



FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA QUE ELABORE BOLSOS DE YUTE**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERO EN
CIENCIAS EMPRESARIALES**

AUTORA:

DÉBORA NOEMÍ LEÓN GUTIÉRREZ

SAMBORONDÓN, AGOSTO DEL 2016

Índice General

1) Justificación.....	1
2) Problema a resolver.....	1
3) Objetivo General.....	2
4) Objetivos Específicos.....	3
5) Resumen Ejecutivo.....	3
6) Misión y Visión.....	4
6.1 Misión.....	4
6.2 Visión.....	4
7) Metas.....	5
8) Viabilidad Legal (permisos, licencias, registro de marca).....	5
9) Análisis de Mercados.....	8
9.1 Mercado Objetivo.....	8
9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental, legal)..	8
9.3 Análisis FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades, amenazas).....	10
9.4 Análisis de las 4 Ps (producto, precio, plaza, promoción).....	11
9.5 Análisis de la Demanda y Oferta.....	13
9.6 Estrategia de diferenciación.....	23
9.7 Acciones de promoción.....	23
9.8 Canal de distribución.....	24
10) Análisis Operativo.....	24

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	24
10.2 Método de producción.....	25
10.3 Capacidad instalada.....	26
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento).....	26
10.5 Recursos humanos.....	27
11) Análisis Financiero.....	27
11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años.....	27
11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años.....	28
11.3 Análisis del punto de equilibrio.....	28
11.4 Análisis de sensibilidad (escenario pesimista y optimista).....	29
11.5 Análisis de Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor Actual Neto, Retorno de la Inversión.....	30
12) Viabilidad del proyecto (conclusiones).....	32
Bibliografía.....	34
Anexos.....	37

1) Justificación

A nivel económico y social, podemos decir que la creación de una empresa que se dedique a la elaboración y venta de bolsos ecológicos a base de yute, es importante ya que generaría fuentes de empleo para las mujeres de escasos recursos de la ciudad de Guayaquil que tengan el conocimiento y la capacidad de elaborar bolsos. Esto sin duda alguna, impulsaría la economía del país en general además de que contribuiría a mejorar el estilo de vida de estas mujeres. Por otro lado, la idea de elaborar bolsos a base de yute tiene un impacto ambiental. Esto es porque el yute, es una fibra vegetal ecológica y por ende, la más adecuada para mitigar en algo los daños ocasionados al medio ambiente por la elaboración de bolsos de cuero. Además, lo que este proyecto busca es fomentar y mantener una cultura ecológica en la ciudad de Guayaquil para disminuir la contaminación ambiental.

2) Problema a resolver

Los problemas que se buscan resolver mediante la elaboración de bolsos ecológicos a base de yute son dos: el desempleo en las mujeres y la contaminación del cuero en Ecuador. Estar al día sobre estos temas es necesario ya que son importantes para el buen desarrollo y bienestar social y económico del país.

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) “hasta el mes de marzo de este año la tasa de desempleo a nivel nacional era de 7,4% para las mujeres y de 4,4% para los hombres” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016). Es decir, la tasa de desempleo de los hombres es tres puntos menor que la tasa de desempleo de las mujeres.

Con respecto al cuero, su proceso trae consecuencias al medio ambiente, tales impactos pueden ser al aire, agua y suelo. Como parte del proceso del cuero “se emiten grandes cantidades de sulfuro que provienen de aguas residuales, además de amoníaco y vapores de solventes; estas emisiones quedan en el aire y causan problemas en la salud” (Gordillo Moreno & Toledo Duque, 2013). Además se descargan líquidos y una gran cantidad de proteínas que se degrada y materia orgánica que contamina el agua y por ende esto afecta la vida acuática. Asimismo “los residuos que se generan en todo el proceso del curtido, contienen materia orgánica contaminada, al tener un mal manejo sobre estos residuos se contamina el suelo” (Gordillo Moreno & Toledo Duque, 2013).

A partir de estas circunstancias, nace la idea de crear una empresa llamada “TASCHE” que se dedique a la elaboración de bolsos ecológicos a base de yute. Esta idea aporta mucho a la comunidad en general porque genera plazas de trabajo a personas de escasos recursos que tienen talento y tiempo para la elaboración de bolsos ecológicos. Además, mantiene como principio el cuidado del medio ambiente para la conservación del planeta, de manera que con el ejemplo, se pretende fortalecer la cultura ecológica en el país.

3) Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa que elabore y venda bolsos artesanales a base de yute en la ciudad de Guayaquil para ayudar a disminuir el desempleo en las mujeres de la ciudad además de fortalecer una cultura ecológica que contribuya al cuidado y preservación del medio ambiente.

4) Objetivos específicos

- ✓ Determinar el mercado objetivo junto con sus necesidades y preferencias.
- ✓ Establecer el proceso de producción y la capacidad instalada de la empresa además de la estrategia de comercialización de los productos.
- ✓ Determinar la viabilidad y rentabilidad financiera del emprendimiento.

5) Resumen Ejecutivo

Tasché es un proyecto que busca fomentar y fortalecer la cultura ecológica en Guayaquil así como en todo el Ecuador, además de ayudar a las amas de casa, mujeres de escasos recursos, a mejorar su estilo de vida dándoles fuentes de trabajo.

El desempleo en Ecuador es cada vez mayor. En cuanto al acceso al empleo existe una diferencia entre hombres y mujeres, afectando de manera general al país. “Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el desempleo es mayor para las mujeres que para los hombres” (La Hora, 2016). Es por esto que las mujeres, amas de casa, deben buscar otra fuente de ingreso, para cubrir las necesidades de su familia pese a las dificultades y obstáculos que se les presentan al tratar de conseguir un empleo.

Por otro lado, es común hablar sobre la contaminación al medio ambiente, ya que en los últimos años, ha crecido de forma tan acelerada no sólo en Ecuador sino alrededor del mundo. Por esta razón, “la perspectiva de las personas ha cambiado, convirtiendo el ‘cuidado al medio ambiente’ en un tema importante y trascendental hasta el día de hoy a nivel mundial” (Recalde Cortés, 2012). La intensidad con la que se maneja este tema varía entre países según la cultura

ecológica. En Ecuador, algunas empresas con el objetivo de fomentar esta cultura, elaboran y venden bolsos con materiales ecológicos y han tenido gran acogida, sobre todo en la región Sierra. Por esto surge la idea de crear una empresa en la ciudad de Guayaquil, que elabore bolsos ecológicos a base de yute de forma artesanal.

La idea del negocio es asesorar al cliente por medio de las redes sociales o vía telefónica y posteriormente elaborar el bolso según sus necesidades y gustos para luego entregarle el producto. También la idea es vender los productos a cadenas de almacenes como DePrati, Corporación La Favorita y El Rosado en cantidades grandes.

El proyecto tiene una inversión inicial de \$10.685,33 de los cuáles \$10.000 se obtendrán por medio de un préstamo a una tasa de interés del 11,23% anual a 5 años. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 39,58%, el Valor Actual Neto es de \$5.972,93 y el Retorno de la Inversión (Pay back) será de 2,41 años.

6) Misión y Visión

6.1 Misión:

Satisfacer las necesidades y gustos de los clientes con la elaboración y comercialización de bolsos a base de yute con diseños personalizados a precios asequibles, además de generar plazas de trabajo a personas de escasos recursos que tengan la habilidad de elaborar bolsos.

6.2 Visión:

Ser una empresa reconocida por nuestros clientes a nivel nacional, buscando la excelencia e innovación en los productos.

7) Metas

- Alcanzar y cubrir el 2% de la ciudad de Guayaquil promocionando el producto de manera online a través de las redes sociales.
- Fomentar y fortalecer la cultura ecológica en los ecuatorianos.
- Contar con al menos 5 personas encargadas de elaborar los bolsos en el segundo año de la empresa.
- Lograr ventas del \$42.300 en el primer año de Tasché.

8) Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)

Para que una empresa empiece a funcionar correctamente es necesario que cumpla con requisitos legales para sus permisos, licencias y registro de marcas (Superintendencia de Compañías, 2016).

A continuación, los pasos a seguir para constituir una empresa en Ecuador según la Ley de Compañías:

- 1.- El primer paso es decidir cuál será el tipo de compañía que se desea crear. En este caso, será una sociedad anónima.
- 2.- Luego es necesario escoger el nombre de la empresa y su razón social. El nombre será Tasché y su razón social será NouVentures S.A.
- 3.- Separar o reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir una cuenta de integración de capital en una entidad bancaria. En el caso de NouVentures S.A. se abrirá la cuenta en el Banco Pichincha.

5.- Realizar el contrato y estatutos de la compañía y llevarlos a escritura pública en cualquier notaría.

6.- Llevar la papeleta de la cuenta de integración de capital y tres copias de la escritura pública firmada por abogado a la Superintendencia de Compañías.

7.- Después de 48 horas, retirar la resolución que aprueba la constitución de la compañía.

8.- Publicar en un periódico conocido, los datos otorgados por la Superintendencia de Compañías y adquirir tres copias de ello.

9.- Establecer el representante legal y el administrador de la empresa e inscribirlos en el Registro Mercantil.

10.- Llevar a las Superintendencia de Compañías lo siguiente: Escritura inscrita en el Registro Civil, una copia del periódico donde se publicó la constitución de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa junto con su copia de cédula de identidad, formulario del RUC firmado por el representante.

11.- Entregar al SRI los documentos recibidos por la Superintendencia para la obtención del RUC.

12.- Finalmente, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y afiliar a sus trabajadores.

Una vez constituida la compañía, se deben obtener los permisos de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio donde se encuentra establecida la empresa, además del permiso del Cuerpo de Bomberos.

Luego de haber constituido la compañía y obtenido los permisos respectivos, es importante hacer el registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). Según el IEPI, una marca es un signo que distingue un producto de otro de su misma clase, este puede ser una palabra, un logotipo, un diseño, entre otros (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2014). El valor de este registro es de \$208,00 y tiene una duración de 10 años con renovación indefinida. Además de registrar la marca, también es necesario registrar el lema comercial o slogan de Tasché que es: “Cuida el planeta a tu estilo”. Este registro también tiene un valor de \$208,00 y de igual manera tiene una duración de 10 años con renovación indefinida.

Por otro lado, la ley de defensa del artesano y la ley de fomento artesanal, describen a la actividad artesanal como “la transformación manual de materia prima para la producción de bienes y servicios con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas” (Ley de Fomento Artesanal, 2003). Por consiguiente, describe al artesano como el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolle su actividad y hubiere invertido en maquinarias.

Para ser considerado artesano, debe ser debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos. El artesano amparado por esta Ley, goza de beneficios, entre ellos, el artesano está exento de pagar el impuesto a la renta además del décimo tercero y décimo cuarto sueldo a sus operarios, pero sí debe pagarles sus respectivas vacaciones y afiliarlos al IESS. Además el artesano también está exento de pagar impuestos por importación de maquinaria necesaria para la producción e impuestos por exportación de productos de artesanía (Ley de Fomento Artesanal, 2003).

9) Análisis de mercados

9.1 Mercado Objetivo.

- El mercado actual es la ciudad de Guayaquil y a mediano y largo plazo el mercado será a nivel nacional e internacional.
- El nicho de mercado son mujeres de todas las edades que tengan un nivel socioeconómico medio y alto.
- Además de vender los productos a través de las redes sociales, posteriormente se realizarán alianzas con tiendas en centros comerciales y almacenes como DePrati, Corporación El Rosado y Corporación Favorita.

9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental)

Político:

Actualmente el país está atravesando por cambios en el ámbito político económico y legal. El cambio de la Matriz Productiva en el que está involucrado el país desde hace un tiempo atrás, permite establecer las directrices en que deben desarrollarse nuevos modelos de negocio. Además, por otro lado, el presidente Rafael Correa hace hincapié en la industria nacional. En uno de sus informes semanales él dijo: “Convoco a la población a consumir productos nacionales, aquí vamos a defender lo nuestro” (Radio Ciudadana FM, 2016). Por esta razón el Gobierno impuso medidas de salvaguardias, para reducir las importaciones y con esto, reducir la salida de

divisas. Esta medida ha incrementado la demanda de la industria nacional y lo seguirá haciendo con el pasar del tiempo.

Económico:

El ámbito político y el ámbito económico están ligados de una u otra manera. Es por esto que las medidas de salvaguardias para reducir las importaciones tienen su efecto en la economía del país.

El limitar las importaciones incide en la apertura a nuevos mercados y nuevos negocios. Es decir, esta medida motiva a los emprendedores a crear sus propios productos y a ofrecerlos dentro de su propio país. De esta forma incrementa el número de empresas o microempresas y por ende crece la economía. Además, hoy en día son más las entidades, tanto públicas como privadas, que buscan financiar a las PYMES con el fin de promover la industria nacional y el emprendimiento (INNOBIS, 2015).

Sociales:

El aumento constante de la población además de otros aspectos ha causado una disminución en las cifras de empleo. De aquí que también ha cambiado el nivel de vida de las personas al verse sin ningún ingreso. Al darse el proyecto, este fomentará plazas de trabajo para aquellas personas de bajos recursos que tengan el conocimiento y la habilidad de elaborar bolsos y así mejorar su estilo de vida y el de su familia.

Tecnológicos:

Actualmente con el avance tecnológico en el país, es posible modificar o reemplazar el uso de las máquinas de coser; sin embargo, esto incrementaría el costo debido a su importación.

Por otro lado, las nuevas tendencias de los medios de comunicación requieren del acceso a internet. “Hasta el año 2013 la cifra de conexión de internet móvil llegó a los 3’521.966. Esto marca una gran diferencia en relación al año 2006, donde esta cifra llegaba a cero” (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2015). Esto aumenta la posibilidad de captar un número mayor de clientes a través de redes sociales ya que son más las personas que tienen acceso a internet tanto móvil como fija.

Ambientales:

Debido a los problemas ambientales a nivel mundial, los países se han comprometido con el cuidado al medio ambiente para mitigar de alguna forma los daños causados por la contaminación. Según el Ministerio del Ambiente “Ecuador es un ejemplo en cuanto a las medidas tomadas para la conservación del ambiente, tales como el reciclaje, etc.” (Ministerio del Ambiente, 2014). Como medida son las restricciones medioambientales en el uso de materias primas.

Legales:

En Ecuador, es necesario cumplir con una serie de requerimientos para la constitución de una empresa. Así mismo, para su correcto funcionamiento, se deben cumplir con leyes, como por ejemplo, la ley del artesano, una vez creada la empresa.

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas).

Fuerzas:

- Acceso a maquinaria básica requerida para la producción.

- Ofrecemos productos de calidad y con precios asequibles.
- Productos con diseño creativo y personalizado.
- Ley del artesano.

Oportunidades:

- El cambio de la matriz productiva facilita la implementación del modelo de negocio.
- La competencia en la ciudad es mínima.
- Aceptación del producto en el mercado.

Debilidades:

- No se cuenta con el personal necesario para la elaboración del producto.
- Por ser una empresa nueva se pueden generar dudas a la hora de adquirir el producto.
- Existe una falta de cultura ecológica en la ciudad.

Amenazas:

- Ingreso fácil de la competencia.
- Incremento de precios en la materia prima como telas.
- Crisis económica a nivel nacional.

9.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto, promoción)

Producto: Carteras, bolsos y estuches para botellas elaborados artesanalmente a base de tela de yute con sus respectivos accesorios. Su valor agregado es que es un producto elaborado

de forma personalizada de acorde a las necesidades y al estilo del cliente y con precios asequibles.

Precio: Los precios varían según el modelo y tamaño del producto debido a sus costos, pero se encuentran dentro del rango del mercado. Los precios estándares de Tasché son:

Producto	Precio
Mochilas	\$ 28,50
Carteras	\$ 22,50
Bandoleras	\$ 19,00

Tabla #1: Precios de productos Tasché

Fuente: propia

Plaza: El producto llegará al cliente final de dos formas. Por un lado el canal de distribución será directo, es decir, sin intermediarios. Esto será vía internet a través de las redes sociales.

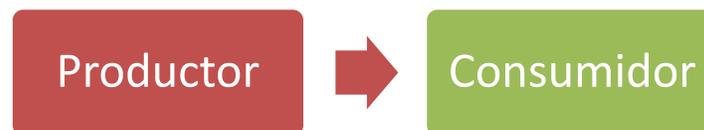


Figura 1. Gráfico de representación de canal directo.

Por otro lado el canal de distribución será indirecto donde habrá intermediarios como almacenes DePrati, Corporación El Rosado y Corporación Favorita con sus respectivas cadenas.

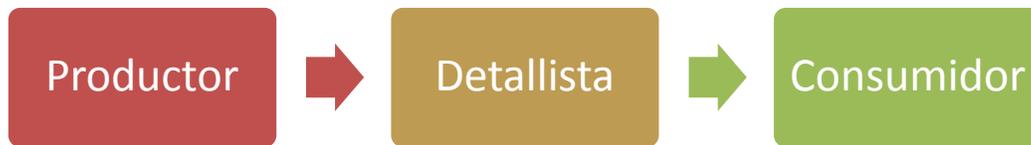


Figura 2. Gráfico de representación de canal directo.

Promoción: Los clientes podrán conocer los productos a través de las redes sociales, tales como Instagram y Facebook, por este medio también podrán escoger el modelo y tamaño de los productos y después hacer su pedido. Además se hará publicidad en los almacenes donde estén ubicados, tales como DePrati, Corporación El Rosado y Corporación Favorita. Por otro lado, con el fin de atraer más clientes, se harán promociones como 2 por 1 o descuentos en los precios.

9.5 Análisis de la demanda y oferta

9.5.1 Análisis de la Demanda

Se realizó una encuesta para determinar la aceptación del producto en el mercado. La encuesta fue realizada a través de internet a 385 mujeres (muestra obtenida con un margen de error del 5%) entre los 15 y 30 años escogidas de manera aleatoria en la ciudad de Guayaquil.

Los resultados obtenidos de las encuestas fueron los siguientes:

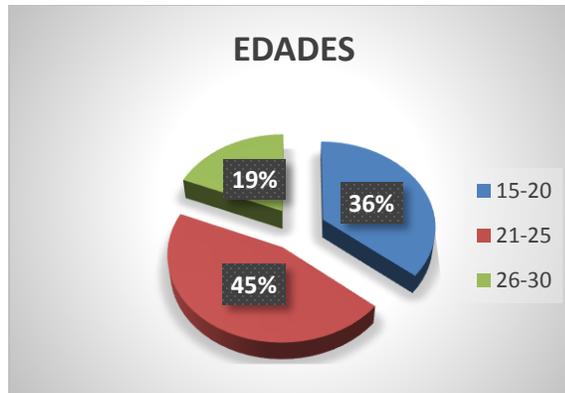


Figura 3. Gráfico circular de edades de las encuestadas.

- El rango de edades más alto entre las encuestadas es de 21 a 25 años con un 45% seguido del rango de edades entre 15 y 20 años con un 36% y de 26 a 30 años con un 19%.



Figura 4. Gráfico circular de uso de bolsos.

- El 37% de las encuestadas dijo que SÍ usaba un bolso para cada ocasión y el 63% restante indicó que NO lo hacía.

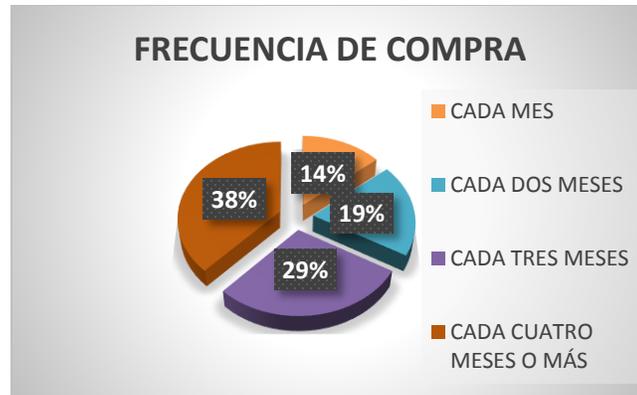


Figura 5. Gráfico circular de frecuencia de compra de las encuestadas.

- El 38% de las mujeres encuestadas dijo que compra bolsos o carteras cada cuatro meses o más, el 29% dijo que compra cada tres meses.

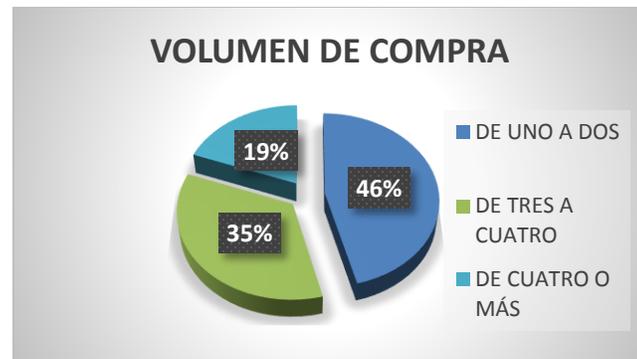


Figura 6. Gráfico circular de volumen de compra.

- El 46% de las mujeres encuestadas compra de uno a dos bolsos, el 35% compra de tres a cuatro bolsos y el 19% compra de cuatro o más bolsos.



Figura 7. Gráfico circular de aspectos atractivos del producto.

- Al preguntarle a las encuestadas cuáles son los aspectos del producto que las convence de adquirir los bolsos, ellas dijeron que: el aspecto más significativo es el diseño con un 40%, seguido del precio con un 28%, las tendencias de moda con un 14%, etc.

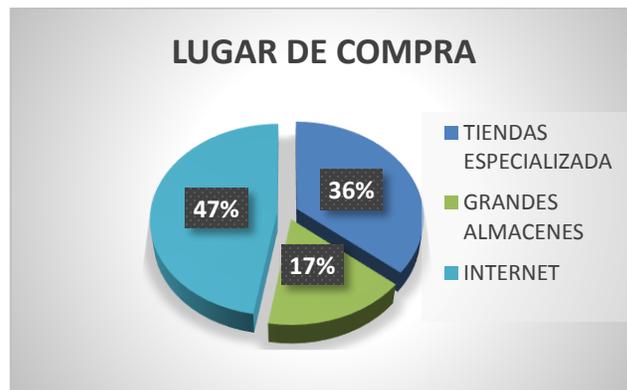


Figura 8. Gráfico circular de lugar de compra de las encuestadas.

- El 47% de las encuestadas compra bolsos o carteras en internet, el 36% de las encuestadas lo adquiere en tiendas especializadas, y por último, el 17% compra en grandes almacenes.



Figura 9. Gráfico circular de conocimiento sobre el yute.

- El 57% de las encuestadas dijo que NO conocía este material y el 43% dijo que SI conoce o ha escuchado sobre el yute.



Figura 10. Gráfico circular de conocimiento de productos elaborados con yute.

- Se preguntó si conocían algún producto con este material. Entre los más altos tenemos que el 38% de las encuestadas dijo que conoce los sacos de yute, el 23% conoce artesanías con yute, el 17% conoce los bolsos de yute.



Figura 11. Gráfico circular de interés de las encuestadas por productos con yute.

- Se les preguntó a las encuestadas qué tan interesante les parece los productos hechos con yute, y se determinó que: al 54% de las mujeres le parece interesante estos productos, seguido del 31% que le parece muy interesante.



Figura 12. Gráfico circular de uso de bolsos de yute.

- El 54% de las encuestas dijo que SI utilizaría un bolso con este material y el 46% restante dijo que no lo haría.



Figura 13. Gráfico circular de por qué las encuestadas utilizarían un bolso de yute.

- Del 54% de las encuestadas que respondió que sí utilizaría este tipo de bolsos, el 52% dijo que lo utilizaría porque es innovador, el 28% porque representa comodidad, el 12% porque representa salud y el 8% porque es mejor calidad.



Figura 14. Gráfico circular de por qué las encuestadas no utilizarían un bolso de yute.

- Del 46% de las encuestadas que respondió que no utilizaría bolsos con este material, se determinaron las principales razones: El 46% respondió que no lo utilizaría porque no le agradaría el diseño, al 31% le resultó indiferente este tipo de producto y al 23% le parece que el material no es el adecuado.



Figura 15. Gráfico circular de agrado por bolsos personalizados.

- Se preguntó a las encuestadas si les gustaría que el bolso de yute sea personalizado, a lo que ellas respondieron lo siguiente: el 68% de las encuestadas dijo que SI y el 32% restante dijo que NO.



Figura 16. Gráfico circular de promoción del producto.

- Se preguntó a las encuestadas cómo les gustaría que sea promocionado este producto y se obtuvo lo siguiente: El 50% de las encuestadas respondió que le gustaría que venga con un producto adicional, el 41% respondió que le gustaría un descuento y el 9% que sea por premio.



Figura 17. Gráfico circular de publicidad de los bolsos de yute.

- Al 66% de las encuestadas le gustaría saber del producto a través de las redes sociales, al 15% le gustaría a través de la televisión, y al 13% le gustaría a través de revistas.

Esta encuesta realizada tuvo como objeto determinar algunos factores para desarrollar las estrategias que se utilizarán en el proyecto, como los siguientes: el segmento específico al que llegaremos, el comportamiento sobre el consumo de bolsos o carteras de las futuras clientes, conocer su opinión acerca del material ecológico que se utilizará para la elaboración del producto, así como, la forma de transmitir la información necesaria para su publicidad y la promoción que tendrá.

9.5.2 Análisis de la Oferta

Debido a que el cuidado al medio ambiente se ha convertido en una tendencia actual, existen empresas que están apuntando a elaborar productos de cualquier tipo de material reciclado o ecológico; productos como carteras, bolsos, monederos, etc. Dentro del país, se puede decir que el mercado no ha sido explotado, pero a nivel internacional ya existen diversas empresas que se dedican a esta actividad, ya que la demanda es creciente debido a su cultura ecológica.

Por esta razón es que la competencia a nivel nacional es un tanto reducida. Dentro del país, encontramos cuatro empresas que se dedican a la elaboración de bolsos con material reciclado:

- ❖ **FUI reciclado:** es una empresa que elabora bolsos a base de productos con lona, tubo de llanta y caucho reciclados. Tiene tiendas en Quito, una en Guayaquil, Cuenca, Galápagos, Cotacachi. También se encuentra en otros países como: Japón, Canadá, Estados Unidos, Alemania, Suiza (Fui reciclado, 2015).

- ❖ **SALAMANDRA ECU:** es una empresa que se dedica a la elaboración de bolsos biodegradables, solo vende al por mayor y se encuentra al sur de Quito (SALAMANDRA ECU, 2010).
- ❖ **Punto Kreativo Ecuador:** es una empresa dedicada a la publicidad de distintas empresas. Dentro de su catálogo de ventas además de bolígrafos, termos, llaveros, estuches, gorras, entre otros, también ofrece bolsos y mochilas de algodón, lona y yute (Punto Kreativo Ecuador, s.f.).
- ❖ **Muyui:** es una empresa que elabora artículos a partir de desechos causados por fines publicitarios, tales como lonas, vallas, banners, etc. Esta empresa ofrece bolsos y carteras elaborados con estos materiales (Expreso, 2014).

A nivel internacional encontramos tres empresas que se dedican a la elaboración de bolsos y carteras con material reciclado. Estas son:

- ❖ **ECO-BAGS:** es una empresa norteamericana que ofrece bolsos durables y reutilizables para hacer compras (ECOBAGS.com, 2015).
- ❖ **CREATING BAGS:** es una empresa española que diseña y fabrica envases manufacturados en yute. Ofrece productos como bolsos, estuches para botellas, sacos y bolsitas (CREATING BAGS, 2016).
- ❖ **Eco-logica.co:** es una empresa colombiana que ofrece productos ecológicos o biodegradables de calidad (Eco-logica.co, 2011).

9.6 Estrategia de diferenciación

Como estrategia de diferenciación los productos vienen con una imagen ecológica ya que es a base de tela de yute y no solo cuero como otras carteras o bolsos. Además de que son productos personalizados, con calidad y precios asequibles para la clase media y alta. Se trata de elaborar un producto que vaya acorde con las necesidades y gustos de los clientes considerando que esto varía dependiendo de la edad.

9.7 Acciones de promoción

Como acciones de promoción para hacer conocer el producto entre los posibles clientes, están las siguientes:

- Hacer uso de las redes sociales tales como Instagram y Facebook.
- Participar en la feria de emprendimiento El Balconcito.
- Participar en ferias organizadas por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.

9.8 Canal de distribución

En el plazo inmediato el canal de distribución de los productos será directo. Es decir:

- ➔ Productor: Elabora las carteras y bolsos y las entrega al consumidor.
- ➔ Consumidor Final: Adquiere el producto.

En el mediano y largo plazo el canal de distribución será indirecto. Es decir:

- ➔ Productor: Elabora las carteras y bolsos.

- ➔ Detallista: Cadenas de tienda de DePrati, Corporación El Rosado y Corporación La Favorita.
- ➔ Consumidor Final: Adquiere el producto en las tiendas.

10) Análisis Operativo

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

Las instalaciones estarán ubicadas en el sector sur de la ciudad de Guayaquil, en Chambers #110 y la Habana. Las instalaciones estarán divididas en cinco áreas. Estas son: administrativa, diseño, confección, control de calidad y por último, el área de etiquetado y empaquetado. Por consiguiente, las instalaciones contarán con un escritorio minimalista, una silla de oficina, un aire acondicionado, un teléfono convencional, una computadora, dos máquinas de coser y una máquina cortadora de tela.

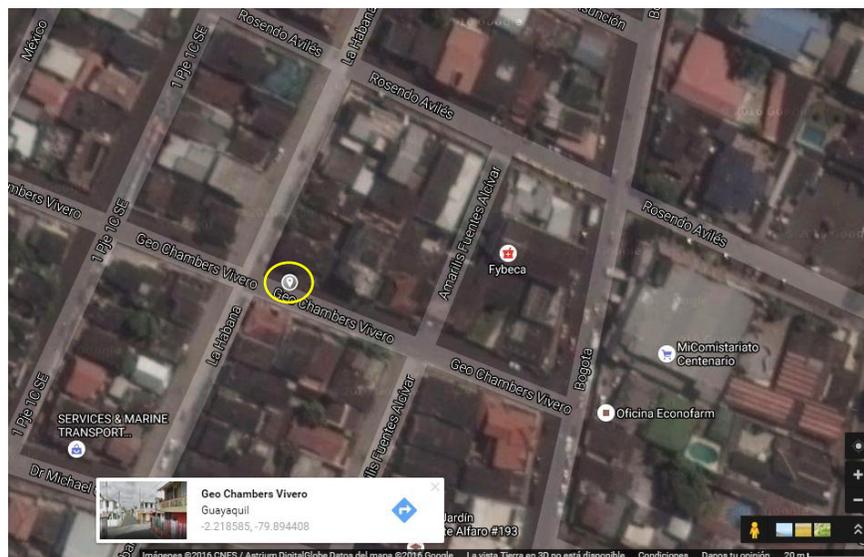


Figura 18: Localización de las instalaciones

Fuente: Google Maps

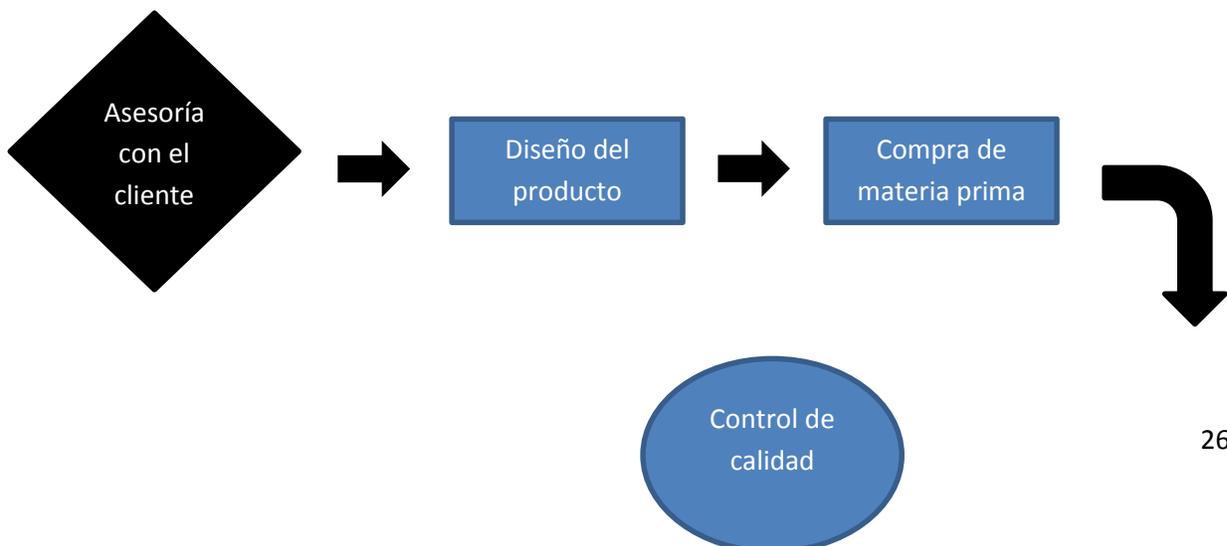
10.2 Método de producción

Tasché tendrá un método de producción que empezará por la asesoría con el cliente mediante las redes sociales o vía telefónica, luego diseñar el bolso descrito por el cliente, comprar la materia prima, realizar el corte de tela y confección; una vez terminado el producto pasará a control de calidad, posteriormente pasará a etiquetado y empaquetado y por último, será entregado al cliente.

10.3 Capacidad instalada

La capacidad instalada de Tasché es de 3 costureras que realizarán 150 unidades al mes, laborando 5 días a la semana.

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)



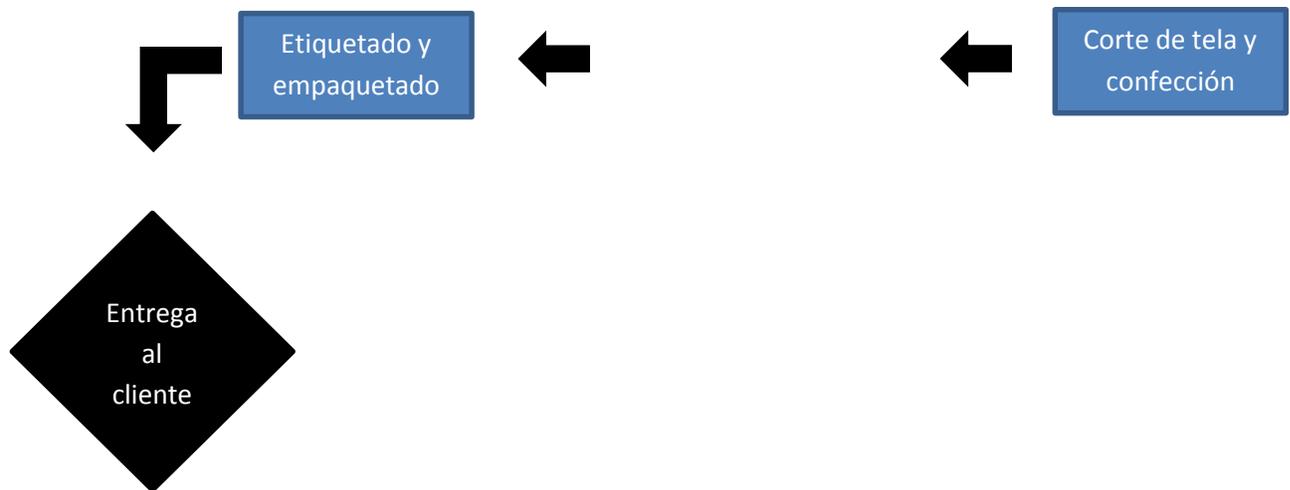


Figura 19: Diagrama de flujo de procesos

Fuente: propia

10.5 Recursos humanos

Para que una empresa funcione correctamente requiere del personal administrativo y operativo. En el corto plazo, el personal administrativo de Tasché estará formado por:

- 1 gerente (dueño de la empresa): será el encargado de hacer el control de calidad de los productos, análisis financiero de la empresa, realizar los pagos y entregar el producto al cliente (cerrar la venta).
- 1 asistente administrativa: será la encargada del manejo de las redes sociales de la empresa, asesorar al cliente y realizar las compras de materia prima.
- 3 costureras: serán las encargadas de cortar las telas, coser los bolsos según el diseño predeterminado y etiquetar el producto.

11) Análisis Financiero

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 42.060,00	\$ 43.680,99	\$ 45.367,72	\$ 47.122,99	\$ 48.949,71
(-) Costo de Venta		\$ 33.442,63	\$ 34.102,41	\$ 34.776,79	\$ 35.466,15	\$ 35.884,42
(=) Utilidad Bruta		\$ 8.617,37	\$ 9.578,59	\$ 10.590,93	\$ 11.656,84	\$ 13.065,29
(-) Gastos Administrativos		\$ 2.927,00	\$ 1.449,55	\$ 1.472,45	\$ 1.495,71	\$ 1.519,35
(-) Gastos de Ventas		\$ 600,00	\$ 609,48	\$ 619,11	\$ 628,89	\$ 638,83
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 5.090,37	\$ 7.519,56	\$ 8.499,37	\$ 9.532,23	\$ 10.907,12
(-) Gastos Financieros		\$ 1.043,34	\$ 856,54	\$ 647,64	\$ 414,04	\$ 152,82
(=) UAIT		\$ 4.047,03	\$ 6.663,02	\$ 7.851,73	\$ 9.118,19	\$ 10.754,30
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (607,05)	\$ (999,45)	\$ (1.177,76)	\$ (1.367,73)	\$ (1.613,15)
(-) Impuesto a la Renta	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA		\$ 3.439,97	\$ 5.663,57	\$ 6.673,97	\$ 7.750,46	\$ 9.141,16

Tabla #2: Estado de Resultados Integrales proyectados 5 años

Fuente: propia

11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (7.747,62)					
UAIT		\$ 4.047,03	\$ 6.663,02	\$ 7.851,73	\$ 9.118,19	\$ 10.754,30
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (607,05)	\$ (999,45)	\$ (1.177,76)	\$ (1.367,73)
Pago de IR		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EFFECTIVO NETO		\$ 4.047,03	\$ 6.055,97	\$ 6.852,27	\$ 7.940,43	\$ 9.386,57
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00
(+) Aporte Accionistas	\$ -					
(+) Préstamo concedido	\$ 10.000,00	\$ (1.579,54)	\$ (1.766,34)	\$ (1.975,23)	\$ (2.208,83)	\$ (2.470,06)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 2.252,38	\$ 3.363,39	\$ 5.185,53	\$ 5.772,94	\$ 6.627,50	\$ 7.812,41
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 2.252,38	\$ 5.615,77	\$ 10.801,30	\$ 16.574,24	\$ 23.201,73
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 2.252,38	\$ 5.615,77	\$ 10.801,30	\$ 16.574,24	\$ 23.201,73	\$ 31.014,15

Tabla #3: Flujo de caja proyectado 5 años

Fuente: propia

11.3 Análisis del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
PE =	1.430	unidades al año, o	\$ 33.366,72
PE =	119	unidades al mes, o	\$ 2.780,56

Tabla #4: Punto de equilibrio en unidades y monetario

Fuente: propia

El punto de equilibrio de Tasché, en donde los ingresos igualan los costos, es de 1430 unidades al año y en términos monetarios \$33.366,72. Es decir, se debe vender casi el 80% de lo proyectado para obtener un punto de equilibrio entre las pérdidas y utilidades.

11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (10.685,33)						
VENTAS		\$ 41.639,40	\$ 43.244,18	\$ 44.914,04	\$ 46.651,76	\$ 48.460,22	-1,00%
(-) Costo de Venta		\$ 35.114,76	\$ 35.807,53	\$ 36.515,63	\$ 37.239,46	\$ 37.678,64	5,00%
(=) Utilidad Bruta		\$ 6.524,64	\$ 7.436,66	\$ 8.398,41	\$ 9.412,30	\$ 10.781,58	
(-) Gastos Administrativos		\$ 2.927,00	\$ 1.449,55	\$ 1.472,45	\$ 1.495,71	\$ 1.519,35	
(-) Gastos de Ventas		\$ 600,00	\$ 609,48	\$ 619,11	\$ 628,89	\$ 638,83	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 2.997,64	\$ 5.377,63	\$ 6.306,85	\$ 7.287,69	\$ 8.623,40	
(-) Gastos Financieros		\$ 1.043,34	\$ 856,54	\$ 647,64	\$ 414,04	\$ 152,82	
(=) UAIT		\$ 1.954,30	\$ 4.521,09	\$ 5.659,21	\$ 6.873,65	\$ 8.470,58	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (293,14)	\$ (678,16)	\$ (848,88)	\$ (1.031,05)	
Pago de IR		\$ -	\$ (415,29)	\$ (960,73)	\$ (1.202,58)	\$ (1.460,65)	
EFFECTIVO NETO		\$ 1.954,30	\$ 3.812,66	\$ 4.020,32	\$ 4.822,19	\$ 5.978,89	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ -	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 1.437,71	
(+) Préstamo concedido		\$ (1.579,54)	\$ (1.766,34)	\$ (1.975,23)	\$ (2.208,83)	\$ (2.470,06)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (10.685,33)	\$ 1.270,66	\$ 2.942,22	\$ 2.940,98	\$ 3.509,25	\$ 5.842,43	
TIR	13,33%						
VAN	\$ (1.840,99)						
Pay Back	4,20	años					

Tabla #5: Análisis de Sensibilidad escenario pesimista

Fuente: propia

En un escenario pesimista, al aplicar un decrecimiento del 1% en las ventas del negocio y un aumento del 5% en los costos de venta, se puede observar una disminución en la tasa interna de retorno (TIR) y en el valor actual neto (VAN) del proyecto, siendo este negativo. Por otro lado, el tiempo para recuperar la inversión se alarga a 4 años.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (10.685,33)						
VENTAS		\$ 42.480,60	\$ 44.117,80	\$ 45.821,40	\$ 47.594,22	\$ 49.439,21	1,00%
(-) Costo de Venta		\$ 31.770,50	\$ 32.397,29	\$ 33.037,95	\$ 33.692,84	\$ 34.090,20	-5,00%
(=) Utilidad Bruta		\$ 10.710,10	\$ 11.720,52	\$ 12.783,45	\$ 13.901,37	\$ 15.349,01	
(-) Gastos Administrativos		\$ 2.927,00	\$ 1.449,55	\$ 1.472,45	\$ 1.495,71	\$ 1.519,35	
(-) Gastos de Ventas		\$ 600,00	\$ 609,48	\$ 619,11	\$ 628,89	\$ 638,83	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 7.183,10	\$ 9.661,49	\$ 10.691,89	\$ 11.776,77	\$ 13.190,84	
(-) Gastos Financieros		\$ 1.043,34	\$ 856,54	\$ 647,64	\$ 414,04	\$ 152,82	
(=) UAIT		\$ 6.139,76	\$ 8.804,95	\$ 10.044,24	\$ 11.362,72	\$ 13.038,02	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (920,96)	\$ (1.320,74)	\$ (1.506,64)	\$ (1.704,41)	
Pago de IR		\$ -	\$ (1.304,70)	\$ (1.871,05)	\$ (2.134,40)	\$ (2.414,58)	
EFFECTIVO NETO		\$ 6.139,76	\$ 6.579,29	\$ 6.852,45	\$ 7.721,69	\$ 8.919,03	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	\$ 308,90	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	\$ 587,00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ -	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 1.437,71	
(+) Préstamo concedido		\$ (1.579,54)	\$ (1.766,34)	\$ (1.975,23)	\$ (2.208,83)	\$ (2.470,06)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (10.685,33)	\$ 5.456,13	\$ 5.708,85	\$ 5.773,12	\$ 6.408,75	\$ 8.782,58	
TIR	47,78%						
VAN	\$ 7.787,01						
Pay Back	1,92	años					

Tabla #6: Análisis de Sensibilidad escenario optimista

Fuente: propia

En un escenario optimista, donde los ingresos por ventas del negocio incrementan en 1% y los costos de venta disminuyen en un 5%, se puede observar un aumento en la tasa interna de retorno (TIR) del 47,78% y en el valor actual neto (VAN) del proyecto, siendo este de \$7.787,01. Por otro lado, el tiempo para recuperar la inversión disminuye a casi 2 años.

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	53,42%	46,79%	35,54%	29,22%	25,63%
ROI	114,67%	188,79%	222,47%	258,35%	304,71%
ROA	39,47%	43,55%	37,32%	32,82%	29,94%
ROS	8,18%	12,97%	14,71%	16,45%	18,67%

Tabla #8: Índices de Rentabilidad

Fuente: propia

Los índices de rentabilidad mostrados son atractivos para los inversionistas.

12) Viabilidad del proyecto (conclusiones)

Según el análisis de mercado, se puede concluir que el producto sí tendrá acogida ya que no hay mucha competencia a nivel nacional. Además, el valor agregado del producto es que es personalizado; es decir, la elaboración de los bolsos va de acuerdo a las necesidades y gustos del consumidor. Sin embargo, como en todo negocio, será un tanto complicado entrar en la mente del consumidor al principio ya que la cultura ecológica de la que trata el proyecto no está impregnada en el país.

En cuanto al análisis operativo, se puede decir que la parte más importante del negocio es mantener una buena comunicación con el cliente (asesoramiento) ya que aquí es donde empieza la venta. Debido a que la comercialización de los productos será de manera online, es muy necesario el uso de redes sociales. Además de la comunicación con el cliente, también es importante fomentar el trabajo en equipo para que las costureras se sientan a gusto con su trabajo y la empresa cumpla con su objetivo.

Finalmente, mediante el análisis financiero se puede determinar que el proyecto es aprobado según su TIR y su VAN, de acuerdo a los criterios de evaluación.

Con la creación de Tasché no sólo se seguirá fomentando la cultura ecológica en la ciudad de Guayaquil sino que también se generarán más fuentes de empleo para aquellas mujeres de la ciudad que no tienen ingresos pero sí el conocimiento para elaborar los bolsos.

Bibliografía

CREATING BAGS. (2016). *CREATING BAGS*. Recuperado el 09 de 06 de 2015, de

<http://www.creatingbags.es/>

ECOBAGS.com. (2015). *ECO BAGS*. Recuperado el 09 de 06 de 2015, de

http://www.ecobags.com/About-Us_2

Eco-logica.co. (2011). *Quienes somos*. Obtenido de <http://www.eco-logica.co/quienesomos.html>

Expreso. (24 de 10 de 2014). *Jóvenes empresarios innovan el mercado*. Obtenido de

http://expreso.ec/historico/jovenes-empresarios-innovan-el-mercado-YEGR_7226036

Fui reciclado. (07 de 2015). *Fui reciclado*. Obtenido de <http://www.fuireciclado.com/staff>

Gordillo Moreno, G. E., & Toledo Duque, C. E. (03 de 2013). *TÉCNICAS AMBIENTALES DE*

PRODUCCIÓN MAS LIMPIA EN LA INDUSTRIA DE CURTIEMBRE. Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1371/1/T-UCE-0012-249.pdf>

INNOBIS. (2015). *Innobis*. Obtenido de <http://www.innobis.ec/#!-qu--es-innobis-/c/jg9>

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (29 de Septiembre de 2014). *¿Cómo registro*

una marca? Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (03 de 2016). *Reporte de Economía Laboral*.

Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

La Hora. (20 de 01 de 2016). *El desempleo es más fuerte para la mujer*. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101906795#.V0kFJGhX_Dc

Ley de Fomento Artesanal. (Octubre de 2003). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2010). *Crear una empresa en Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Empleo y Seguridad Social: <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (2015). *Logros de la Revolución Tecnológica en Ecuador*. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/logros-de-la-revolucion-tecnologica-en-ecuador-se-destacan-por-el-dia-nacional-de-las-telecomunicaciones-2/>

Ministerio del Ambiente. (2014). *Ecuador, un país megadiverso y comprometido con el cuidado del medio ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/ecuador-un-pais-megadiverso-y-comprometido-con-el-cuidado-del-medio-ambiente/>

Punto Kreativo Ecuador. (s.f.). *Nuestra Empresa*. Obtenido de <http://puntokreativoec.blogspot.com/p/nuestra-empresa.html>

Radio Ciudadana FM. (21 de 03 de 2016). *RAFAEL CORREA: "LAS SALVAGUARDIAS PROTEGEN A LA INDUSTRIA NACIONAL, VAMOS A CONSUMIR LO NUESTRO"*. Obtenido de <http://www.laciudadana.gob.ec/index.php/component/k2/item/5962-rafael->

correa-las-salvaguardias-protecten-a-la-industria-nacional-vamos-a-consumir-lo-nuestro.html

Recalde Cortés, C. S. (06 de 2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carteras y bolsos con material reciclado de vallas publicitarias en Quito*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4005/1/UPS-QT03055.pdf>

SALAMANDRA ECU. (2010). Recuperado el 09 de 06 de 2015, de <http://www.salamandraecu.com/>

Superintendencia de Compañías. (Agosto de 2016). *Codificación de la ley de compañías*. Obtenido de Superintendencia de Compañías: <https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

Anexos

FILTRO

F1. Edad: _____ (años)

F2. ¿Utiliza bolsos o carteras cuando sale de casa?

Si 1 (CONTINUAR) No 2 (TERMINAR)

ENCUESTA DE BOLSOS ECOLÓGICOS

P1. ¿Suele utilizar bolsos o carteras para cada tipo de ocasión?

- Sí
- No
- Otros, ¿Cuál? _____

P2. ¿Con qué frecuencia suele comprar un bolso o cartera?

- Cada mes
- Cada dos meses
- Cada tres meses
- Cada cuatro meses o más

P3. ¿Cuál es la cantidad de bolsos o carteras que compra frecuentemente?

- De uno a dos
- De tres a cuatro
- De cuatro o más

P4. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

- Simplicidad
- Facilidad de uso
- Precio
- Diseño
- Tendencias
- Otro, ¿Cuál? _____

P5. ¿Dónde prefiere comprar este producto?

- Tienda especializada
- Grandes almacenes
- Internet
- Otro, ¿Cuál? _____

P6. ¿Ha escuchado sobre el yute?

- Sí
- No

P7. ¿Que productos conoce que sean elaborados con material ecologico?

- Sacos
- Bolsos
- Artesanías
- Sombreros
- Otros

P8. ¿Le gustaria utilizar un bolso o cartera con este material ecologico?

- Si
- No

P9. ¿Por que? (PROFUNDIZAR)

P10. ¿Le gustaria utilizar un bolso o cartera personalizado a base de yute?

- Si
- No

P11. ¿Que promocion le gustaria que tuviera este producto?

- Producto adicional
- Descuento
- Premios

P12. ¿Que medio de comunicacion considera mas adecuado para dar a conocer los bolsos elaboradas con Yute?

- Redes sociales
- Televisión
- Radio
- Revistas