ayuda a identificar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que intervengan en el funcionamiento de la empresa, en el cumplimiento de las metas y en la capacidad de alcanzar los objetivos, teniendo como su función principal es analizar los contextos internos y externos en los que se desenvuelve la organización.” (Ospina, 2019). Una de las herramientas para analizar el microentorno es la Matriz FODA, esta nos permite establecer nuestras:

- ✓ Fortalezas
- ✓ Oportunidades
- ✓ Debilidades
- ✓ Amenazas

Fortalezas

“Las fortalezas son los atributos de la empresa, es decir, lo mejor que tiene como organización, los factores positivos ayudarán a crear oportunidades y tener una ventaja competitiva.” (Pursell, Qué es el análisis FODA y cómo implementarlo en tu empresa, 2019)

Es decir, son los factores positivos de la organización y ayudan generara una ventaja hacia sus competidores.

Oportunidades

“Son aquellos factores que resultan positivos para la empresa, favorables, y que se deben descubrir en el entorno en el que ejerce la empresa, esto permite obtener ventajas competitivas.” (MELVINSTANLEYSEPULVEDA, 2013)

Es decir, son factores externos que le puede favorecer a la empresa para que utilice a su favor.

Debilidades

“Son los aspectos negativos potenciales los que limitan a una empresa crecer o tener un desarrollo consecutivo ante los problemas, por lo que pueden convertirse fácilmente en una amenaza para la institución, empresa o industria.” (Definicion, 2016)

En conclusión, las debilidades son los factores internos que impiden que la empresa alcance su objetivo.

Amenazas

“Son aquellas situaciones que presenta el entorno al individuo, la entidad, la organización o cualquier ente que se esté analizando, que no puede controlar, pero que le pueden afectar desfavorablemente.” (Gomez, 2019)

En si las debilidades son factores externos actuales, provocando un mal rendimiento por parte de la empresa.

2.1.3 Las 5 fuerzas de Porter

Definición:

“Las 5 fuerzas de Porter es parte de un modelo de análisis competitivo elaborado por el profesor Michael Porter en 1979 en la universidad de Harvard Business Review, que radica en considerar 5 “fuerzas” que permite determinar la posición de cualquier organización en su respectivo mercado.” (Morales, 2018)

A partir entonces, algunas empresas, se han ido por utilizar esta metodología, que son las 5 fuerzas, lo cual le han servido para determinar el posicionamiento de distintos tipos de empresa en su respectivo mercado.

Cuáles son las 5 fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter son las siguientes

1. Rivalidad entre competidores
2. Poder de negociación de los proveedores
3. Poder de negociación de los clientes
4. Amenaza de nuevos competidores
5. Amenaza de nuevos productos o servicios

Rivalidad entre competidores:

Este primer punto hace referencia a que se puede competir con otras empresas del mercado y que ofrezcan el mismo bien o servicio.

“La rivalidad se caracteriza por que los competidores están enfrentados y que ambos usen grandes estrategias de negocios. Además, por la intensidad de la empresa para así llevar a cabo sus proyectos y la forma en la que emplea su imaginación por poder superar lo que hagan las demás empresas a su alrededor, destacando con sus productos por encima de las demás.” (Riquelme, 2015)

Poder de negociación de los proveedores

Este nos indica que, provee a los vendedores de la empresa los materiales que son necesarios para poder cumplir con la meta deseada.

“La idea aquí es simple: si el número de proveedores disponibles es bajo, tu control será menor, ya que los demás se verán en una posición cómoda para aumentar precios, plazos y otros términos del acuerdo entre ustedes.” (Morales, 2018)

Poder de negociación de los clientes

“En este punto hace referencia a que se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado.” (Riquelme, 2015)

Es decir que, si los compradores se encuentran bien coordinados, esto puede hacer sus exigencias sean más altas e incluso puede exigir que bajen los precios.

Amenaza de nuevos competidores

“Es una de las fuerzas más famosas que se utiliza en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con los mismos productos a ofrecerse en el mercado, este tipo de amenazas pueden depender de las barreras de entrada.” (Riquelme, 2015)

Esto nos ayuda a saber quiénes son nuestros competidores en el mercado actual, para así establecer estrategias favorables en nuestra empresa.

Amenaza de nuevos productos o servicios

“En este punto, una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa.” (Riquelme, 2015)

Nos indica cuales son los productos o servicios sustitutos que causa un peligro para la entidad ya que gracias a esos productos la empresa tendría que bajar sus precios o podría salir del mercado.

2.1.4 Plan de Marketing

Definición

“El plan de marketing es un documento en formato texto o presentación donde se recolecta información de todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo” (Minarro, 2020)

Es importante ya que nos permite medir lo que ocurre con la empresa y su entorno, para poder mejorar la calidad del producto o servicio para el cliente.

Las 4 P de Marketing

Las 4 P de Marketing son utilizadas para embarcar los principales elementos que una organización utiliza para alcanzar con los objetivos comerciales que son las siguientes:

- a) Producto
- b) Precio
- c) Punto de venta
- d) Promoción

Producto

“Es el elemento sobre el que gira cualquier tipo de campaña de marketing. Pretende satisfacer un deseo o necesidad de cualquier consumidor y no es solo algo tangible, sino que engloba valores e ideas.” (Villacampa, 2019)

El producto en si es el bien o servicio que la organización fabrica para su venta y satisfacer al mercado actual

Precio

“Fijar el precio adecuado, conocido en inglés como pricing, no es una tarea sencilla y debe cuidarse con suma delicadeza. Es algo en lo que cualquier consumidor fija la vista antes siquiera de observar sus características o diferencias frente a una posible competencia.” (Villacampa, 2019)

Es la cantidad de dinero que la empresa fija a un producto y que el cliente está dispuesto a pagar por ese bien o servicio.

Punto de venta

“La distribución venta alude al proceso mediante el cual el producto o servicio que vendemos llega a nuestro cliente, hablamos en este caso tanto de mayoristas como de clientes finales. Podría entenderse también como distribución del producto o servicio, y es una cuestión que influirá notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción final del consumidor.” (ALONSO, 2019).

El punto de venta en sí, son los canales físicos en donde se va a vender el producto al cliente, es decir ya sea en tiendas, supermercados o boutiques.

Promoción

“Son aquellos canales o medios que van a dar a conocer nuestro producto o servicio. Aquí se engloban los medios tradicionales como vallas publicitarias, anuncios en radio o televisión, y, por supuesto, todo lo relacionado con los medios digitales, que son, publicidad en buscadores, campañas de influencers, banners en una web.” (ALONSO, 2019)

La promoción se trata de promocionar ya sea el bien o servicio que se valla a ofrecer a los clientes, por medio de canales de comunicación.

2.1.5 Qué es un estudio de mercado?

“Es un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto o servicio, donde se analizan aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismo, gracias al de mercado, se tendrá una visión más clara de qué es lo que nuestro target realmente necesita, qué es lo más demandado hoy en día en el mercado”. (Nuño, 2017)

El estudio de mercado se utiliza especialmente para poder analizar aspectos como son hábitos de compra, nuestros futuros clientes, requerimientos de productos y realizar un análisis de la competencia para así asegurar nuestra posición en el mercado.

Se puede realizar de dos maneras para segmentar el mercado ya sea primario como secundario.

Primario:

“Los estudios de mercado primarios incluyen pruebas tradicionales y confiables como los focus group (grupos de concentración o prueba), encuestas, entrevistas, investigaciones de campo y observaciones del producto o punto de venta.” (Silva, 2020)

Secundario:

“Para hacer los estudios de mercado secundarios, la empresa usa los datos obtenidos de otras fuentes que son aplicables al producto nuevo o existente, asimismo, e tiene la ventaja de ser relativamente barato y accesible para todos, sin embargo; la desventaja de este tipo de estudios es que los resultados no son específicos al área de investigación, debido que los datos utilizados vienen de las tendencias y son difíciles de validar.” (Silva, 2020)

Objetivos de un estudio de mercado

Para realizar un estudio de mercado se debe tener en cuenta los siguientes objetivos:

- ✓ Tener en claro cuáles son las necesidades y objetivos de los diferentes segmentos de mercado.
- ✓ Determinar cuáles serán los beneficios que los clientes valoran más.
- ✓ Medir el posicionamiento de la marca en el público consumidor
- ✓ Hacer un análisis de comparación de precios con los de la competencia.

- ✓ Tener en claro las desventajas y condiciones del producto.
- ✓ Analizar quien será nuestro público.

Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.” (Pedrosa, 2015)

Demanda

“la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir, abarca una amplia gama de bienes y servicios a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.” (DEMANDA, 2015)

2.2 Estudio Técnico

2.2.1 Localización

“La localización es un punto muy importante en el estudio técnico ya que tiene como objetivo, determinar el lugar donde se desea ubicar el proyecto, buscando establecer una zona que ofrezcan los máximos beneficios y los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia posible para la empresa, o para una organización social.” (Fabiola Corriolo, 2016). Tomando en cuenta la macro y la micro localización del proyecto que se desea plantear.

2.2.2 Tamaño del proyecto:

El tamaño del proyecto, nos indica la cantidad del bien o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

2.3 Tela poliéster

Definición:

“El poliéster es tipo de resina plástica que se obtiene del petróleo a través de una sucesión de procesos químicos. Aunque existen muchas variantes posibles del poliéster, la más conocida es la termoplástica llamada PET (formada sintéticamente con etilenglicol y tereftalato de dimetilo). Como resultado de su polimerización se obtienen las fibras que luego se utilizan en prendas de vestir”. (textilon, 2016)

La tela poliéster en si es una fibra que son utilizadas por las industrias textiles, y suele a veces presentarse como una contraparte de algodón, y es muy utilizada por su capacidad de absorción y transpirabilidad.

Ventajas de la tela poliéster

- ✓ Alta flexibilidad para la estabilidad y forma consistente.
- ✓ Es muy resistente al estiramiento.
- ✓ Es más duradero a cualquier fibra expuesto a la luz del sol.
- ✓ Extensible y son muy resistentes a las arrugas
- ✓ No son atacadas por bacterias, moho o polillas

Desventajas de la tela poliéster

- ✓ No se puede teñir con colorantes normales.
- ✓ Se utilizan colorantes especiales para la tela.
- ✓ Tiene baja propiedades de absorción de agua y sudor.
- ✓ Las manchas de grasa o aceite no se eliminan fácilmente.

2.4 Botellas Pet

Definición

Es también conocido como “polietileno tereftalato-poliéster”, es un plástico que se puede obtener a través del etileno y el para xileno, este se transforma por distintos procesos de extrusión, inyección, inyección-soplado y termoformado.

“Es un material lineal, con una gran lucidez y dureza, muy resistente, tanto al desgaste y a los productos químicos, como al impacto, a la rotura y al fuego. Además, hay que sumarle que es totalmente reciclable y respetuoso con el medio ambiente. A la par que genera poco humo no tóxico y no emite sustancias tóxicas que contaminen en los vertederos, actúa como barrera contra los gases.” (Arteplastica, 2017)

Un factor negativo que se puede analizar de las botellas PET, es que no son apreciables, las pequeñas partículas que quedan de las botellas se pueden dispersar y llegar a los alimentos, llegando a obtener consecuencias graves para la salud de las personas, hasta pueden llegar a tener problemas en el desarrollo del feto en caso de mujeres embarazadas.

¿Qué se puede hacer?

Para lograr disminuir un cierto porcentaje del desecho de las botellas PET, se debe realizar por incentivar a todas las personas a que realicen su propio reciclaje, especialmente más a las organizaciones involucradas, desde que fabrican envases, hasta las industrias que realizan alimentos y los envuelven con ese material.

2.5 Estudio Financiero

2.5.1 Malla presupuestaria

Presupuesto empresarial

“El presupuesto forma parte del planteamiento financiero de una empresa, es el monto que cada empresa fija para el desarrollo de sus diferentes objetivos, ya sean estos destinados a inversión, financiamiento, planes de operación.” (Carlos, 2020)

2.5.2 Indicadores de análisis financieros

Indicadores de liquidez:

Este indicador no es solamente finanzas totales de la empresa, si no a su capacidad para transformar en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo= Activo Corriente-Pasivo Corriente

Nos indica el valor que le quedaría a la empresa, después de cancelar todos sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Gerencia tomar decisiones de inversión temporal.

Razón corriente:

Este nos Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

Razón Corriente = $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$

Prueba Acida:

Muestra el grado de disponibilidad de recursos de alta liquidez de la empresa, eliminando el efecto de los inventarios, que son el activo de corto plazo de menor liquidez.

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Margen Bruto:

Por cada peso vendido, cuánto se genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Utilidad Bruta} \times 100}{\text{Ventas Netas}}$$

CAPITULO 3

3. Levantamiento de información

Para establecer la demanda se utilizó como herramientas el método cuantitativo, este nos permite recolectar información de manera numérica del estudio mencionado, y el método cualitativo que nos ayuda a obtener información a través de datos primarios como secundarios que son: (entrevistas, encuesta, observación) para así determinar un correcto estudio de mercado.

Por lo cual se realizó encuestas a una muestra de la población del Cantón de La Troncal en especial a las personas que utilizan telas para sus confecciones, ya sean costureras y bazares, cabe recalcar que las preguntas realizadas de forma clara, específicas, abiertas y cerradas, donde el entrevistado no pueda confundirse y así nos permitirá obtener mejor información.

3.1 FUENTE DE DATOS

➤ **Fuente de datos primarios**

Los datos primarios, “son aquellos datos generados por uno mismo como investigador entre los que se incluyen están, entrevistas, encuestas, libros, cuestionarios o trabajo de campos. Pero siempre son datos generados por ti.” (Boté, 2017)

➤ **Fuentes de datos secundarios**

Los datos secundarios, “son aquellos datos generados por otras personas y normalmente se suelen emplear para establecer el marco teórico. Se clasifican en datos externos o secundarios se publican desde gobiernos, asociaciones o medios de comunicación, pero también se publican datos por científicos.” (Boté, 2017)

3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población del Cantón La Troncal cuenta con 76,872 habitantes según el Censo del 2020 de los cuales 64,188 habitantes son de la edad de 19 a 65 años, tomando en cuenta la zona rural, como la zona urbana para realizar el estudio de mercado.

Se tiene un mercado de 64,188 personas, con dicho valor mencionado se aplicará la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * N + z^2 * p * q}$$

- n= tamaño de la muestra
- N= tamaño del universo
- Z= nivel de confianza deseado, que será el 95% en donde el valor que corresponda es 1.96 en la tabla de la curva nominal
- p= proporción estimada de éxito
- q= proporción estimada de fracaso
- e= representa el error de estimación, el cual se considera el 5%

Reemplazando la formula especificada, se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 * 64188 * 0,5 * 0,5}{(0,05^2 * 64188) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{61646}{161}$$

$$n = 382$$

El tamaño de muestra determinado es de 382 de la cual se tomará solo para realizar las encuestas:

$$n = 382$$



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA EXTENSIÓN SAN PABLO DE LA TRONCAL

3.3 Encuesta

Encuesta que tiene como finalidad establecer un plan de negocios enfocado en la producción de telas a base de botellas de plásticos PET.

- 1. Que clases de tela UD. utiliza a diario para la confección de sus prendas.**

TELAS	X
Tela de origen animal	
Tela de origen vegetal	
Tela de origen sintéticas	
Entre otras	

- 2. Ha utilizado Ud. telas elaboradas con material reciclado para sus confecciones.**

SI **NO**

- 3. Ha escuchado hablar sobre empresas que elaboran fibras textiles con material reciclado como son las botellas de plástico.**

SI **NO**

- 4. Cree Ud. que existen suficientes proveedores de este tipo de tela.**

SI **NO**

5. Cree Ud. que hace falta una empresa productora de tela con material reciclado en el catón.

SI NO

6. Que valora Ud. al momento de comprar la tela.

Valoración	X
Calidad	
Cantidad	
Precio	

7. Estaría dispuesto a utilizar tela poliéster elaborado a partir de material reciclado.

SI NO

8. Que prendas elaboraría si utilizara fibras textiles con material reciclado.

PREDAS A ELABORAR	X
Camisetas	
Pantalones	
Shorts	
Blusas	

9. Que medio le gustaría que le empresa le ofrezca información sobre el producto.

Medios de información	X
Redes sociales	
Televisión	
Volantes	
Radio	
Periódico	

10. Como le gustaría pagar

Forma de pago	X
Efectivo	
Tarjeta de crédito	
Transferencias	

11. ¿Está de acuerdo con los precios de cada tela a ofrecerse?

Telas	Precios
Tela poliéster	\$ 340,00
Micro polar	\$ 175,00
Crepe poliéster	\$ 160,00

Análisis y Evaluación de Estudio de Mercado

Encuesta

La realización de las encuestas arrojó los siguientes resultados:

3.3.1 Tabulación de datos

La encuesta que tiene como finalidad establecer un plan de negocios enfocado en la producción de telas a base de botellas de plásticos PET.

1. ¿Qué clases de tela UD. utiliza a diario para la confección de sus prendas?

Telas		
Tela de origen animal	92	24%
Tela de origen vegetal	145	38%
Tela de origen sintetica	79	21%
entre otras	66	17%
	382	100%

Tabla 1._ Tipos de tela.

Fuente: Autor.

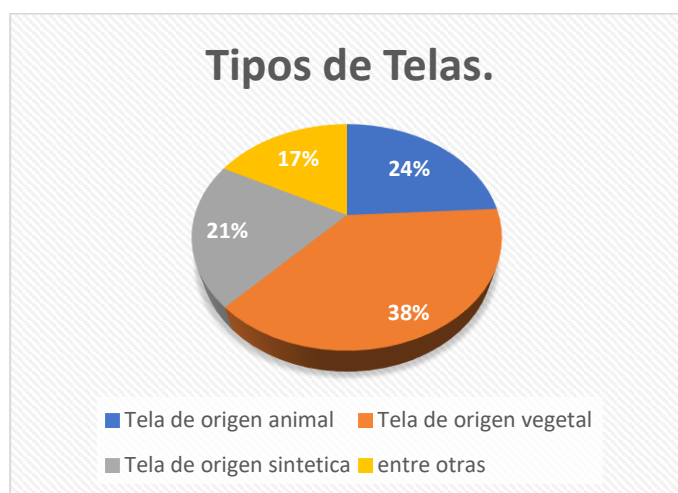


Gráfico 1. Preguntas 1 del cuestionario planteado a los consumidores.

De las encuestas realizadas a la población del catón la Troncal se pudo determinar que el 24% utilizan telas de origen animal, el 38% tela de origen vegetal, el 21% utilizan telas de origen sintética y el restante que es el 17% utilizan otras clases de telas para sus confecciones.

2. Ha utilizado Ud. telas elaboradas con material reciclado para sus confecciones.

SI	123	32%
NO	259	68%
	382	100%

Tabla 2._ Telas utilizadas.

Fuente: Autor



Gráfico 2. Preguntas 2 del cuestionario planteado a los consumidores.

Mediante las encuestas realizadas a la población Troncaleña se pudo analizar que el 32% si utilizan telas recicladas para su confección y el restante que es el 68% no utilizan.

3. Ha escuchado hablar sobre empresas que elaboran fibras textiles con material reciclado como son las botellas de plástico.

SI	171	45%
NO	211	55%
	382	100%

Tabla 3. Empresas similares.

Fuente. Autor.

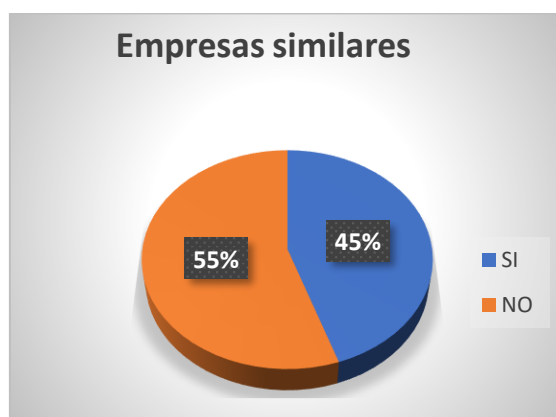


Gráfico 3. Preguntas 3 del cuestionario planteado a los consumidores.

En el grafico nos indica que el 45% de las personas si han escuchado hablar sobre empresas que se dediquen a esta actividad y el restante es de 55% no han escuchado sobre estas empresas.

4. Cree Ud. que existen suficientes proveedores de este tipo de tela.

SI	157	41%
NO	225	59%
	382	100%

Tabla 4._ Proveedores suficientes.

Fuente: Autor.

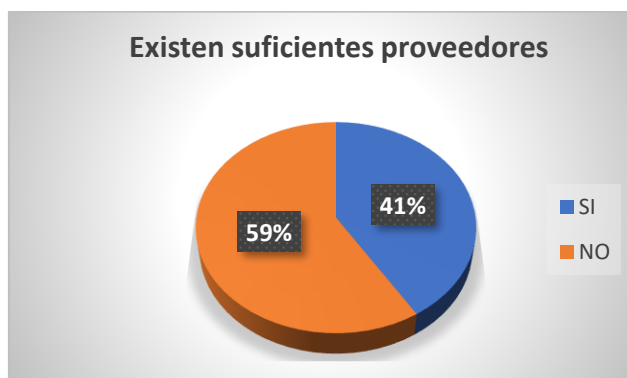


Gráfico 4. Pregunta 4 del cuestionario planteado a los consumidores.

Según la capacidad adquisitiva de los encuestados se les pregunto si existen suficientes proveedores, el 49% respondieron que sí, y el restante que es el 51% respondieron que no.

5. Cree Ud. que hace falta una empresa productora de tela con material reciclado en el catón

SI	236	62%
NO	146	38%
	382	100%

Tabla 5._ Empresas faltantes.

Fuente: Autor.



Gráfico 5. Pregunta 5 del cuestionario planteado a los consumidores.

Se determino mediante esta pregunta si hace falta una empresa productora de telas con materiales reciclados en el Catón, en la cual se obtuvo los siguientes resultados, que el 62% respondieron que sí, y el restante que es el 38% respondieron que no hace falta.

6. Que valora Ud. al momento de comprar la tela.

Calidad	154	40%
Cantidad	95	25%
Precio	133	35%
	382	100%

Tabla 6._ Valoración de compra.

Fuente: Autor.

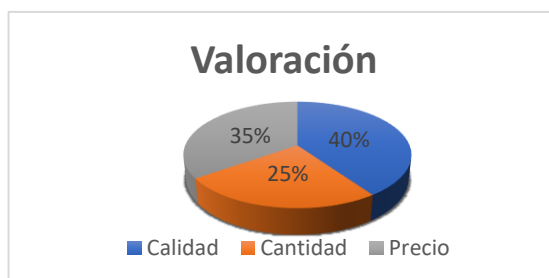


Gráfico 6. Pregunta 6 del cuestionario planteado a los consumidores.

Por parte de los encuestado se pudo determinar la valoración al momento de comprar las telas, en la cual el 40% de los encuestados valoran la calidad, el 25% la cantidad y el restante que es el 35% el precio.

7. Estaría dispuesto a utilizar tela poliéster elaborado a partir de material reciclado.

SI	234	61%
NO	148	39%
	382	100%

Tabla 7._ Producto a utilizar.

Fuente: Autor.

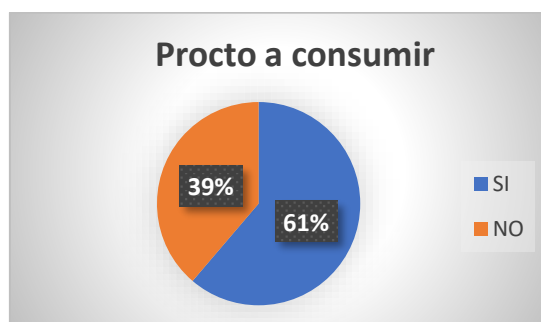


Gráfico 7. Pregunta 7 del cuestionario planteado a los consumidores.

Según las encuestas realizadas se determinó si los encuestados utilizarían este producto, donde el 61% respondieron que sí, mientras que el restante de los encuestados que el 39% respondieron que no lo utilizarían.

8. Que prendas elaboraría si utilizara fibras textiles con material reciclado.

Camisetas	120	31%
Pantalones	105	27%
Bermudas	84	22%
Blusas	73	19%
	382	100%

Tabla 8._ Prendas a elaborar.

Fuente: Autor.

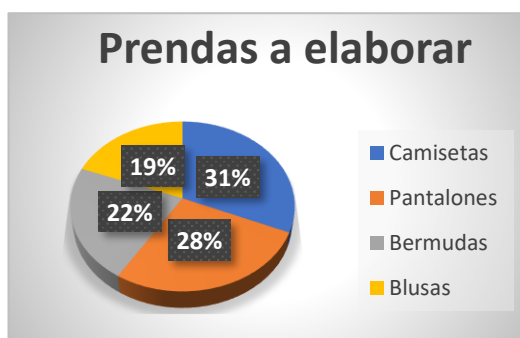


Gráfico 8. Pregunta 8 del cuestionario planteado a los consumidores.

Mediante esta pregunta se pudo identificar que prendas elaborarían los encuestado con la tela poliéster hecho a base de botellas Pet, el 31% produciría camisetas, un 28% pantalones, 22% bermudas, y el 19% elaboraría blusas.

9. Que medio le gustaría que le empresa le ofrezca información sobre el producto

Redes sociales	120	31%
Televisión	91	24%
Volantes	75	20%
Radio	54	14%
Periódico	42	11%
	382	100%

Tabla 9._ Medios de comunicación.

Fuente: Autor.

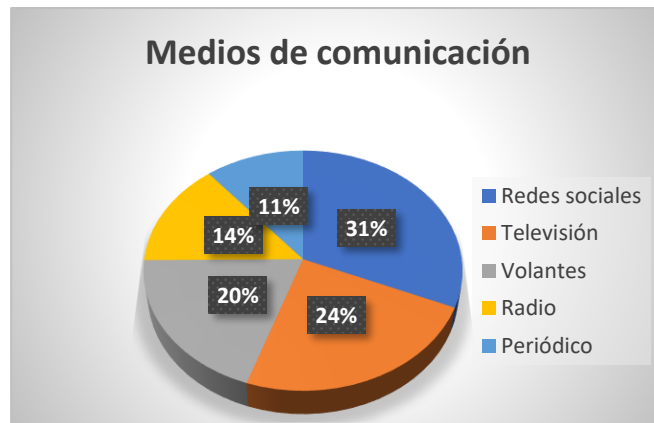


Gráfico 9. Pregunta 9 del cuestionario planteado a los consumidores.

Mediante las encuestas realizadas se analizó que el medio por el cual la gente prefería escuchar información acerca del producto a elaborarse es por medio de las redes sociales con un total del 31%, seguido de televisión con un 24%, seguido de volantes con un 20%, radio con un 14% y periódico con el 11%.

10. Como le gustaría pagar

Efectivo	144	38%
Tarjeta de crédito	114	30%
Transferencias	124	32%
	382	100%

Tabla 10._ Forma de pago.
Fuente: Autor.

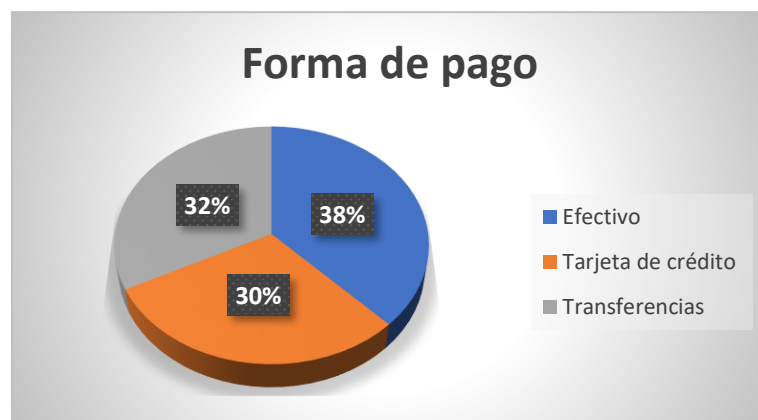


Gráfico 10. Pregunta 10 del cuestionario planteado a los consumidores.

Mediante las encuestas realizadas se les pudo preguntar a los encuestados que cual sería la manera de pago que ellos desearían y respondieron que el 38% le gustaría de manera efectivo, el 30% por medio de transferencia y el restante el 32% prefiere por medio de tarjeta de crédito.

11._ Está de acuerdo con los precios de cada tela a ofrecerse?

Telas	Precios	SI	NO	SI	NO	
Tela Poliester	\$ 340,00	239	143	63%	37%	100%
Micropolar	\$ 175,00	264	118	69%	31%	100%
Crepe Poliester	\$ 160,00	234	148	61%	39%	100%

Tabla 11._ Precio del producto.

Fuente: Autor.

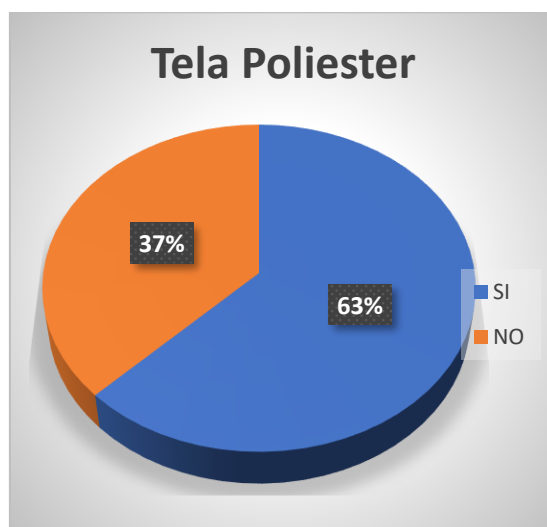


Gráfico 11. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.

Por medio de las encuestas realizadas a los pobladores del Cantón La Troncal, se pudo observar y analizar que el 63% de las personas encuestadas nos indicaron que estarían de acuerdo con el precio del producto a ofrecer, mientras que el 37% restante nos indicaron que no están en acuerdo con el precio ofrecido.

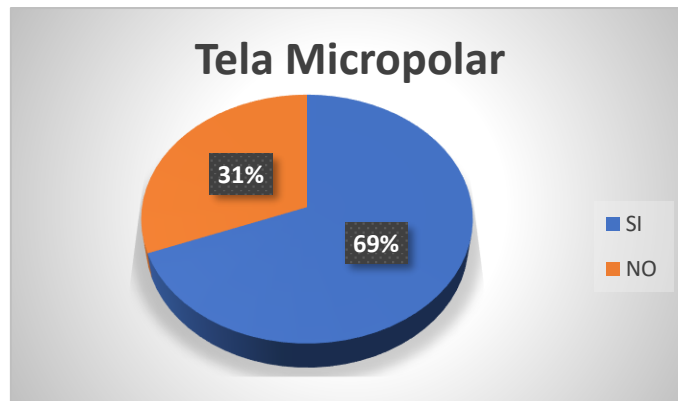


Gráfico 12. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.

Por medio de las encuestas realizadas se pudo observar que el 69% de los encuestados están de acuerdo con el precio de la Tela Micro polar, mientras que el 31% no están de acuerdo

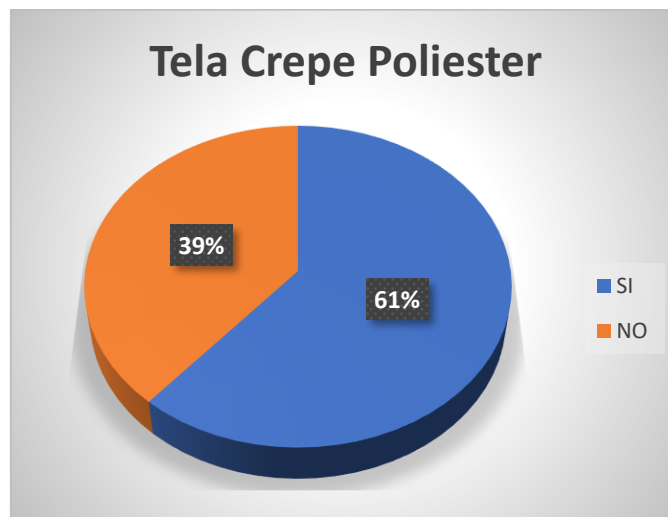


Gráfico 13. Pregunta 11 del cuestionario planteado a los consumidores.

Por medio de las encuestas realizadas se pudo observar que el 61% de los encuestados están de acuerdo con el precio de la Tela Crepe Poliéster, mientras que el 39% están en desacuerdo.

3.3.2 Diseño del Logotipo



Figura 3._ Logotipo.
Fuente: Autor.

NOMBRE: “MONCAYO TEXTIL”.

SLOGAN: Haciendo un mundo ecológico para nuestros clientes.

CATEGORÍA: Se dedica a la fabricación de tela poliéster a base de botellas Pet, ayudando a reducir la contaminación de la naturaleza y brindando un producto de excelente calidad para los futuros consumidores.

Esta imagen fue diseñada con el fin de transmitir seguridad y la confianza a los futuros clientes como son costureras, sastres, entre otras.

Los colores que se eligieron para la creación de la marca de la empresa “MONCAYO TEXTIL”, son colores cálidos y fríos, como es el azul, este color representa los mares tranquilos, la frescura, y la lealtad, que transmitirá la empresa a nuestros futuros clientes, el color negro en el logotipo representa fuerza, inteligencia, lujo y glamour para la empresa.

El Slogan fue diseñado con el propósito de brindar un mensaje de motivación a todas las personas ecuatorianas, para que reciclen, cuiden y protejan el medio ambiente.

3.3.3 Modelo Canvas

Empresa: Moncayo Textil”



Figura 4._ Modelo Canvas "Moncayo Textil"

Fuente: Autor.

El modelo Canvas es una herramienta ideal para distintas empresas, como es en la estructuración, a visualizar la información de los clientes, la propuesta de valor que ofrece,

la planificación y análisis del negocio.

La importancia del modelo diseñado consiste en presentar a la empresa de fabricación de tela poliéster, un conjunto de herramientas que ayude administrar, y gestionar los segmentos de mercado, los canales de comunicación y distribución, con el fin de adquirir nuevas ideas para la creación de mejores propuestas de valor, teniendo como objetivo dirigir a la empresa mediante un modelo gestionado metodológicamente.

Se debe tomar en cuenta que para el alcance del diseño del Modelo Canvas, fue realizado a base de situaciones de otras empresas, en lo cual se analizara cada uno de los bloques del modelo del negocio Canvas, buscando la manera correcta de gestionar la empresa “Moncayo Textil” en la Ciudad de la Troncal. Para la creación del modelo se analizó las siguientes preguntas que son: ¿Qué hábitos tienen?, ¿Quién será nuestro socio?, ¿Cómo llegaremos a ellos?, ¿Dónde están?, por medios de estas interrogantes la empresa podrá tomar decisiones correctas que favorezcan a la satisfacción de la compañía.

Los elementos que se debe tener en cuenta para el diseño del Modelo de Negocio Canvas son las siguientes:

- Segmentos de clientes
- Propuesta de valor
- Canales
- Relación con los clientes
- Fuentes de ingresos
- Actividades claves
- Recursos claves

Segmentos de Clientes:

La empresa “Moncayo Textil”, tiene como segmento objetivo a las personas Troncaleña de 18 a 55 años de edad, este producto esta dirigido especialmente a los bazares, sastres y costureras ya que estas se dedican a la confección de ropa, y puedan disfrutar del nuevo beneficio.

Propuesta de valor:

La propuesta de negocio consiste en la producción de tela base de material reciclado que son las botellas Pet, disminuyendo así un cierto porcentaje de la contaminación ambiental.

El producto a ofrecerse a las personas Troncaleña es de calidad, y de uso diario, donde pueden diseñar camisetas, shorts, blusas entre otras prendas de vestir que deseen.

También ofrece a los intermediarios promociones, descuentos, y además facilidad de pago a la hora de comprar el producto.

Canales:

La venta del producto se realizará directamente en el local, también se efectuará ventas por medios de las paginas webs, redes sociales, entre otras, con el pasar el tiempo se harán alianzas con otras empresas para que vendan nuestro producto.

Relación con los clientes:

La relación con el cliente, consiste en la comunicación, fidelización y la retención de los mismos que tendrá la empresa, por la cual se ofrecerá un producto de excelente calidad, se dará a cocer el beneficio que proporciona este producto al medio ambiente, haciendo que se sientan satisfecho y cómodos con la atención que se le brindara y de esa manera quieran ser parte de nuestros clientes recurrentes.

Fuentes de ingresos:

La empresa realizara el proceso de compra lo más fácil posible para el cliente, para que de esta manera no tenga ningún aspecto negativo del producto y realice su compra lo mas rápido, para esto el cliente podrá pagar por medio de herramientas electrónicas, por medio de entidades bancarias o en efectivo, como el cliente se sienta a gusto de realizar el pago correspondiente, llevándose experiencias positivas de la empresa.

Actividades claves:

Relación directa con los proveedores: Una buena relación con los proveedores ayuda a mejorar la calidad del producto que se va a ofrecer a cada consumidor. Para elegir a nuestro proveedor se deberá realizar un proceso de análisis y planteamientos, se debe reconocer la rapidez del proveedor en las diligencias que realiza ya que, por motivo de retraso de algún pedido, nos generará pérdida de dinero y de clientes.

Capacitación a los intermediarios a la hora de comprar

Servicio de venta y entrega del producto.

Planteamiento de control y producción. Esta herramienta nos ayuda a coordinar y llevar todas las operaciones del proceso productivo de negocio, con el fin de cumplir con todos los compromisos con los clientes de empresa.

Recursos claves:

La empresa tiene recursos indispensables para el buen funcionamiento de la misma, tales como:

Capital humano: Son las personas encargadas de la producción, la venta, la publicidad del producto, son los encargados del manejo contable de la empresa.

Recursos tecnológicos: son los sistemas de producción, sistemas de ventas, sistemas administrativos, son herramientas que nos ayudan al funcionamiento de la empresa.

Recursos financieros: Es todo el dinero que nuestra empresa posee, el dinero de los clientes al momento de comprar el producto, en si son todos los fondos financieros que tiene la entidad.

Estructura de costos:

Estructura de costos hace referencia a todos los costos fijos y variables que tiene la empresa durante su funcionamiento como son:

Costo de transporte.

Salario administrativo.

Salario de empleados.

Pago de arriendo del local.

Pago de servicios básicos.

Pago de los proveedores de materia prima.

Mantenimiento de maquinarias y herramientas.

Pago de medios publicitarios.

3.3.4 Matriz Foda de la empresa

MATRIZ FODA	
FORTALEZA	DEBILIDAD
1 Ser la unica empresa en el Cantón	1 Las maquinas se van deteriorando con el tiempo
2 Buen trato con los proveedores	2 Grandes deudas
3 buen ambiente de trabajo	3 Presencia en el mercado de grandes empresas textiles nacionales e internacional
4 Buen horario de atención	4 Manejos de inventarios nulos
5 Recursos humanos calificados y con experiencia	5 Falta de experiencia en el sector
6 Ofrecer productos de calidad y a buen precios.	6 Pocas de herramientas de trabajo
7 Variedad del producto.	7 Organigrama de la empresa sin delegación de funciones
8 Formas de pagos adecuados.	8 Por ser nueva en el mercado no cuenta con mucha Venta
9 Amigable con el medio ambiente	9 No existen estrategias de ventas.
10 personala compremeido con la mision y vision de la empresa	10 No cuenta con Sistema Contable
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1 Ferias artesanales para exhibir el producto.	1 Tener ompetencia con los precios.
2 Implementar sucursales en todo el pais	2 Productos sustitutos
3 crecimiento de la empresa.	3 Negativa cooperacion de empresas
4 Cambio de estilo de vida para los consumidores en el uso del prod	4 Aparicion de empresas similares
5 Desarrollo de nuevos productos	5 Desastres Naturales
6 Reconocimiento de la Sociedad	6 Cambio de Politicas
7 Nuevas implementacion de nuevas tecnologias	7 Pandemias mundiales
8 Diferente proveedores	8 Tasas de Interes
9 Rapido otorgamiento de credito.	9 Pecios de Proveedores
10 Crecimineto de la población.	10 Inflación

Figura 5. _Matriz Foda
Fuente: Autor

Análisis:

Empresa: “Moncayo Textil”

La matriz FODA es una herramienta que nos permite analizar la situación actual de las entidades, ayudando de esta manera a tomar decisiones acordes a los objetivos y políticas planteado de las empresas.

Se analiza en profundidad la situación de la empresa, tanto interno y externo, se deberá determinar las Fortalezas y debilidades, que se obtienen de los factores internos permitiendo proveer a la organización puntos positivos y negativos.

Por otra parte, se deberá analizar las oportunidades y amenazas que existen en el entorno de la organización.

La Matriz FODA permite conocer y evaluar los factores internos y externos de la empresa dedicada a la fabricación de tela poliéster, que será fundamental a la hora de establecer el plan.

Ayuda a conocer cuál será la posibilidad del cumplimiento del objetivo, teniendo en cuenta los obstáculos que se encontrará en el camino, y como se deberá enfrentarse cada uno de estas dificultades.

Mediante la matriz FODA se analizar puntos positivos y negativos de la empresa “Moncayo Textil” a realizarse y como esto se van relacionando con los futuros competidores. Se determino cuales serían las mejores decisiones que se deberá tomar para aplicar estrategias que ayuden a la mejora del negocio.

Por medio de esto se observará y se analizara con el pasar el tiempo cuáles serán las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas que puede llegar a tener la empresa.

3.3.5 Flujos de Diagrama

Proceso del Hilo

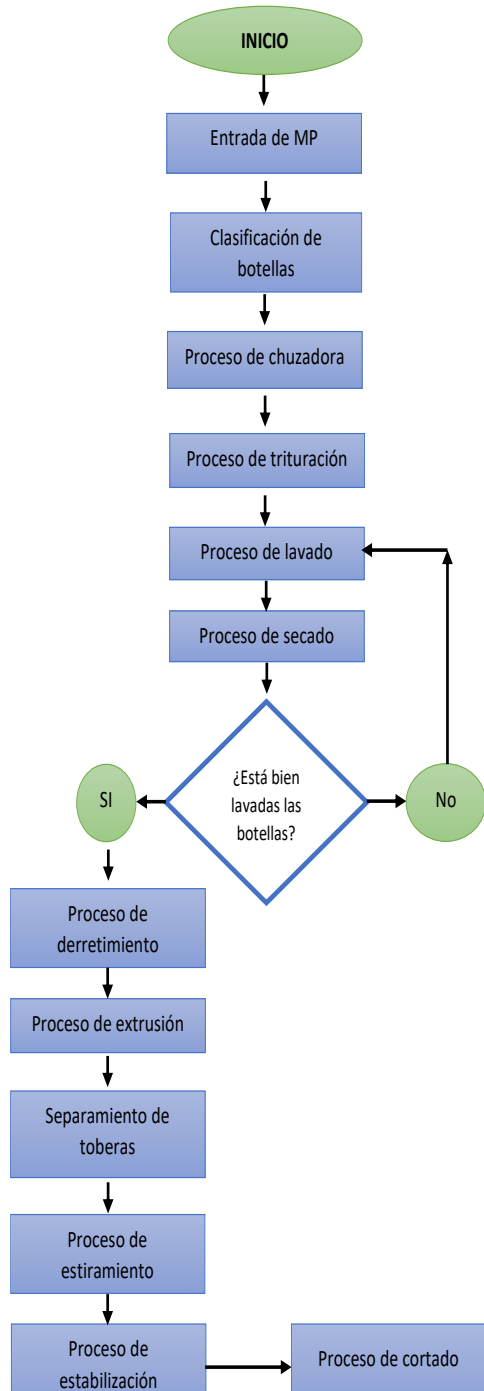


Figura 6. Flujo de diagrama de proceso del hilo.

Fuente: Autor

Proceso de la Tela

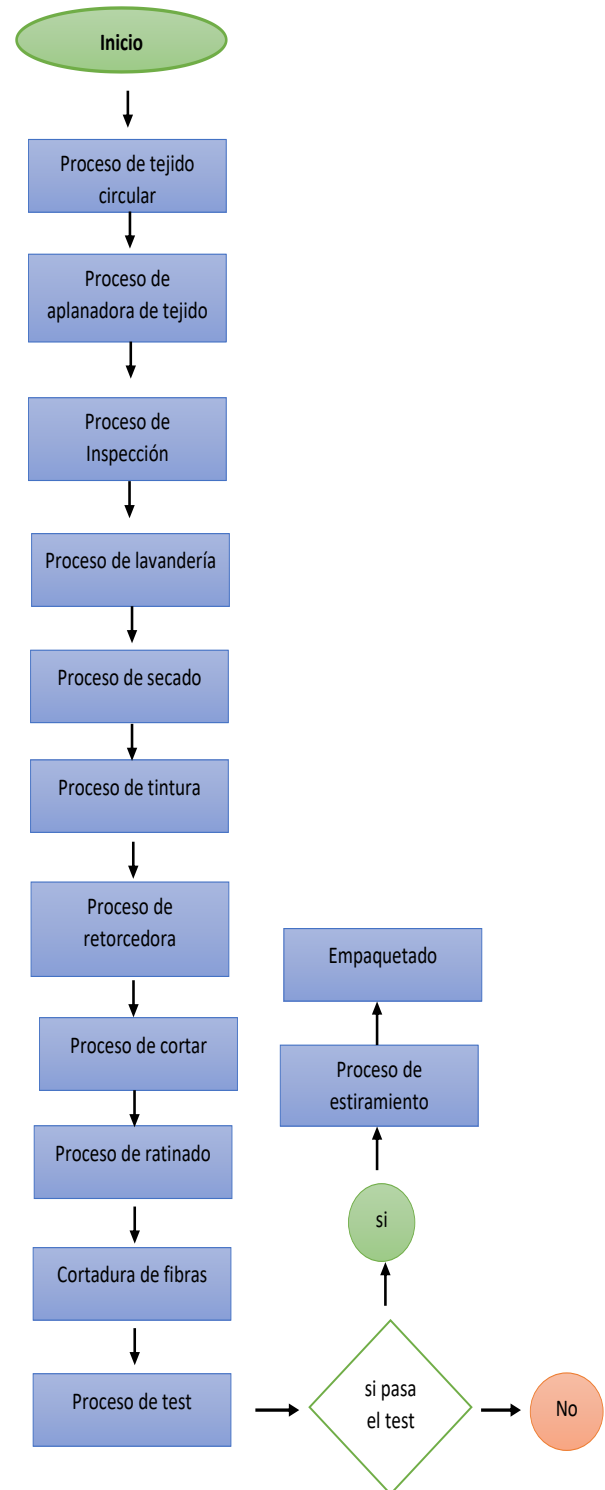


Figura 7._ Flujo de diagrama del proceso de la tela

Fuente: Autor

Proceso de venta

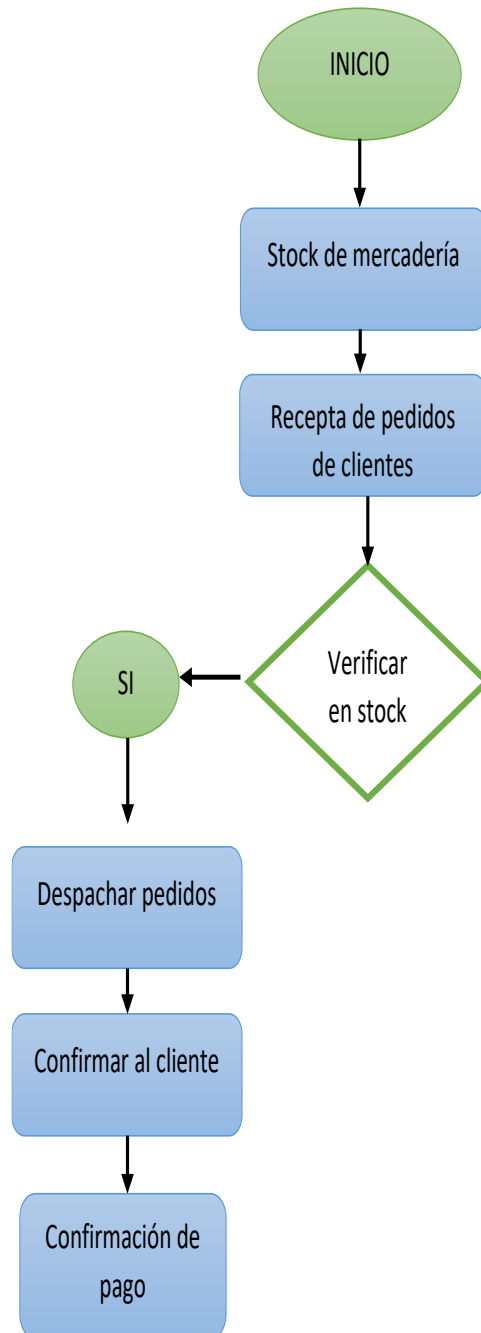


Figura 8. Flujo de diagrama de proceso de venta.

Fuente: Autor.

Análisis

El flujo de diagrama nos permite mejorar los procedimientos y los procesos de cada uno de las actividades que se lleva a cabo dentro de la organización, facilitándole al empleado los procesos de producción de cada actividad.

Estos diagramas nos permiten detallar cada uno de los aspectos de diseño y producción de un producto sencillo o complejo, para detallar los aspectos importantes que se usan al momento de dar una solución determinada.

Hoy en día estos diagramas son una herramienta muy usados por los reclutadores de empresas, para capacitar a sus nuevos empleados o para aquellas personas que desarrollan alguna determinada tarea a la hora que se valla a realizar algún tipo de cambio de proceso.

En la figura 6, se desarrolló el diagrama de flujo de producción del hilo, aquí se puede observar cuales son los procesos a detallados para la fabricación del producto, se define cada uno de los pasos desde que llega la materia prima, hasta que se convierta en el producto final a ofrecer a los consumidores, esto deberán seguir con exactitud el empleado que estará a cargo del área de producción con el fin de mejorar la productividad.

En la figura 7, se elaboró el flujo de diagrama de proceso de tela que sería la continuación del proceso del hilo, el empleado podrá observar cada uno de los pasos para la elaboración del producto terminado, que a su vez será entregado a las manos de los consumidores satisfaciendo una de sus necesidades.

En la figura 8, se realizó el flujo de diagrama de ventas es una herramienta en donde se analiza cada uno de los pasos para la negociación del producto, es aquí donde el vendedor debe seguir este proceso sin ningún inconveniente para llegar a la meta deseada, que es vender el producto al cliente.

Análisis y Evaluación del Estudio Técnico

3.3.6 Ubicación.

Empresa: “Moncayo Textil”

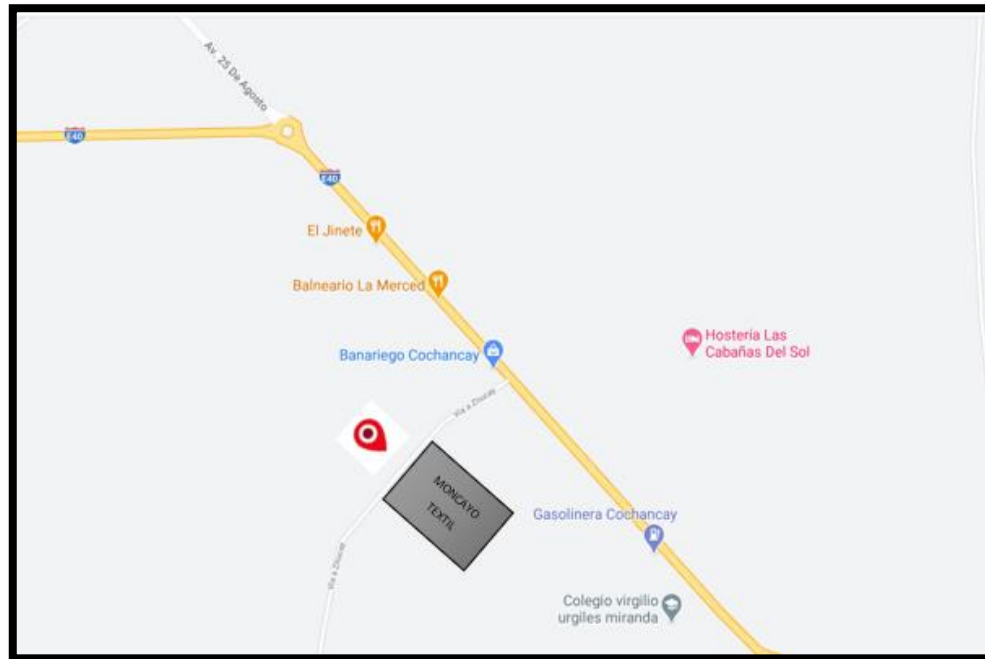


Figura 9._ Ubicación.

Fuente: Google maps

Análisis:

El plan de negocio a ejecutar sobre la empresa de productora de tela Poliéster a base de botella Pet “Moncayo Textil”, se encontrará ubicada en la zona vía Zhucay, Ecuador-Cañar, afueras de los pobladores de la Troncal, con el fin de tener un buen posicionamiento en un área donde se pueda evitar cualquier riesgo alguno al momento de realizar las actividades de producción, logrando obtener los mejores beneficios para la organización impidiendo algún peligro para los consumidores.

3.3.7 Distribución de la planta



Figura 10._ Distribución de la planta.

Fuente: Autor.

Análisis:

La distribución de la fábrica de tela es de suma importancia para poder ejecutar de la mejor manera posible cada uno de las operaciones del proceso productivo, de esta forma se eliminan desperdicios ya sea de tiempo o de transporte innecesario, logrando un menor tiempo posible al momento de realizar el producto y en la rapidez del servicio.

Como se puede observar en la figura 10, la empresa cuenta con el taller de producción de tela donde estarán instaladas las maquinas necesaria para el proceso, cuenta con el área de almacenaje de la materia prima, con el departamento de calidad, con el área administrativa y el departamento de venta.

El tamaño de la empresa es un factor muy importante dentro del estudio técnico, ya que esto permite al administrador determinar la capacidad de producción que puede llegar a tener la fábrica en determinado tiempo.

Estudio y Análisis de la Evaluación Financiera

3.3.8 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
AL 01 DE ENERO DEL 2021			
ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
<u>Disponible</u>		Proveedores MP	\$ 1.078,00
Caja	\$ 89.094,64	Proveedores MI	\$ 1.114,75
<u>Exigible</u>		Prest Banc Cort Plazo	\$ 15.962,67
Cuentas por Cobrar	\$ -	PASIVO NO CORRIENTE	
<u>Realizable</u>		Prest Banc Largo Plazo	\$ 282.510,92
Inventarios de Prod. Terminados	\$ 84.500,00	TOTAL PASIVO	\$ 300.666,34
Inventarios de MPD	\$ 1.540,00		
Inventarios de Materiales Ind.	\$ 1.715,00		
<u>Otro Act Corrientes</u>			
Herramientas y Suministros	\$ 369,00		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
<u>Fijo Depreciable</u>			
Equipo de Computo	\$ 4.145,20		
Vehiculos	\$ 36.180,00		
Muebles y Enseres	\$ 2.945,00		
Maquinaria y Equipos	\$ 129.500,00		
Local Comercial	\$ 99.000,00		
<u>Fijo No Depreciable</u>			
Terreno	\$ 90.200,00		
<u>Amortizables</u>			
Gastos de Constitucion	\$ 2.890,00		
Gastos de Instalacion	\$ 3.967,50		
TOTAL ACTIVOS	\$ 546.046,34	PATRIMONIO	
		Aporte de Capital	\$ 245.380,00
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 546.046,34

Tabla 12._ Estado de Situación Inicial.
Fuente: Autor.

Presupuesto de Venta

Presupuestos de Ventas										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Tela Poliester										
Unidades a Vender	1008	1024	1040	1056	1072	1089	1106	1123	1141	1159
Precio de Venta Unitario	\$ 445,40	\$ 450,08	\$ 454,80	\$ 459,58	\$ 464,40	\$ 469,28	\$ 474,21	\$ 479,19	\$ 484,22	\$ 489,30
Total de Ventas	\$ 448.963,20	\$ 460.878,54	\$ 472.994,61	\$ 485.314,30	\$ 497.840,55	\$ 511.045,63	\$ 524.473,13	\$ 538.126,27	\$ 552.492,52	\$ 567.101,13
Micropolar										
Unidades a Vender	768	780	792	804	817	830	843	856	869	883
Precio de Venta Unitario	\$ 217,00	\$ 219,28	\$ 221,58	\$ 223,91	\$ 226,26	\$ 228,63	\$ 231,03	\$ 233,46	\$ 235,91	\$ 238,39
Total de Ventas	\$ 166.656,00	\$ 171.037,23	\$ 175.492,09	\$ 180.021,65	\$ 184.853,24	\$ 189.766,44	\$ 194.762,44	\$ 199.842,44	\$ 205.007,64	\$ 210.497,67
Crepe Poliester										
Unidades a Vender	576	585	594	603	612	622	632	642	652	662
Precio de Venta Unitario	\$ 193,60	\$ 195,63	\$ 197,69	\$ 199,76	\$ 201,86	\$ 203,98	\$ 206,12	\$ 208,29	\$ 210,47	\$ 212,68
Total de Ventas	\$ 111.513,60	\$ 114.445,19	\$ 117.426,04	\$ 120.456,88	\$ 123.538,42	\$ 126.875,37	\$ 130.268,78	\$ 133.719,46	\$ 137.228,24	\$ 140.795,96

Analís:

El presupuesto de venta es una herramienta muy importante en el área de administración de un negocio, ya que este documento ofrece proyectar las ventas en un tiempo determinado, ayudando a conocer cuánto se puede llegar a vender y si la empresa es rentable.

Como se puede observar en la tabla de presupuesto venta, se proyecta cuanto seria la cantidad a vender del producto a ofrecerse en un tiempo de 10 años, facilitándonos si la empresa será rentable y ayudando a generar estrategias para enfrentar a la competencia.

3.3.9 Presupuesto de Producción

EMPRESA MONCAYO TEXTIL										
PRESUP DE PRODUCCION										
Tela Poliester	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades a vender	1008	1024	1040	1056	1072	1089	1106	1123	1141	1159
Inv. Final Deseado PT	85	87	88	89	91	92	94	95	97	98
UNDADES A REQUERIR	1093	1111	1128	1145	1163	1181	1200	1218	1238	1257
Inv. Inicial de PT	150	85	87	88	89	91	92	94	95	97
UNDADES A PRODUCIR	943	1026	1041	1057	1074	1090	1108	1124	1143	1160
Micropolar	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades a vender	768	780	792	804	817	830	843	856	869	883
Inv. Final Deseado PT	49	50	50	51	52	53	54	54	55	56
UNDADES A REQUERIR	817	830	842	855	869	883	897	910	924	939
Inv. Inicial de PT	100	49	50	50	51	52	53	54	54	55
UNDADES A PRODUCIR	717	781	792	805	818	831	844	856	870	884
Crepe Poliester	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades a vender	576	585	594	603	612	622	632	642	652	662
Inv. Final Deseado PT	37	37	38	38	39	40	40	41	41	42
UNDADES A REQUERIR	613	622	632	641	651	662	672	683	693	704
Inv. Inicial de PT	100	37	37	38	38	39	40	40	41	41
UNDADES A PRODUCIR	513	585	595	603	613	623	632	643	652	663

Tabla 13. Presupuesto de producción.

Fuente: Autor.

Análisis:

El presupuesto de producción es una parte importante en el presupuesto global de una empresa. Sin el presupuesto de producción es imposible que una empresa o industria pueda llevar a cabo objetivos planteados.

Al desarrollar este presupuesto detallado de producción ayuda a tomar decisiones de planificación, costos de mantenimientos razonables, protección en contra de riesgos por escasez de materiales.

En la tabla 13, se puede observar cual sería la cantidad necesaria que va a producir la empresa para su venta en el periodo presupuestado y en unas condiciones concretas.

3.3.10 Presupuesto de Producto Terminado

PRESUPUESTO DE CAV										
Tela Poliéster	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mp - TELA POLIESTER	\$ 2.829,00	\$ 3.110,32	\$ 3.188,93	\$ 3.271,94	\$ 3.359,47	\$ 3.445,32	\$ 3.538,99	\$ 3.627,79	\$ 3.727,85	\$ 3.823,02
Mp - botella	\$ 6.365,25	\$ 6.998,22	\$ 7.175,09	\$ 7.361,86	\$ 7.558,81	\$ 7.751,97	\$ 7.962,72	\$ 8.162,52	\$ 8.387,65	\$ 8.601,79
MOD	\$ 1.662,33	\$ 1.827,64	\$ 1.873,83	\$ 1.922,60	\$ 1.974,04	\$ 2.024,48	\$ 2.079,52	\$ 2.131,70	\$ 2.190,50	\$ 2.246,42
CIF - Contables	\$ 75.614,44	\$ 79.714,58	\$ 81.129,89	\$ 82.551,58	\$ 85.217,50	\$ 93.986,88	\$ 95.688,90	\$ 97.227,18	\$ 98.895,07	\$ 100.561,86
COSTO DE PRODUC. - VG	\$ 86.471,03	\$ 91.650,75	\$ 93.367,73	\$ 95.107,99	\$ 98.109,81	\$ 107.208,65	\$ 109.270,13	\$ 111.149,19	\$ 113.201,07	\$ 115.233,08
Inv. Inicial Prod Termin	\$ 51.000,00	\$ 7.794,31	\$ 7.771,56	\$ 7.892,76	\$ 8.008,15	\$ 8.312,84	\$ 9.048,80	\$ 9.270,21	\$ 9.394,28	\$ 9.606,74
COSTO DISPO VTA - VG	\$ 137.471,03	\$ 99.445,07	\$ 101.139,28	\$ 103.000,74	\$ 106.117,96	\$ 115.521,49	\$ 118.318,93	\$ 120.419,40	\$ 122.595,36	\$ 124.839,82
Inv. Final Prd Termin	\$ 7.794,31	\$ 7.771,56	\$ 7.892,76	\$ 8.008,15	\$ 8.312,84	\$ 9.048,80	\$ 9.270,21	\$ 9.394,28	\$ 9.606,74	\$ 9.735,21
COSTO DE ART VENDIDOS	\$ 129.676,71	\$ 91.673,51	\$ 93.246,53	\$ 94.992,60	\$ 97.805,12	\$ 106.472,69	\$ 109.048,72	\$ 111.025,12	\$ 112.988,61	\$ 115.104,61
ANEXO PARA COSTO DE INVENTARIO FINAL PT										
Costo de Produccion	\$ 86.471,03	\$ 91.650,75	\$ 93.367,73	\$ 95.107,99	\$ 98.109,81	\$ 107.208,65	\$ 109.270,13	\$ 111.149,19	\$ 113.201,07	\$ 115.233,08
Unidades a producir	943	1026	1041	1057	1074	1090	1108	1124	1143	1160
COSTO UNITARIO DE PRODUCC	\$ 91,70	\$ 89,33	\$ 89,69	\$ 89,98	\$ 91,35	\$ 98,36	\$ 98,62	\$ 98,89	\$ 99,04	\$ 99,34
Inv Final Prod Term (Unidades)	85	87	88	89	91	92	94	95	97	98
COSTO INV FINAL PRD TERM	\$ 7.794,31	\$ 7.771,56	\$ 7.892,76	\$ 8.008,15	\$ 8.312,84	\$ 9.048,80	\$ 9.270,21	\$ 9.394,28	\$ 9.606,74	\$ 9.735,21
EMPRESA DE MONCAYO TEXTIL										
PRESUPUESTO DE CAV										
Micropolar	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mp - TELA POLIESTER	\$ 2.151,00	\$ 2.367,60	\$ 2.426,16	\$ 2.491,87	\$ 2.558,70	\$ 2.626,66	\$ 2.695,76	\$ 2.762,80	\$ 2.837,47	\$ 2.913,40
Mp - botellas	\$ 4.839,75	\$ 5.327,10	\$ 5.458,86	\$ 5.606,72	\$ 5.757,08	\$ 5.909,99	\$ 6.065,47	\$ 6.216,30	\$ 6.384,30	\$ 6.555,15
MOD	\$ 674,10	\$ 741,98	\$ 760,33	\$ 780,93	\$ 801,87	\$ 823,17	\$ 844,82	\$ 865,83	\$ 889,23	\$ 913,03
CIF - Contable	\$ 42.239,07	\$ 45.205,96	\$ 46.109,07	\$ 47.086,96	\$ 48.518,64	\$ 52.239,24	\$ 53.312,28	\$ 54.321,75	\$ 55.423,48	\$ 56.566,10
Costo de Producción VM	\$ 49.903,92	\$ 53.642,64	\$ 54.754,42	\$ 55.966,48	\$ 57.636,29	\$ 61.599,05	\$ 62.918,33	\$ 64.166,67	\$ 65.534,49	\$ 66.947,68
Inventario inicial de PT	\$ 17.500,00	\$ 3.410,45	\$ 3.434,23	\$ 3.456,72	\$ 3.545,70	\$ 3.663,92	\$ 3.928,70	\$ 4.025,58	\$ 4.047,90	\$ 4.142,98
Costo Disponible xa Vta.	\$ 67.403,92	\$ 57.053,09	\$ 58.188,65	\$ 59.423,19	\$ 61.181,99	\$ 65.262,98	\$ 66.847,03	\$ 68.192,25	\$ 69.582,38	\$ 71.090,67
Inventario final de PT	\$ 3.410,45	\$ 3.434,23	\$ 3.456,72	\$ 3.545,70	\$ 3.663,92	\$ 3.928,70	\$ 4.025,58	\$ 4.047,90	\$ 4.142,98	\$ 4.241,03
Costo de Artículos Vendidos	\$ 63.993,47	\$ 53.618,86	\$ 54.731,93	\$ 55.877,49	\$ 57.518,07	\$ 61.334,28	\$ 62.821,45	\$ 64.144,36	\$ 65.439,40	\$ 66.849,64
ANEXO PARA COSTO DE INVENTARIO FINAL PT										
Costo de producción	\$ 49.903,92	\$ 53.642,64	\$ 54.754,42	\$ 55.966,48	\$ 57.636,29	\$ 61.599,05	\$ 62.918,33	\$ 64.166,67	\$ 65.534,49	\$ 66.947,68
Unidades a producir	717	781	792	805	818	831	844	856	870	884
Costo de producción unitario	\$ 69,60	\$ 68,68	\$ 69,13	\$ 69,52	\$ 70,46	\$ 74,13	\$ 74,55	\$ 74,96	\$ 75,33	\$ 75,73
Unidades de Invent. final PT	49	50	50	51	52	53	54	54	55	56
Costo de Inv. Final PT	\$ 3.410,45	\$ 3.434,23	\$ 3.456,72	\$ 3.545,70	\$ 3.663,92	\$ 3.928,70	\$ 4.025,58	\$ 4.047,90	\$ 4.142,98	\$ 4.241,03
EMPRESA DE MONCAYO TEXTIL										
PRESUPUESTO DE CAV										
Crepe Poliéster	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mp - TELA POLIESTER	\$ 1.539,00	\$ 1.773,43	\$ 1.822,68	\$ 1.866,58	\$ 1.917,46	\$ 1.969,20	\$ 2.018,63	\$ 2.075,33	\$ 2.126,47	\$ 2.185,05
MOD	\$ 150,72	\$ 173,68	\$ 178,50	\$ 182,80	\$ 187,78	\$ 192,85	\$ 197,69	\$ 203,25	\$ 208,25	\$ 213,99
CIF - Contable	\$ 29.572,69	\$ 32.739,03	\$ 33.476,17	\$ 34.129,41	\$ 35.168,51	\$ 37.740,23	\$ 38.500,09	\$ 39.331,75	\$ 40.084,35	\$ 40.951,33
Costo de Producción	\$ 31.262,41	\$ 34.686,14	\$ 35.477,36	\$ 36.178,79	\$ 37.273,75	\$ 39.902,28	\$ 40.716,41	\$ 41.610,32	\$ 42.419,08	\$ 43.350,37
Inventario inicial de PT	\$ 16.000,00	\$ 2.254,79	\$ 2.193,82	\$ 2.265,78	\$ 2.279,92	\$ 2.371,41	\$ 2.561,94	\$ 2.576,99	\$ 2.653,22	\$ 2.667,46
Costo Disponible xa Vta.	\$ 47.262,41	\$ 36.940,93	\$ 37.671,18	\$ 38.444,58	\$ 39.553,68	\$ 42.273,70	\$ 43.278,35	\$ 44.187,31	\$ 45.072,30	\$ 46.017,83
Inventario final de PT	\$ 2.254,79	\$ 2.193,82	\$ 2.265,78	\$ 2.279,92	\$ 2.371,41	\$ 2.561,94	\$ 2.576,99	\$ 2.653,22	\$ 2.667,46	\$ 2.746,18
Costo de Artículos Vendidos	\$ 45.007,62	\$ 34.747,11	\$ 35.405,40	\$ 36.164,65	\$ 37.182,27	\$ 39.711,75	\$ 40.701,37	\$ 41.534,09	\$ 42.404,84	\$ 43.271,65
ANEXO PARA COSTO DE INVENTARIO FINAL PT										
Costo de producción	\$ 31.262,41	\$ 34.686,14	\$ 35.477,36	\$ 36.178,79	\$ 37.273,75	\$ 39.902,28	\$ 40.716,41	\$ 41.610,32	\$ 42.419,08	\$ 43.350,37
Unidades a producir	513	585	595	603	613	623	632	643	652	663
Costo de producción unitario	\$ 60,94	\$ 59,29	\$ 59,63	\$ 60,00	\$ 60,81	\$ 64,05	\$ 64,42	\$ 64,71	\$ 65,06	\$ 65,39
Unidades de Invent. final PT	37	37	38	38	39	40	40	41	41	42
Costo de Inv. Final PT	\$ 2.254,79	\$ 2.193,82	\$ 2.265,78	\$ 2.279,92	\$ 2.371,41	\$ 2.561,94	\$ 2.576,99	\$ 2.653,22	\$ 2.667,46	\$ 2.746,18

Tabla 14._ Presupuesto de producto terminado.
Fuente: Autor.

3.3.11 Balance General

EMPRESA MONCAVO TEXTIL										
Presupuesto de Balance General										
Año 1 a Año 10										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVOS										
Disponible										
Caja	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Inversiones Temporales										
Nueva Inversión	\$ 549.498,92	\$ 712.751,78	\$ 801.978,04	\$ 869.795,20	\$ 792.498,29	\$ 864.107,52	\$ 959.436,29	\$ 1.061.883,29	\$ 1.155.828,01	\$ 1.009.244,63
Exigible										
Cuentas por Cobrar	\$ 29.085,31	\$ 29.854,44	\$ 30.636,51	\$ 31.431,71	\$ 32.249,29	\$ 33.107,50	\$ 33.980,17	\$ 34.867,53	\$ 35.789,14	\$ 36.735,79
Realizable										
Inventarios de Prod. Terminados	\$ 13.459,56	\$ 13.399,61	\$ 13.615,26	\$ 13.833,77	\$ 14.348,18	\$ 15.539,45	\$ 15.872,78	\$ 16.095,40	\$ 16.417,18	\$ 16.722,42
Inventario final de MPD	\$ 6.153,75	\$ 10.184,89	\$ 14.328,42	\$ 18.574,67	\$ 22.934,71	\$ 27.412,83	\$ 32.001,46	\$ 36.721,78	\$ 41.557,70	\$ 46.280,04
Inventarios de Materiales Ind.	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00	\$ 1.715,00
Otro Act Corrientes										
Herramientas y Suministros	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00	\$ 369,00
ACTIVOS NO CORRIENTES										
Fijo Depreciable										
Equipo de Computo	\$ 4.145,20	\$ 7.467,30	\$ 11.852,01	\$ 16.964,30	\$ 20.478,35	\$ 29.384,08	\$ 34.791,76	\$ 38.508,85	\$ 51.431,48	\$ 57.151,60
Vehiculos	\$ 36.180,00	\$ 36.180,00	\$ 36.180,00	\$ 36.180,00	\$ 75.910,71	\$ 75.910,71	\$ 75.910,71	\$ 75.910,71	\$ 75.910,71	\$ 163.170,51
Muebles y Enseres	\$ 2.945,00	\$ 3.412,17	\$ 3.412,17	\$ 3.412,17	\$ 3.412,17	\$ 3.412,17	\$ 5.253,34	\$ 5.253,34	\$ 5.253,34	\$ 8.804,75
Maquinaria y Equipos	\$ 129.500,00	\$ 129.500,00	\$ 129.500,00	\$ 147.326,32	\$ 271.372,25	\$ 271.372,25	\$ 271.372,25	\$ 271.372,25	\$ 271.372,25	\$ 427.537,85
Local Comercial	\$ 99.000,00	\$ 99.000,00	\$ 99.000,00	\$ 99.000,00	\$ 99.000,00	\$ 102.692,35	\$ 102.692,35	\$ 102.692,35	\$ 102.692,35	\$ 102.692,35
Depreciaciones Acumuladas	\$ -26.812,23	\$ -53.624,47	\$ -81.590,78	\$ -109.636,94	\$ -141.169,82	\$ -185.881,42	\$ -232.284,65	\$ -278.970,45	\$ -325.723,94	\$ -373.816,39
Fijo No Depreciable										
Terreno	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00	\$ 90.200,00
Amortizables										
Gastos de Constitucion	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00	\$ 2.890,00
Gastos de Instalacion	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50	\$ 3.967,50
Amortizacion Acumulada	\$ -1.371,50	\$ -2.743,00	\$ -4.114,50	\$ -5.486,00	\$ -6.857,50	\$ -6.857,50	\$ -6.857,50	\$ -6.857,50	\$ -6.857,50	\$ -6.857,50
TOTAL ACTIVO	\$ 965.925,50	\$ 1.109.524,22	\$ 1.178.938,62	\$ 1.245.536,72	\$ 1.308.318,13	\$ 1.354.341,45	\$ 1.416.310,47	\$ 1.481.619,04	\$ 1.547.812,22	\$ 1.611.807,55
PASIVOS CORRIENTES										
Proveedores MP	\$ 1.324,30	\$ 1.392,16	\$ 1.427,98	\$ 1.465,12	\$ 1.504,42	\$ 1.543,91	\$ 1.584,54	\$ 1.625,51	\$ 1.668,84	\$ 1.698,95
Prest Banc Cort Plazo	\$ 19.316,29	\$ 21.521,67	\$ 23.978,85	\$ 26.716,56	\$ 29.766,84	\$ 33.165,38	\$ 36.951,94	\$ 41.170,82	\$ 45.871,37	\$ 4.051,19
Nuevo Prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% trabajadores x pagar	\$ 65.506,54	\$ 82.416,74	\$ 86.594,46	\$ 90.238,71	\$ 93.302,62	\$ 93.958,75	\$ 97.441,05	\$ 101.592,62	\$ 106.032,97	\$ 110.341,17
22% impuesto Renta x pagar	\$ 92.800,94	\$ 116.757,05	\$ 122.675,48	\$ 127.838,18	\$ 132.178,71	\$ 133.108,22	\$ 138.041,48	\$ 143.922,87	\$ 150.213,37	\$ 156.316,66
80% Dividendos x pagar	\$ 200.450,02	\$ 252.195,22	\$ 264.979,04	\$ 276.130,46	\$ 285.506,02	\$ 287.513,76	\$ 298.169,60	\$ 310.873,41	\$ 324.460,87	\$ 337.643,98
PASIVO NO CORRIENTE										
Prest Banc Largo Plazo	\$ 263.194,63	\$ 241.672,95	\$ 217.694,11	\$ 190.977,55	\$ 161.210,70	\$ 128.045,32	\$ 91.093,38	\$ 49.922,56	\$ 4.051,19	
TOTAL PASIVO	\$ 642.592,71	\$ 715.955,80	\$ 717.349,91	\$ 713.366,58	\$ 703.469,32	\$ 677.335,35	\$ 663.281,99	\$ 649.107,80	\$ 632.298,61	\$ 610.051,96
PATRIMONIO										
Aporte de Capital	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00	\$ 245.380,00
10% reserva Legal	\$ 27.840,28	\$ 35.027,11	\$ 36.802,64	\$ 38.351,45	\$ 39.653,61	\$ 39.932,47	\$ 41.412,44	\$ 43.176,86	\$ 45.064,01	\$ 46.895,00
Utilidad año actual	\$ 50.112,50	\$ 63.048,81	\$ 66.244,76	\$ 69.032,62	\$ 71.376,51	\$ 71.878,44	\$ 74.542,40	\$ 77.718,35	\$ 81.115,22	\$ 84.411,00
Utilidad retenida años anteriores	\$ -	\$ 50.112,50	\$ 113.161,31	\$ 179.406,07	\$ 248.438,69	\$ 319.815,19	\$ 391.693,63	\$ 466.236,03	\$ 543.954,38	\$ 625.069,60
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 965.925,50	\$ 1.109.524,22	\$ 1.178.938,62	\$ 1.245.536,72	\$ 1.308.318,13	\$ 1.354.341,45	\$ 1.416.310,47	\$ 1.481.619,04	\$ 1.547.812,22	\$ 1.611.807,55
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Tabla 15._ Balance General.

Fuente: Autor.

3.3.12 Ratios Financieros

Capital de Trabajo (AC-PC)	\$ 245.883,44	\$ 318.991,87	\$ 387.986,43	\$ 438.330,33	\$ 346.855,85	\$ 417.961,27	\$ 496.186,09	\$ 577.466,77	\$ 648.428,61	\$ 526.014,92
INDICE DE LIQUIDEZ	1,65	1,67	1,78	1,84	1,64	1,76	1,87	1,96	2,03	1,86
INDICE DE PRUEBA ÁCIDA	1,59	1,62	1,72	1,77	1,57	1,68	1,78	1,87	1,94	1,76

Tabla 16._Ratios Financieros.

Fuente: Autor.

Capital de trabajo. _ Esta ratio financiera detalla lo que le queda a la empresa después de saldar todas las deudas, es la diferencia entre los Activos corrientes menos los Pasivos corrientes.

Como se puede observar en la imagen anterior en el Capital de Trabajo es el dinero que dispone la empresa de producción de tela para poder operar diariamente con sus actividades planteadas

Índice de Liquidez. _ Esta ratio financiera tiene como objetivo verificar las posibilidades de una empresa para afrontar compromisos financieros en el corto plazo.

Analizando la tabla de índice de liquidez se determina la capacidad del negocio para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, es el Activo Corriente dividido para el Pasivo Corriente

Índice de prueba Ácida. _ La prueba acida es uno de los indicadores financieros mas utilizados para medir la liquidez de una empresa, la capacidad de hacer frente a sus necesidades a corto plazo, y ayudando a saber si la empresa será una buena oportunidad de inversión.

Como se puede observar en la tabla anterior nos indica que la prueba acida de la empresa es mayor que 1, haciendo referente a que la entidad no tendrá ningún problema al momento de hacer frente a sus deudas a corto plazo.

CAPÍTULO 4

4.1 Conclusión:

Una vez concluida con la investigación, se plantean las siguientes conclusiones:

- Por medio de encuestas, links bibliográficos referente al proyecto se elaboró la fundamentación teórica marcando los aspectos que abarca el plan de negocios, así como también se relata el procedimiento de la fabricación de la tela a base de botellas Pet, información que sirvió de mucho para sustentar y desarrollar la propuesta deseada.
- La investigación de mercado es dirigida a los pobladores del catón la Troncal como son los sastres, costureras y bazares, permitiendo conocer sus gustos, preferencias, y el nivel de aceptación de la nueva empresa de fabricación de tela a base de botellas Pet, así mismo se identifico la demanda insatisfecha y la demanda satisfecha de los encuestados.
- La realización del plan de negocios para la creación de una empresa de tela ubicado en el Ecuador, nace a partir de la identificación de la falta de un establecimiento que brinda telas a los sastres, costureras y bazares, ya que hoy en día deben requerir a otra ciudad para adquirir telas y para abastecerse con el producto, haciendo este que genere mas costo como el del transporte.
- Por medio del estudio financiero se pudo identificar el índice de liquidez de la empresa teniendo como resultado mayor que 1, haciendo referencia que la entidad puede ser frente a sus deudas a corto plazo.

4.2 Recomendaciones

Las estrategias que se le recomienda a la empresa dedicada a la fabricación de tela a base de botellas Pet, son las siguientes:

- Se recomienda a la empresa realizar un estudio de mercado cada cierto tiempo, con el fin de conocer las nuevas exigencias del consumidor, ya que las opiniones del público varían con el pasar del tiempo.
- La empresa deberá estar al día con la tecnología, ya que esto le genera muchos beneficios, como es permitir conseguir mayores ingresos y ayudar a optimizar las operaciones de la empresa.
- Teniendo en cuenta que la empresa se dedica a la fabricación de tela a base de botella se recomienda invertir tiempo y dinero para capacitar a sus empleados, logrando que la empresa sea eficaz y exitosa.
- Se recomienda conseguir mayor información de datos técnicos del proceso de producción, ya sea con un técnico experto al área, con el propósito de que se pueda adquirir información de los tiempos del proceso, consumo de energía, obtención de pérdidas y desperdicios.

BIBLIOGRAFÍA

- Administrador. (11 de 09 de 2019). Requisitos para constituir una compañía en el Ecuador. Recuperado el 20 de 01 de 2021, de <https://was.fin.ec/web/2019/09/11/cuales-son-los-requisitos-para-constituir-una-compania-en-el-ecuador/>
- ALONSO, L. (12 de 09 de 2019). Las 4 Ps del Marketing. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de Marketing4 Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/>
- Arteplastica. (27 de 07 de 2017). El plastico para que se usa. Recuperado el 11 de 01 de 2021, de Arteplastica: <https://arteplastica.es/el-plastico-pet-para-que-se-usa/>
- avatarenergia. (2019). Fabriar telas a partir de botellas. Recuperado el 28 de 11 de 2020, de avatarenergia.com: <https://avatarenergia.com/telas-a-partir-de-botellas-de-pet/>
- BANCO MUNDIAL. (20 de 09 de 2018). Los desechos un analisis actualizados del futuro. Recuperado el 28 de 11 de 2020, de BANCO MUNDIAL: <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/09/20/what-a-waste-an-updated-look-into-the-future-of-solid-waste-management>
- BEEDIGITAL, C. M. (11 de 06 de 2021). Origen del poliester. Recuperado el 09 de 07 de 2021, de BEZABALA: <https://www.bezabala.es/origen-del-poliester/>
- Boté, J.-J. (23 de 11 de 2017). Datos primarios y secundarios en la investigacion. Recuperado el 01 de 03 de 2021, de juanjobote.: <https://juanjobote.com/datos-primarios-secundarios-la-investigacion/>
- Chivis. (19 de 05 de 2013). Fibras sinteticas y especiales. Recuperado el 21 de 02 de 2021 Obtenido de Blogspot: <http://esittex.blogspot.com/2013/04/poliester-pet.html>
- Definicion, C. (18 de 12 de 2016). Debilidades del analisis FODA. Recuperado el 18 de 01 de 2021, de Concepto Definicion: <https://www.analisisfoda.com/las-debilidades-analisis-foda/>
- Derechoecuador. (08 de 01 de 2020). Derechos en la compañía. Recuperado el 22 de 01 de 2021, de Derechoecuador.:

<https://www.derechoecuador.com/derechos-de-los-socios-en-la-compania>

esittex. (19 de 05 de 2018). Origen del poliester Pet. Recuperado el 19 de 12 de 2021, de <http://esittex.blogspot.com/2013/04/poliester-pet.html>

Galán, J. S. (28 de 10 de 2015). Plan de negocio. Recuperado el 11 de 01 de 2021, de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

INEC. (2018). Gestion de residuos solidos Recuperado el 27 de 11 de 2020, de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Municipios_2018/Residuos_solidos_2018/Boletin_Tecnico_Residuos_2018.pdf. pag. 4-14

INFAIMON. (12 de 07 de 2017). Departamento de calidad, optimizar procesos en beneficios de la competitividad. Recuperado el 21 de 12 de 2020, de INFAIMON : <https://blog.infaimon.com/departamento-de-calidad/#:~:text=El%20departamento%20de%20calidad%20es,un%20deber%20de%20cualquier%20industria.>

instituto. (11 de 09 de 2019). Que es el Poliester. Recuperado el 11 de 07 de 2021, de institutotextilnaciona. <https://www.institutotextilnacional.com/2019/09/11/que-es-el-poliester/>

León Cabrera, J. (14 de 10 de 2018). Los mares del Ecuador a la deriva. Recuperado el 27 de 11 de 2020, de GK.city: <https://gk.city/2018/10/14/contaminacion-mar-ecuador-pesca-galapagos/>

Loor, F. D. (06 de 2020). Crear una empresa en el Ecuador. Recuperado el 22 de 01 de 2021, de smsecuador.ec: <https://smsecuador.ec/crear-una-empresa-en-ecuador/>

MELVINSTANLEYSEPULVEDA. (14 de 12 de 2013). Analisis FODA como herramienta para la direccion de proyectos. Recuperado el 18 de 01 de 2021, de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/12/14/tecnica-o-herramienta-util-en-la-direccion-de-proyectos-foda/>

Mendoza, C. (23 de 08 de 2017). La compañía de responsabilidad limitada, de la administración . Recuperado el 13 de 05 de 2021, de ISSU: https://issuu.com/cindymendoza0/docs/9.2.-_compa____a_de_responsabilidad

Minarro, M. (14 de 05 de 2020). Plan de Marketing, que es y como hacer uno paso a paso. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>

- Morales, D. (14 de 12 de 2018). las cinco fuerzas de Porter, para analizar tu competencia y otientar mejor tu negocio. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter/>
- Muñoz Paredes, L. A. (2019). Plan de negocios para la creación de una empresa productora de botellas de material plástico Polietileno Tereftalato PET ubicada en la ciudad del Puyo. Recuperado el 28 de 11 de 2020, de <http://157.100.241.244/bitstream/47000/1917/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2019-014.pdf>
- Narváez Jaramillo, M. N. (2020). "Plan de negocios para la creación de una empresa de confección de tela a base de botellas de plásticos reciclados tipo PET". Recuperado el 28 de 11 de 2020, de <file:///C:/Users/USER/Documents/UDLA-EC-TLNMD-2020-08%20telas%20a%20base%20de%20botellas.pdf>
- Ospina, G. (23 de 09 de 2019), Ques es el analisis del entorno, tueconomiafacil. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de <https://tueconomiafacil.com/que-es-analisis-del-entorno-como-se-realiza/>
- Quisaguano, D. (04 de 07 de 2018). EL POLIESTER. Recuperado el 19 de 12 de 2020, de <https://www.enkador.com/blog/hilo-de-poliester-y-sus-aplicaciones/>
- Lideres. (2018).Jeans hechos a base de botellas. Recuperado el 28 de 11 de 2020, de revistalideres.ec: <https://www.revistalideres.ec/lideres/jeans-hechos-botellas.html>
- Riquelme, M. (06 de 2015). Las cinco fuerzas de Porter, clave para el éxito de la empresa. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Sánchez Guerra, C. A. (Ed.). (2019). Programa Nacional para la Gestion Integral de Desechos Sólidos. Recuperado el 27 de 11 de 2020, de MAE: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/01/PNGIDS-DICIEMBRE-2019.pdf> . pag. 1-71
- Velenda. I. F, (2019), Plan de negocios para la creación de una empresa productora de fibra poliéster a partir de botellas de plásticos trituradas, <file:///C:/Users/USER/Documents/2019ilanvelandia%20telas%20a%20base%20de%20botellas.pdf>. pág. 19-84.
- Villacampa, Ó. (14 de 08 de 2019). Que son las 4 p del marketing, como aplicarlas. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de Ondho:

<https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

ZAMBRANO PALMA, I. (2013). Análisis del impacto económico ambiental en la industria plástica del Ecuador: Diseño de una planta procesadora de residuos plásticos PET. Recuperado el 19 de 12 de 2020, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5321/1/UPS-GT000454.pdf> . pag. 2

zonalegal. (07 de 03 de 2018). Cuales son los requisitos para la constitución de una empresa . Recuperado el 20 de 12 de 2020, de zonalegal: <https://www.zonalegal.net/index.php?mod=doc&id=3365>

ANEXOS

ANEXO 1: TURNITIN



ANEXO 2: APROBACIÓN PARA EL ABSTRACT



Universidad
Católica
de Cuenca

COMUNIDAD
EDUCATIVA AL
SERVIDIO DEL PUEBLO

CENTRO DE IDIOMAS

Abstract

This research aims to establish a business plan focused on textile production based on recycled PET plastic bottles, allowing to reduce environmental pollution. This project will be located in La Troncal, to the way ahead Zhucay, having as specific objectives the determination of a market study to identify consumer tastes and preferences. Through a technical study, the process for the start-up of the company, and a financial study will be achieved. Qualitative methodology was used through a literature review and a quantitative methodology was held for data compilation an analysis through a survey. The first chapter sets out the background of the case to be researched, emphasizing all of the strategies for the business plan elaboration, the problem, the general and specific objectives, as well as the justification of the study, and mission and vision of the entity. The second chapter refers to the theoretical framework, all the necessary foundations for the preparation of this work. Within the context of the third chapter, the information gathering for the start-up of the company is set, throughout its market research, and the technical and financial study to accomplish the objectives set. According to the results, it was determined that there is acceptance of the new company by the residents of the Canton of La Troncal.

Keywords: textiles, PET, business plan, pollution, recycling

La Troncal, 25 de septiembre de 2021

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO



LIC. NANCY PAOLA
ORELLANA PARRA
Documento certificado
digitalmente por
Emergencia Sanitaria en
Buzón por COVID-19
La Troncal - Ecuador
2021-09-25 13:27:05:00

**Lic. Nancy Orellana P., MSc.
COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS LA TRONCAL**

Cuenca: Av. de las Américas y Tarqui. ☎ Tel: 2605731, 2624380, 2620967 **Azuay:** Campus Universitario "Luis Cordero El Grande", (Frente al Terminal Terrestre).
☎ Tel: 893 (0)2241-401, 2249-494, 2249-205, 2241-987 **Cajamarca:** Calle Antonio Ávila Clavijo. ☎ Tel: 812282305, 812288870 **San Pablo de la Troncal:** Calle Universitaria
Km. 12 Quimsaza Esq. y Primera Sur ☎ Tel: 2624117 **Morona Santiago:** José Villacueva s/n ☎ Tel: 2700593, 2700592

www.ucacue.edu.ec

ANEXO 3: PERMISO DEL REPOSITORIO DE TESIS

 <p>Universidad Católica de Cuenca</p>	<p>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</p>	<p>CÓDIGO: F – DB – 30 VERSION: 01 FECHA: 2021-04-15 Página 1 de 1</p>
---	---	--

Joselyn Andrea Moncayo Caravallo portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º **0942494378**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“Plan de negocio de una empresa productora de tela a base de botellas de plástico en el Cantón La Troncal.”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, **29 de Septiembre de 2021**



Joselyn Andrea Moncayo Caravallo

C.I. **0942494378**

