



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE TELA DE FIBRAS DE LA
FRUTA PIÑA EN LA CIUDAD DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas y Negocios

Autora

Gallegos Zaldumbide Sasha Elizabeth

Tutora

PhD. Parvaneh Saeidi

QUITO – ECUADOR

2022

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo Sasha Elizabeth Gallegos Zaldumbide declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE TELA DE FIBRAS DE LA FRUTA PIÑA EN LA CIUDAD DE QUITO” como requisito para optar al grado de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad ad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 05 días del mes de agosto de 2022, firmo conforme:

Autora: Sasha Elizabeth Gallegos Zaldumbide

Firma *Sasha Elizabeth*

Número de cédula: 1727142455

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE TELA DE FIBRAS DE LA FRUTA PIÑA EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por SASHA ELIZABETH GALLEGOS ZALDUMBIDE, para optar por el título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

D.M de Quito, 05 de agosto de 2022

PhD. PARVANEH SAEIDI

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

D.M de Quito, 05 de agosto de 2022

Sasha Elizabeth

Sasha Elizabeth Gallegos Zaldumbide
1727142455

APROBACIÓN TRIBUNAL

En el trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, sobre el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE TELA DE FIBRAS DE LA FRUTA PIÑA EN LA CIUDAD DE QUITO”, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

D.M de Quito, 05 de agosto de 2022

Lector
Lcdo. Marcelo Borja Galeas, M. Sc

Lector
Econ. Mercedes Galarraja Carvajal, MBA

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado en primer lugar a mis abuelitos Sara y Manuel quienes han sido mi pilar fundamental para seguir adelante quienes me han criado desde pequeña y han sido una pieza fundamental para seguir avanzando tanto profesional como personalmente, a mi dulce madre Verónica quien ha estado en todos mis triunfos y derrotas jamás me ha dejado sola quien me enseñó a ser fuerte y valiente con amor, comprensión, a mi querido padre Rafel quien con cariño y esfuerzo nos ha sacado adelante y para mis dos hermanos Rafa y Tony quienes han sido mi fuerza para no decaer por alegrarme los días más tristes y ser mi ejemplo a seguir. Dedico este triunfo a mi yo de hace 10 años atrás quien jamás se dio por vencida.

La autora

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitirme tener una familia increíble trabajadora que se esfuerza por salir adelante, a mi familia por creer siempre en mi entregándome el ejemplo de superación, humildad y mucho sacrificio, agradezco a mi lugar de trabajo BGR por darme la oportunidad de laborar siendo tan solo una joven de 18 años y sin experiencia alguna, mis líneas de supervisión quienes han creído en mi sin duda. Mi principal agradecimiento a mi tutora Parva por la paciencia, el trato y sin duda el conocimiento que dispone gracias por la guía y el apoyo para realizar mi investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	2
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	4
APROBACIÓN TRIBUNAL	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN EJECUTIVO	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
JUSTIFICACIÓN	17
OBJETIVO GENERAL	18
OBJETIVO ESPECIFICO	18
CAPITULO I.....	19
1. Mercado y Comercialización.	19
1.1 Objetivo	19
1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio.....	19
1.3 Mercado.....	21
1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio	21
1.3.2 Demanda Potencial	36
1.4 Análisis del Macro y Microambiente.....	38
1.4.1 Análisis del microambiente.....	39
1.4.2 Análisis del macro ambiente.....	40
1.4.3 Proyección de la oferta	43
1.5 Demanda Potencial Insatisfecha	45
1.6 Diseño de marca (branding)	45
1.7 Estrategias de marketing	46
1.8 Publicidad que se realizará.....	47
1.9 Canales de Distribución	48

1.10 Seguimiento de Clientes	48
1.11 Especificar mercados alternativos	49
CAPITULO II	51
2 Operaciones	51
2.1 Objetivo del Capítulo	51
2.2 Descripción del proceso	51
2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio	51
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas	53
2.2.3 Tecnología aplicar.....	57
2.2.4 Factores que afectan las operaciones	58
2.3 Capacidad de Producción	60
2.3.1 Capacidad de Producción Futura	60
2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción	61
2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	61
2.5 Calidad	62
2.5.1 Métodos de Control de Calidad.....	62
2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio	63
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional	63
CAPITULO III.....	64
3.Organización y Gestión	64
3.1 Objetivo del capítulo	64
3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	64
3.2.1 Visión de la Empresa	64
3.2.2 Misión de la Empresa	64
3.2.3 Objetivos y estrategias.....	64
3.3 Organización Funcional de la Empresa	66
3.3.1 Organización Interna	66
3.3.2 Descripción de puestos	67
3.4 Control de Gestión	69
3.4.1 Indicadores de gestión	69
3.5 Necesidades de Personal	70
CAPITULO IV	71
4. Jurídico Legal.....	71
4.1 Objetivos del capítulo	71

4.2 Determinación de la forma jurídica	71
4.3 Registros de marcas	72
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	72
CAPITULO V.....	74
5. Evaluación Financiera.....	74
5.1 Objetivos del capítulo	74
5.2 Plan de inversiones.....	74
5.3 Cálculo de costos y gastos	75
5.3.1 Mano de Obra	75
5.3.2 Depreciación.....	77
5.3.3 Proyección de la depreciación	77
5.3.4 Detalle de Costos	78
5.3.5 Proyección de Costos	80
5.3.6 Detalle de Gastos.....	81
5.3.7 Proyección de gastos.....	82
5.4 Plan de Financiamiento	84
5.4.1 Forma de Financiamiento	84
5.5 Cálculo de Ingresos	84
5.5.1 Proyección de Ingresos.....	85
5.6 Punto de equilibrio	86
5.7 Estado de Resultados Proyectado	88
5.8 Flujo de Caja	90
5.9 Evaluación financiera	91
5.9.1 Indicadores	91
Conclusiones	95
Bibliografía	96

TABLAS

Tabla 1. Características del Producto	20
Tabla 2. Categorización de sujetos	21
Tabla 3. Dimensión Conductual	22
Tabla 4. Dimensión geográfica.....	22
Tabla 5. Métodos de recolección información primaria	23
Tabla 6. Métodos de recolección información secundaria	24
Tabla 7. Demanda Potencial	37
Tabla 8. Precio Promedio para el producto.....	37
Tabla 9. Demanda Anual en número de telas.	37
Tabla 10. Proyección Demanda Anual.....	38
Tabla 11. Matriz MPC.....	43
Tabla 12. Clientes mensuales	43
Tabla 13. Proyección Oferta	44
Tabla 14. Demanda Potencial Insatisfecha	45
Tabla 15. Estrategias de Marketing	46
Tabla 16. BTL.....	47
Tabla 17. CRM.....	48
Tabla 18. Estrategias de seguimiento a clientes	49
Tabla 19. Simbología Flujograma	52
Tabla 20. Descripción de Equipos	55
Tabla 21. Descripción de Equipos Tecnológicos seguridad textil e industrial	55
Tabla 22. Descripción de Personal	57
Tabla 23. Capacidad de Producción.....	60
Tabla 24.Capacidad de Producción Futura.....	60
Tabla 25. Especificación Materias Primas.....	61
Tabla 26. Check List	62
Tabla 27. Normativas.....	63
Tabla 28 Mapa estratégico	64
Tabla 29. Descripción de Puesto Gerencia General.....	67
Tabla 30.Descripción de Puesto Asistente Administrativo y Financiero	68
Tabla 31. Descripción de Puesto Operario	68
Tabla 32. Indicadores de Gestión	69
Tabla 33. Necesidad de Personal	70
Tabla 34 Plan de Inversiones	74
Tabla 35 Mano de obra.....	76
Tabla 36 Depreciación	77
Tabla 37 Proyección depreciación.....	77
Tabla 38 Detalle de Costos	79
Tabla 39Proyección de Costos	80
Tabla 40 Detalle de Gatos.....	81
Tabla 41 Proyección de Gastos	83
Tabla 42 Forma de Financiamiento	84
Tabla 43 Cálculo de Ingresos	84
Tabla 44 Proyección de Ingresos	85

GRÁFICAS

Gráfica N° 1	24
Gráfica N° 2	25
Gráfica N° 3	26
Gráfica N° 4	26
Gráfica N° 5	27
Gráfica N° 6	28
Gráfica N° 7	28
Gráfica N° 8	29
Gráfica N° 9	29
Gráfica N° 10	30
Gráfica N° 11	31
Gráfica N° 12	31
Gráfica N° 13	32
Gráfica N° 14	33
Gráfica N° 15	33
Gráfica N° 16	34
Gráfica N° 17	35
Gráfica N° 18	36
Gráfica N° 19	39
Gráfica N° 20	44

ILUSTRACIONES

Ilustración 1	45
Ilustración 2	48
Ilustración 3 Mapa de Procesos	51
Ilustración 4. Flujograma de Piñacloth	53
Ilustración 5. Descripción de ubicación	54
Ilustración 6. Instalaciones de Piñacloth	54
Ilustración 7. Organigrama estructural.....	66
Ilustración 8 Punto de Equilibrio	87

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DE TELA DE FIBRAS
DE LA FRUTA PIÑA EN LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR: Sasha Elizabeth Gallegos Zaldumbide

TUTOR: PhD. Parva Sahedi

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “Piñacloth” tiene como objetivo brindar al mercado un producto que se adapte a las necesidades del consumidor y cuidado del medio ambiente, que produzca y comercialice tela a base de fibra de piña en el Distrito metropolitano de Quito. La industria textil debe adaptarse a los nuevos cambios respondiendo a los gustos y nuevas preferencias que se han vuelto más exigentes por el ser humano consumidor. La crisis sanitaria nos dejó una época tan difícil que obliga tanto a los empleados público o privados y desempleados que nos hagamos más visionarios y generemos productos innovadores que faciliten la vida al consumidor. Piñacloth tiene una visión a largo plazo hace unos años atrás solo se podía hablar de calidad y lujo mas no de la sostenibilidad y el impacto medioambiental y humano por el proceso de fabricación a base del cuero, polyester, etc. Por lo tanto, es una alternativa sostenible Piñacloth no tiene impacto cero con el planeta sin embargo es respetuoso con su entorno, procede del desecho de las fibras de una parte de la hoja de la piña que otros agricultores desechan o quemarían que es alrededor de 13 millones de toneladas. Piñacloth es un tejido que fue fabricado con características únicas como la flexibilidad, la fuerza y la suavidad teniendo un medio parecido a la tela generando como una opción sustentable para realizar varios usos como tela de ropa y doméstica ya que tras pasar por un proceso industrial el tejido puede ser teñido por varios colores y transformado a texturas necesarias al consumidor. Piñacloth estará legalmente constituida como una sociedad de acciones simplificadas ya que según su validación se adapta a los parámetros correspondientes para ingresar al mercado nacional. En la parte más indispensable que es la Financiera Piñacloth estableció un margen de utilidad del 25% que se encuentra por encima del costo de la producción disponiendo un precio exequible para los consumidores.

Palabras clave: Sostenible, Indispensable, ecológico.

INDOAMERICAN TECHNOLOGICAL UNIVERSITY
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES
BUSINESS ADMINISTRATION AND BUSINESS CAREER

SUBJECT: BUSINESS PLAN FOR THE ELABORATION OF FIBER FABRIC FROM THE PINEAPPLE FRUIT IN THE CITY OF QUITO

AUTHOR: Sasha Elizabeth Gallegos Zaldumbide

TUTOR: PhD. Parva Sahedi

ABSTRACT

The company "Piñacloth" aims to provide the market with a product that adapts to the needs of the consumer and environmental care, which produces, and markets fabric based on pineapple fiber in the metropolitan district of Quito. The textile industry must adapt to the new changes responding to the tastes and new preferences that have become more demanding for the human consumer. The health crisis left us with such a difficult time that forces both public and private employees and the unemployed to become more visionary and generate innovative products that make life easier for the consumer. Piñacloth has a long-term vision. A few years ago, we could only talk about quality and luxury but not about sustainability and environmental and human impact due to the manufacturing process based on leather, polyester, etc. Therefore, it is a sustainable alternative Piñacloth has zero impact on the planet but is respectful of its environment, it comes from the waste of the fibers of a part of the pineapple leaf that other farmers would discard or burn which is about 13 million tons. Piñacloth is a fabric that was manufactured with unique characteristics such as flexibility, strength and softness having a fabric-like medium generating as a sustainable option to perform various uses such as clothing and domestic fabric since after going through an industrial process the fabric can be dyed by various colors and transformed to textures needed to the consumer. Piñacloth will be legally constituted as a simplified stock company since, according to its validation, it adapts to the corresponding parameters to enter the national market. In the most indispensable part, which is the financial part, Piñacloth established a profit margin of 25%, which is above the cost of production, providing an affordable price for consumers.

Key words: Sustainable, indispensable, ecologic.

INTRODUCCIÓN

En nuestros días existe en el mercado gran cantidad y diferentes tipos de telas que son cada vez más dañinos para el medio ambiente por los tintes y acabados donde se encuentra siendo responsable con el 20 % de la contaminación mundial solo en agua potable siendo así el lavado de materiales sintéticos genera 0.5 millones de toneladas de microfibras que están destruyendo a los océanos. (Martínez, 2010)

A través de una investigación previa surge la idea de la generación de tela a base de fibra de piña en el distrito metropolitano de Quito al norte sector de Cotacollao donde se convierta en amigable con el medio ambiente elaborando un producto innovador con responsabilidad social y empresarial.

El principal objetivo tiene como finalidad crear un negocio que sea amigable con el ambiente, sea sostenible con el transcurso del tiempo orientado a la generación de tela a bases de fibra de piña, para empresas textiles de entre 10 a 50 años de mercado, cabe recalcar que a nivel Latinoamérica no existe ninguna empresa que se dedique a realizar estos trabajos.

La tela a base de fibra de piña se considera como un producto ecológico, eco amigable y está enfocado al acto de vivir con intención siendo más amigables con el ecosistema enfocado en no dañar al medio ambiente y prevenir que siga existiendo un mayor daño al medio ambiente enfocándonos en productos ecológicos que promuevan una vida verde donde ayude a prevenir la contaminación y así prevenir el deterioro de la vida y salud humana.

Se considera que es un producto innovador en el Ecuador y nivel latinoamericano ya que se diferencia de los textiles que existen en el mercado, lo más importante es irrumpir con un producto eco amigable que permita ampliar las expectativas de los consumidores.

La vida textil jamás pasara de moda ya que es una necesidad del ser humano por lo cual es un producto rentable y amigable.

Capítulo I: Área de Marketing, se establecerá la definición del producto o servicio con su valor agregado, definición del mercado, segmentación, técnicas e instrumentos de recolección de información, proyección de oferta y demanda, canales de distribución y comunicación.

Capítulo II: Área de Producción, se ejecuta el estudio de los procesos de producción, descripción de instalaciones, equipos, factores que afectan, personas, capacidad de producción y recursos necesarios para la producción.

Capítulo III: Área de Organización y Gestión, se valida el análisis estratégico para la empresa, se ejecuta la misión, visión, objetivos, organización interna y descripción de puestos.

Capítulo IV: Área Jurídico Legal, se compone la forma jurídica de la empresa de escritura argumentada, detalle de licencias para marca, patentes y funcionamiento.

Capítulo V: Área Financiera, contiene de manera detallada el plan de inversiones, financiamiento, detalles de cálculos como costos y gastos, mano de obra, depreciación, flujo de caja, punto de equilibrio, TIR, VAN y la rentabilidad del negocio.

JUSTIFICACIÓN

La escala del proyecto es la factibilidad en desarrollar una tela que no se encuentra en el Ecuador, por lo tanto, puede tener un mejor costo a la empresa de textiles porque se reducirían costos de exportación ya que sería generada aquí.

Tiene impacto directo en la industria textil que brinda maneras de elaborar diferentes tipos de tela perjudicando al medio ambiente y así con la tela a base de fibra de piña evitaremos el daño en el medio ambiente reduciendo los componentes físicos, químicos y biológicos que perjudican a la salud del humano.

En Piñacloth se desarrollará un producto que solucionará una necesidad al sector textil a nivel mundial además de estar ubicada en la ciudad principal del Ecuador.

Los beneficiarios directos son las empresas textiles que se encargan de la elaboración y comercialización de diferentes tipos de telas, obteniendo materia prima de excelente calidad además de ser amigable con el ambiente con un precio adecuado y accesible, por lo cual permitirá tener mayor utilidad con los nuevos productos a ofertar, sin embargo, Piñacloth se beneficiará ya que su tela puede ser utilizada para la fabricación de diferentes confecciones.

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de negocios para conocer si existe la viabilidad de crear una empresa productora de tela a base de fibra de piña en el distrito metropolitano de quito norte sector **Cotocollao** con la finalidad de generar conciencia con el medio ambiente, aprendiendo a utilizar artículos que causen menos impacto al medio ambiente, descubriendo la extensión la huella de carbono y así ir actuando para reducir y mejorar el mismo.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Desplegar el estudio de mercado al cual va a ser enfocado la fabricación de tela a base de fibra de piña, establecer la viabilidad del producto.
- Establecer procesos efectivos mediante herramientas adecuadas en las diferentes actividades para la fabricación de tela a base de fibra de piña.
- Implantar la estructura organizacional, funcional y estratégica mediante herramientas de gestión para la venta de tela a base de fibras de piña.
- Definir la estructura legal de acuerdo con las políticas, reglamentos y normas existentes en la ciudad de Quito sector Cotocollao para la creación de la empresa Piñacloth.
- Identificar si el proyecto es factible y rentable analizando todos los indicadores financieros.

CAPITULO I

1. Mercado y Comercialización.

1.1 Objetivo

Ejecutar una encuesta para medir la demanda optima y conocer el nivel de aceptación al momento de adquirir tela a base de fibra de piña identificando el valor agregado que diferenciara de la competencia y ayudara con el medio ambiente.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto

Los tejidos surgen por la necesidad de los seres humanos para protegerse de los diferentes efectos climáticos por lo tanto en el verano se hilaba el lino y en el invierno la lana, se fabrican telas desde los años 3000 a.C, con el pasar de los años se fueron descubriendo varios tipos de textil para generar diferentes tipos de tela al igual que se descubrieron varios materiales y diferentes tipos de fibras como las naturales, artificiales y sintéticas.

Cada año aumenta la producción de desechos de las industrias de transformación de la fruta y verduras y hay problemas con la demolición de esos desechos por lo que cuesta mucho esa práctica de demolición. La producción de Piña genera bastante desechos y que, aunque los utilicen para alimentar los animales aun así eso no es solución al problema de la producción masiva de desechos de Piña.

Piñacloth nace de la idea de poder recuperar y valorizar esto y más que nada por el cambio de clima robusto que estamos viviendo en estos años, el objetivo es enfrentar los retos de nuestro tiempo mediante el progreso de productos innovadores en los que el éxito se integre y promueva el desarrollo cultural, social y ecológico. Son cada vez más las personas que optan por una vida ecológica, pero no sabemos lo que de verdad simboliza vivir de esta forma, en resumidas palabras, podríamos deducir que la vida ecológica como un estilo de vida es más natural basado en la sostenibilidad, el respeto y el cuidado del medio ambiente, los beneficios de ejercer una vida ecológica es proteger la biodiversidad y así garantizar el sustento de los hábitats naturales y no sobreexplotar los recursos.

Es positivo para tu salud. Si decides cambiar tus hábitos a los alimentos naturales en vez de procesados, estarías eliminando de tu salud sales y azúcares, y si te decides por productos eco amigables orgánicos paralizas que tu vivienda se llene de residuos químicos.

Por lo tanto el algodón orgánico es una de las materias principales utilizadas en la producción de textiles tales como ropa que se cosechan de forma artesanal sin embargo en Ecuador aún no se elabora nacionalmente este tipo de textiles ya que la producción más común en nuestro país es de telas compuestas por algodón y poliéster también el algodón no orgánico,

entonces necesitamos los materiales y textiles ecológicos para causar un menor impacto con el medio ambiente por los contaminantes textiles con los que estamos trabajando hoy en día.

En el Ecuador el sector textil se ve un gran crecimiento en cinco mercados, las exportaciones de hilo de diferentes tipos tales como acrílico, poliéster y de poli algodón se han elevado un 26,5% en el año 2020 a comparación del 2019, adicional los productos del sector textil tales como sombreros, ropa deportiva y calcetines tienen un crecimiento potencial en los mercados internacionales, el sector textil ha desarrollado un plan de mejora competitiva que aspira contar con el BID de las cuales se busca el desarrollo de las provincias más importantes tales como Pichincha, Tungurahua, Azuay, Imbabura, Cotopaxi, Guayas, Chimborazo. (PRIMICIAS, 2020)

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Se desarrollarán características y beneficios del producto para ventajas hacia el cliente

Tabla 1. Características del Producto

TIPO	CARACTERISTICAS PRODUCTO	DEL BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR
FIBRA DE PIÑA	Fuerte ligero y flexible adecuado para el uso de calzado bolsos muebles y más. Versátil se puede cortar, coser grabar y bordar fácilmente para obtener diferentes acabados de diseño.	Sostenible y libre de crueldad, no contiene productos químicos nocivos o productos de origen animal.
HILADO	Suave, flexible y fuerte es muy parecido al cuero puede ser teñido de varios colores.	Es sustentable, además se puede reaprovechar la biomasa generada de su producción y ser reutilizada o ser vendida generando así un ingreso extra a los productores. Puede ser utilizado como fertilizante o como biocombustible

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Al ser la piña una fruta natural es un tejido fabricado a partir de las fibras de las hojas de piña. Con características únicas, como la suavidad, la flexibilidad y la fuerza, el tejido, que es muy parecido al cuero, se desarrolló como una opción sustentable para la fabricación de tela. La retirada de las fibras de la piña para la producción del tejido ocurre justo antes de la colecta de la fruta. Pasa por un proceso industrial, por lo tanto, el tejido es creado, ser teñido de colores y convertido en distintas texturas. Una ventaja adicional del tejido sustentable es aprovechar la materia orgánica generada como subproducto de producción y

preciada un adobo natural, puede ser reutilizada en la plantación, produciendo renta adicional a los productores. Todo el proceso, incluyendo la retirada de la fibra no perjudica la producción de la piña.

1.3 Mercado

(Pérez, 2020) “Mercado es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial”.

Piñacloth ha sido desarrollado para la demostración que se puede ser más consiente con el medio ambiente adicional la insatisfacción con el sacrificio de animales para la fabricación textil, se han investigado alternativas para la creación de tela a base de fibras de diferentes frutas y se descubrió que las fibras naturales de la piña y su fibra son las óptimas para la elaboración de tela.

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

El segmento al que va dirigido es al mercado textil con un producto ecológico que no es ni será perjudicial al medio ambiente siendo pensada para durar más que el resto de las telas convencionales, y aunque la industria textil genera tela a precios cómodos y accesibles son costosos para el medio ambiente.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

En la siguiente tabla se visualiza, la categorización de sujetos del mercado objetivo al que esta direccionado el servicio.

Tabla 2. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIÉN COMPRA?	Hombres y mujeres de una edad de 18 años a 65 años y más
¿QUIÉN USA?	Hombres y mujeres de una edad de 18 años a 65 años y más.
¿QUIÉN DECIDE?	Hombres o mujeres que necesitan tela para diferentes usos
¿QUÉ INFLUYE?	Familia, amigos, y el bienestar de vestimenta

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

En las tablas siguiente se representa los factores de la dimensión conductual y geográfica, para el progreso del plan de negocios, que brindará el servicio de venta de tela a base de fibra de piña.

Tabla 3. Dimensión Conductual

CATEGORÍA	SUJETO
TIPO DE NECESIDAD	Social, vestimenta
TIPO DE SERVICIO	Comparativa
RELACION CON LA MARCA	Si
ACTITUD FRENTE AL SERVICIO	Positiva

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 4. Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	N# HABITANTES
PAÍS	ECUADOR	17.981.106
REGIÓN	SIERRA	7.504.942
CIUDAD	QUITO	2.781.641
PARROQUIA	COTOCOLLAO	31.623 entre hombres y mujeres de una edad de 18 a 65 años y más

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Ecuador en cifras, 2022

Elaborado por: La autora

1.3.1.3 Plan de muestreo

Al contar con un mercado objetivo de 31. 623 entre hombres y mujeres de una edad de 18 a 65 años y más, es primordial realizar el cálculo del tamaño de la muestra consiguiendo así el número para aplicar la herramienta de investigación de campo en este caso es la encuesta y poder conocer las preferencias de Piñacloth tela a base de fibra de piña que será realizada en la parroquia de Cotocollao, para la cual se maneja la siguiente fórmula.

DESCRIPCIÓN CANTIDAD ESTIMADA

País Ecuador 17' 981.106

Región Sierra 7'504.942

Ciudad Quito 2.781.641

Parroquia urbana (mercado objetivo)

Cotocollao 31. 623 entre hombres y

mujeres de una edad de 18 a

65 años y más.

Formula:

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

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 174000}{0,05^2(174000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 174000}{0,0025(174000 - 1) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{167109.6}{434.9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{167109.6}{435.9579}$$

$$n = 383$$

Observación. - De esta manera se obtuvo 383 muestras, es decir se aplicará este número de encuestas dentro del mercado objetivo de forma aleatoria con el fin de conocer las necesidades de la población.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Se describe los instrumentos para la recopilación de información, dentro del desarrollo del nuevo plan de negocios para la creación de tela a base de fibra de piña en la parroquia de Cotocollao, como se reflejará en el resultado de la encuesta aplicada.

Tabla 5. Métodos de recolección información primaria

MÉTODOS DE RECOLECCIÓN INFORMACIÓN PRIMARIA			
Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Experiencia de textiles similares	Primaria	Consumidor	Encuesta
Distinciones del consumidor	Primaria	Consumidor	Encuesta
Percepción de aspectos y diferenciadores del textil	Primaria	Consumidor	Encuesta
Frecuencia de compra de textiles	Primaria	Consumidor	Encuesta
Precio que pagan por comprar el producto	Primaria	Consumidor	Encuesta
Conocimiento de sitio con productos similares	Primaria	Consumidor	Encuesta
Propensión a comprar tela a base de fibra de piña	Primaria	Consumidor	Encuesta

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Tabla 6. Métodos de recolección información secundaria

MÉTODOS DE RECOLECCIÓN INFORMACION SECUNDARIA			
Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Proceso de elaboración de telas a base de fibras de piña	Secundaria	Artículos, Libros	Investigación bibliográfica
Tipos de maquinaria textiles	Secundaria	Artículos, Libros	Investigación bibliográfica
Proceso de Informe de Ventas	Secundaria	Artículos, Libros contables	Investigación bibliográfica
Registros de salud y seguridad en la empresa Piñacloth	Secundaria	Artículos, Libros, Páginas web	Investigación bibliográfica

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

1.3.1.5 Diseño y recolección de información

La recolección de información que se ha utilizado para el desarrollo de las tablas de necesidades se llevara a cabo mediante instrumentos de recopilación de datos, información, artículos científicos, libros y encuestas.

1.3.1.6 Análisis e Interpretación

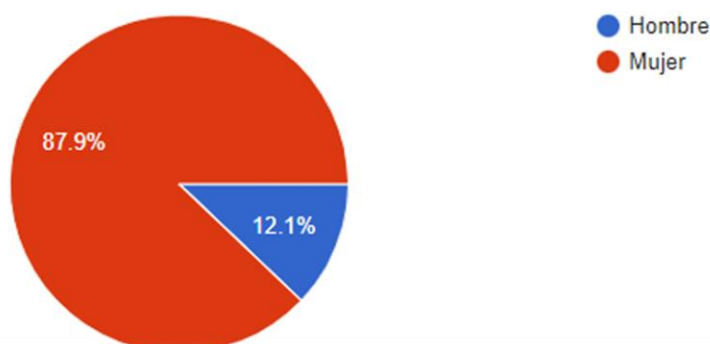
Se detallará a continuidad los datos obtenidos mediante el instrumento aplicada que es la encuesta, por lo tanto, se recopila información para la venta del producto

1- ¿Cuál es su género?

Hombre

Mujer

Gráfica N° 1



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

El 87,9 % de las personas entrevistadas son mujeres y el 12,10% son de género masculino.

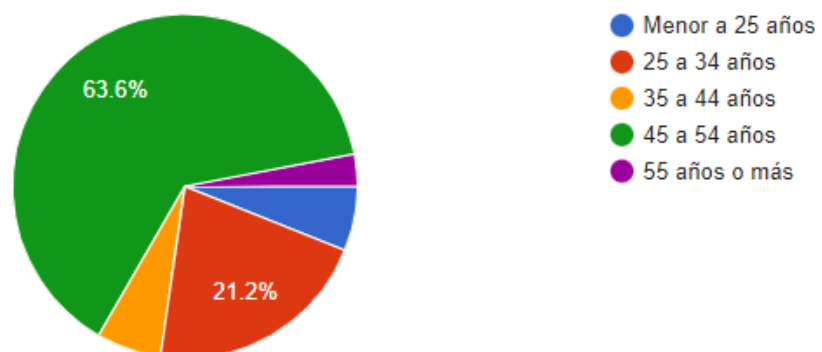
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao la aceptación de las personas que accedieron a llenar las encuestas fueron mujeres y hombres, según los datos reflejados nos indican que hay un mayor porcentaje de mujeres en llenar la encuesta, por lo tanto, el producto se adapta tanto a más mujeres que hombres.

2- ¿Cuál es su edad?

Menor a 25 años
25 a 34 años
35 a 44 años
45 a 54 años
55 años o más

Gráfica N° 2



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

El 63,6 % de las personas entrevistadas su edad es de 45 a 54 años, el 21,2 % de 25 a 34 años, el 6,1 % de 35 a 44 años al igual que menores de 25 años y el 3 % más de 55 años.

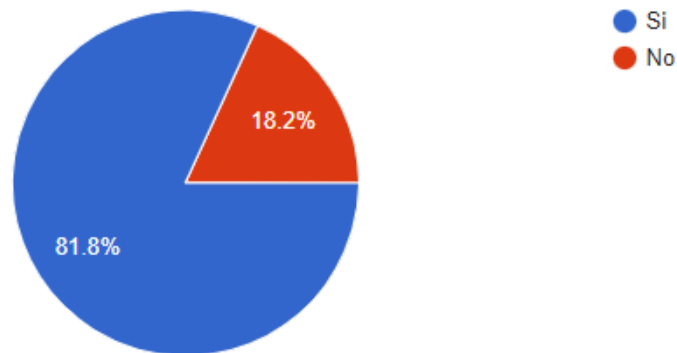
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao la aceptación de las personas que accedieron a llenar las encuestas fueron mujeres y hombres entre 25 a 55 años o más, según los datos reflejados nos indican que hay un mayor porcentaje de personas que tienen una edad de 45 a 54 años, por lo tanto, el producto se adapta tanto a más personas adultas.

3 - ¿Compras tela y es utilizada para varios usos?

Si
No

Gráfica N° 3



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

El 81,8% de las personas entrevistadas compran tela y la utilizan para varios usos mientras que el 18,2% no compra tela no la utiliza para varios usos.

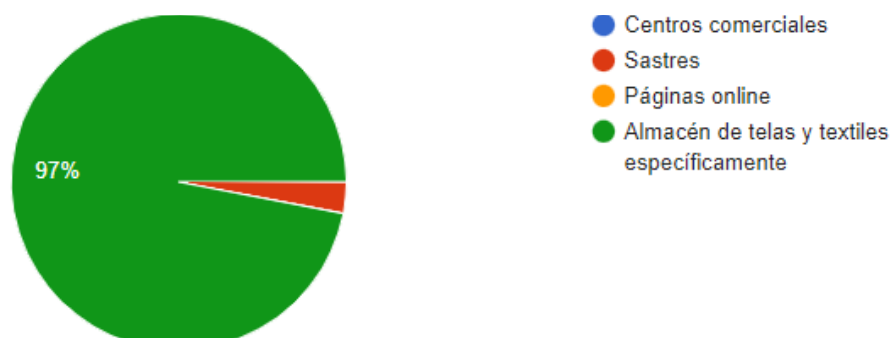
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao compran tela y es utilizada para varios usos.

4.- ¿Usted donde adquiere la tela?

Centros comerciales
Sastres
Páginas online
Almacén de telas y textiles específicamente

Gráfica N° 4



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 97 % adquiere sus telas en almacenes de telas y textiles específicamente y el otro 3% lo adquiere en sastres.

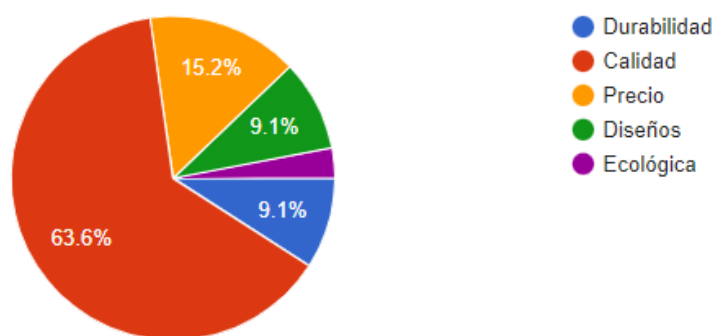
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito el mayor porcentaje de personas prefieren adquirir sus telas en almacenes de textiles específicamente

5.- ¿Qué aspectos considera más importantes al momento de adquirir telas?

Durabilidad
Calidad
Precio
Diseños
Ecológica

Gráfica N° 5



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 63,6 % considera que el aspecto más importante para adquirir la tela es la calidad, el 15,2% el precio, el 9,1% se decide tanto por el diseño como la durabilidad y tan solo el 3 % que sea ecológica

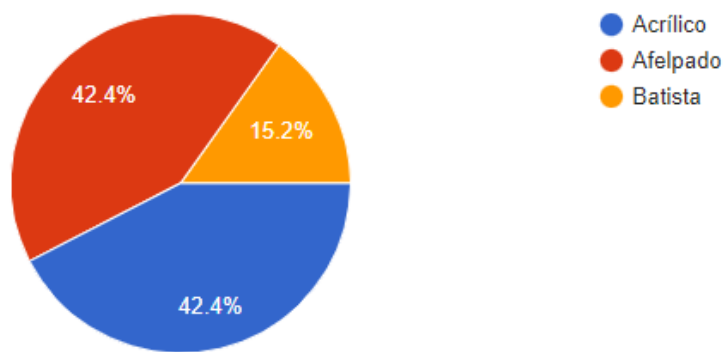
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito el mayor porcentaje de personas consideran que el aspecto más importante para adquirir la tela es la calidad

6- ¿Qué tipo de tela te gustaría adquirir?

Acrílico
Afelpado
Batista

Gráfica N° 6



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados siendo el 42,4 % de dos aspectos consideran que se encuentran el tipo de tela que les gustaría adquirir es Acrílico y Afelpado completando el 84,8% y solo el 15,2% la tela batista.

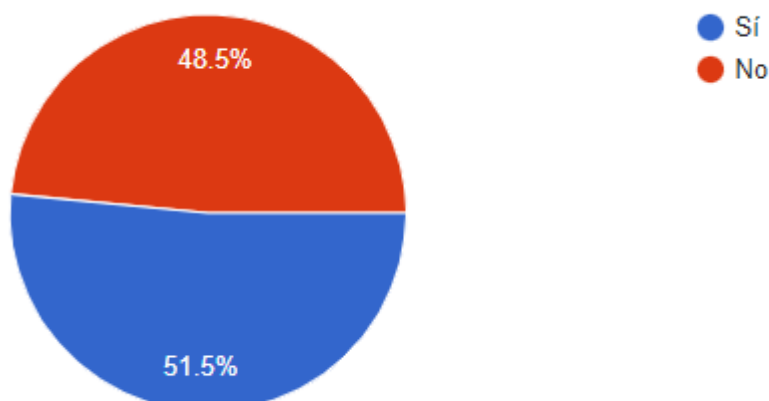
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de quito el mayor porcentaje de personas consideran que el aspecto más importante que tipo de tela les gustaría adquirir es Acrílico y afelpado.

7- ¿Has escuchado hablar sobre el daño que causo los textiles al medio ambiente?

Si
No

Gráfica N° 7



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 51,5% ha escuchado hablar sobre el daño que causa los textiles al medio ambiente y el 48,5 desconoce del mismo.

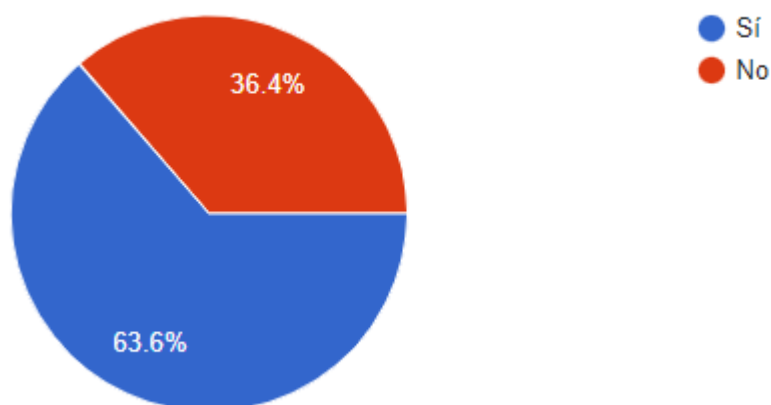
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito el mayor porcentaje de personas conocen del daño de los textiles al medio ambiente.

8- ¿Utilizas productos eco amigables?

Si
No

Gráfica N° 8



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 63,6% ha utilizado productos eco amigables y el 36,4% no los consume ni los ha consumido.

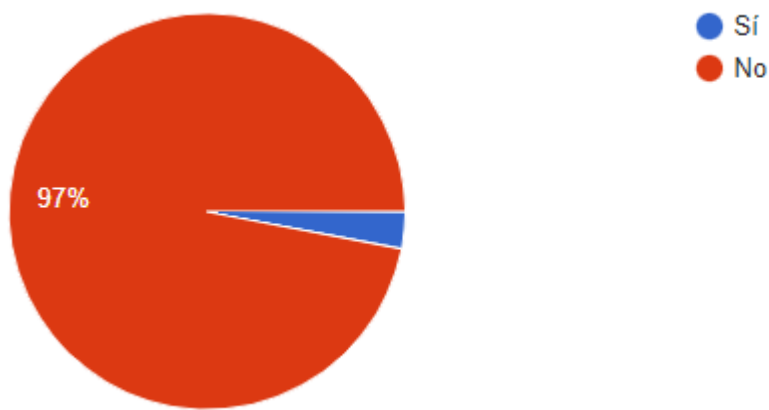
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito el mayor porcentaje de personas si han utilizado productos eco amigables.

9- ¿Conoce la tela a base de fibra de piña?

Si
No

Gráfica N° 9



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 97% desconoce la tela a base de fibra de piña y tan solo el 3% tiene conocimiento de esta.

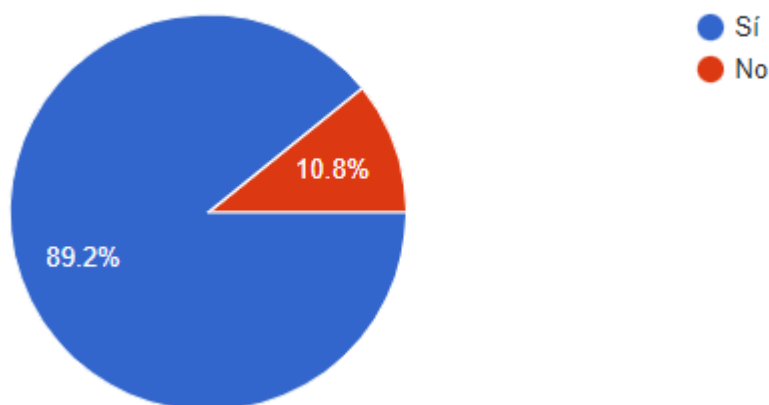
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotacollao al norte de Quito el mayor porcentaje de personas no conocen la tela a base de fibra de piña.

10- ¿Estaría dispuesta a utilizar tela a base de fibra de piña?

Si
 No

Gráfica N° 10



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 89,20% estaría dispuesto adquirir y utilizar la tela a base de fibra de piña mientras que el 10,8% no estaría dispuesta

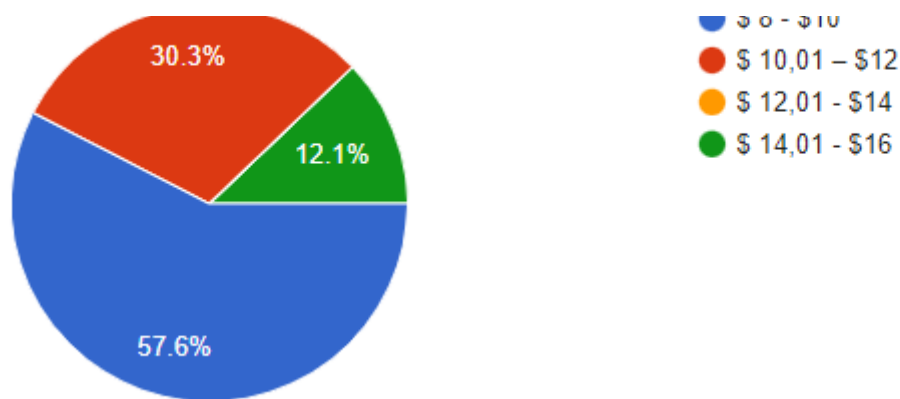
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotacollao al norte de Quito la mayoría estarían dispuestos a utilizar el producto Piñacloth

11- ¿Qué valor estás dispuesto a pagar por la tela base de fibra de piña por kilo?

\$ 8 - \$10
\$ 10,01 - \$12
\$ 12,01 - \$14
\$ 14,01 - \$16

Gráfica N° 11



Análisis

el 30,3% pagaría de entre \$10,01 a \$12 dólares y el 12,1% pagaría entre \$14,01 a \$16 dólares el kilo de tela.

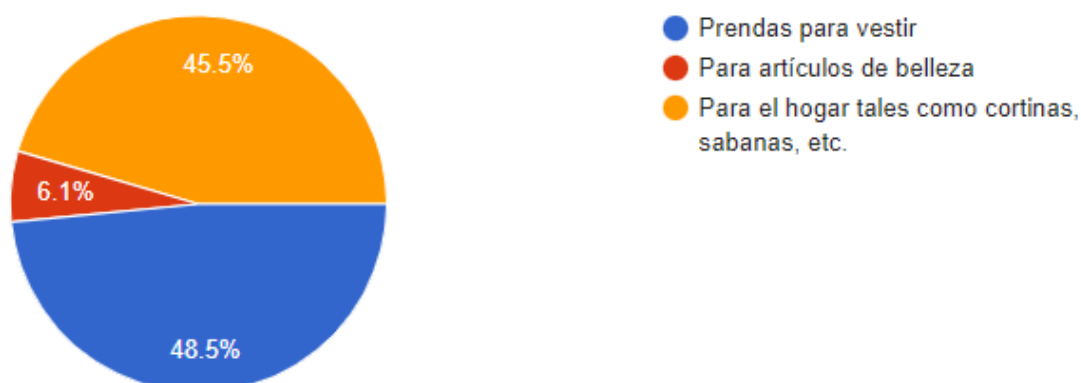
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotacollao al norte de Quito la mayoría estaría dispuesta a pagar el valor más económico de la tela de \$8 a \$10.

12- ¿En qué más te gustaría usar la tela a base de fibra de piña?

Prendas para vestir
Para artículos de belleza
Para el hogar tales como cortinas, sabanas, etc.

Gráfica N° 12



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 48,5% le gustaría usar la tela a base de fibra de piña en prendas de vestir, el 45,5% usaría la tela para el hogar como cortinas, sabanas, etc. y tan solo el 6,1% lo utilizaría para artículos de belleza.

Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito la mayoría de encuestados usarían la tela para prendas de vestir.

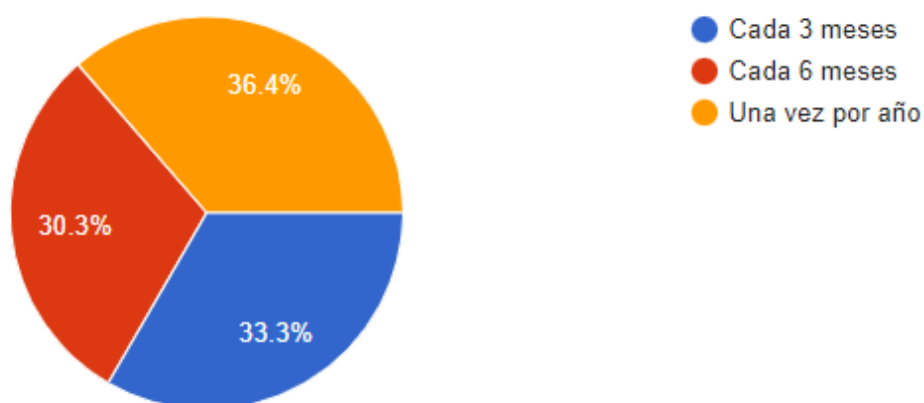
13- ¿Con qué frecuencia a usted le gustaría adquirir 1 kl de tela a base de fibra de piña?

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Una vez por año

Gráfica N° 13



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 36,4% le gustaría adquirir la tela una vez por año, el 33,3% cada 3 meses y el 30,3% cada 6 meses.

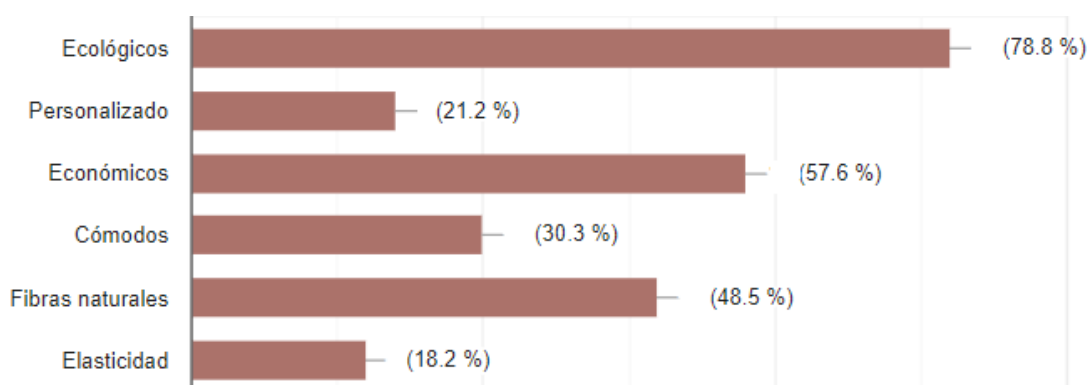
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito que la mayoría de la venta se realizaría una vez por año por cada cliente.

14- De los Sigüientes beneficios de la tela a base de fibra de piña seleccione los que considera más importantes (seleccione uno o varios a su criterio)

Ecológicos
Personalizado
Económicos
Cómoda
Fibras naturales
Elasticidad

Gráfica N° 14



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 78,8% consideran que los beneficios más importantes de la tela a base de fibra de piña es que sean ecológicos, el 57,6% que sean económicos, el 48,5% que tengas fibras naturales, el 30,3% que sean cómodos, el 21,2% que sean personalizados y el 18,2% que tengan elasticidad en la tela.

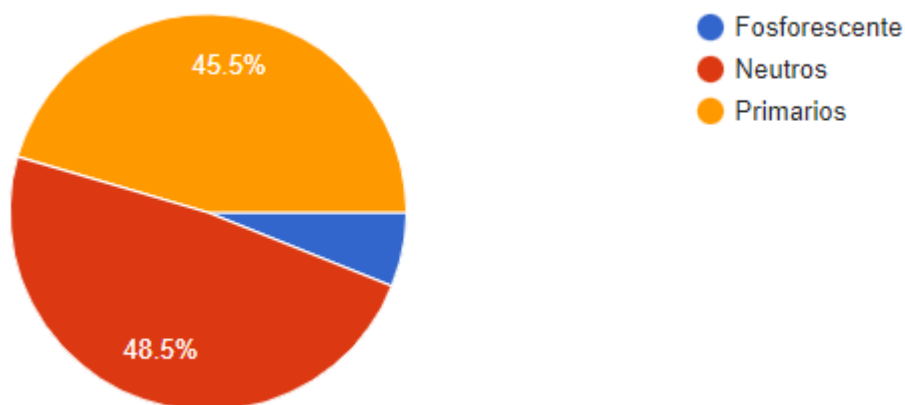
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotacollao al norte de Quito que la mayoría considera que los beneficios más importantes de la tela a base de fibra de piña es que sean ecológicos y económicos.

15- ¿Qué colores te gustaría adquirir en la tela a base de fibra de piña?

Fosforescente
Neutros
Primarios

Gráfica N° 15



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 48,5% estarían atraídos por colores neutros, el 45,5% colores primarios y solo el 3% les agradaría que tenga colores fosforescentes

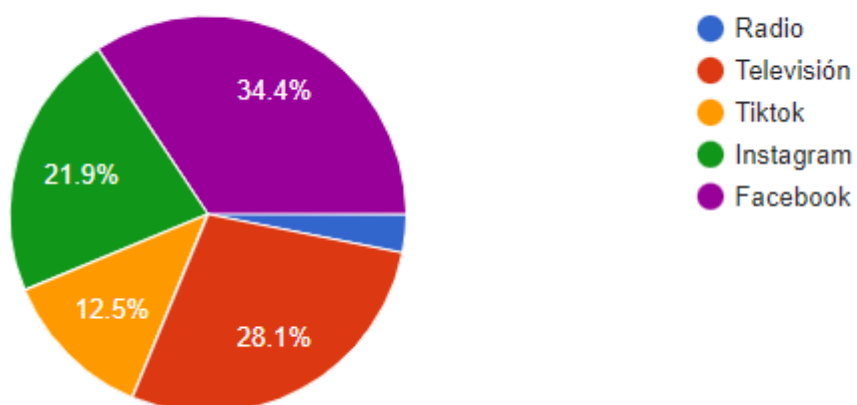
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito que la mayoría de encuestados van por los colores neutros más típicos de la tela, no se ve atraída por colores fuera de lo común como fosforescentes.

16- ¿Cómo le gustaría conocer de nuestro producto (tela a base de fibra de piña)?

Radio
Televisión
Tiktok
Instagram
Facebook

Gráfica N° 16



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 34,4% les gustaría conocer el producto vía Facebook, el 28,1% por televisión, el 21,9% Instagram, el 12,5% mediante Tiktok y tan solo el 3,1 por radio.

Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito que la mayoría de encuestados están interesados de conocer el producto por vías de redes sociales mas antiguas tales como Facebook e Instagram ya no les interesaría escuchar por radio.

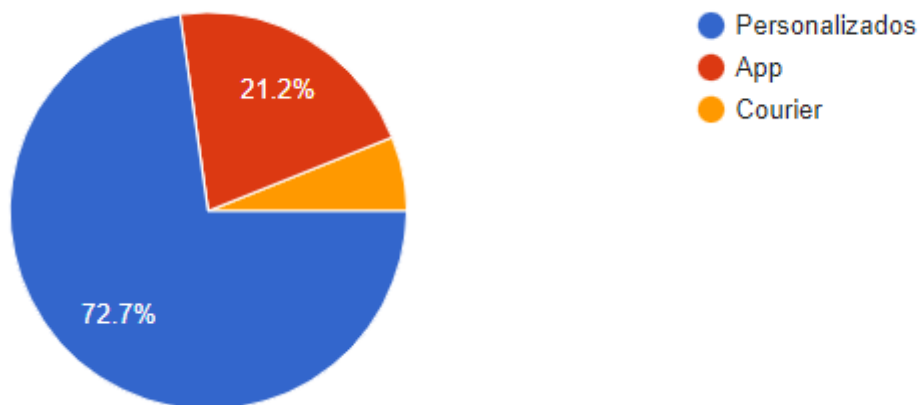
17- ¿Cómo te gustaría que sean las entregas de nuestro producto (tela a base de fibra de piña)?

Personalizados

App

Courier

Gráfica N° 17



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 72,7% les gustaría que las entregas fueran personalizadas, el 21,2% mediante app tradicionales y el 6,1% por Courier.

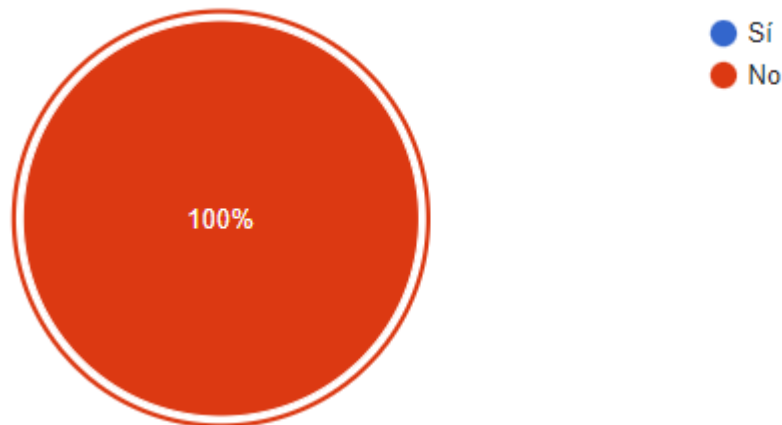
Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito que la mayoría de encuestados están interesados en que las entregas sean personalizadas.

18- ¿Conoce locales en Quito donde comercialicen fibra de piña?

SI
NO

Gráfica N° 18



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Análisis

De los encuestados el 100% no conoce locales en Quito que ofrezcan tela a base de fibra de piña.

Interpretación

Los datos reflejan que en el sector de Cotocollao al norte de Quito que la mayoría de encuestados demuestra que el producto es innovador y no conocen otro en la ciudad de Quito.

19- Si su respuesta es “Sí” en la pregunta anterior. Nos podrías comentar cual es el local donde adquieres tela a base de fibra de piña

No existen respuestas, porque no conocen locales o ventas de tela a base de fibra de piña.

1.3.2 Demanda Potencial

(Sanchez, 2020) “La demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones”.

Para realizar el desarrollo y el cálculo de la demanda potencial se tomará en cuenta la pregunta **10.- ¿Estarías dispuesto a comprar tela a base de fibra de piña?**, adicional se toma el número de población económicamente activa 31623 multiplicando por la opción SI en base a los resultados obtenidos de la encuesta, se determina que si existe la aceptación con una demanda de 89,20% dando como resultado 28207 para el año 2022 y para los siguientes periodos se ira incrementado con la tasa de crecimiento poblacional del 1,82% anual.

Tabla 7. Demanda Potencial

Detalle	Valor
Personas de 18 a 65 años que habitan en el norte de Quito	31.623
Aceptación por adquirir tela a base de fibra de piña pregunta (10 encuesta)	89,20%
Demandas en Personas	28207

Fuente: Encuesta Aplicada “Pregunta 10”

Elaborado por: La autora

La demanda determinada en número de personas o clientes es de 28207 disponiendo esta información se vuelve indispensable conocer la demanda en número de telas.

Tabla 8. Precio Promedio para el producto

Precio promedio para tela a base de fibra de piña			
Precio promedio de las variables	Frecuencia	Números de Encuestados	A*B
\$ 8,00	57,60%	228	\$ 1.824,00
\$ 10,00	30,30%	122	\$ 1.220,00
\$ 12,00	0	0	\$ -
\$ 14,00	12,10%	33	\$ 462,00
TOTAL	100,00%	383	\$ 3.506,00
Precio promedio	3506 ÷ 383=	9,154047	\$ 9,15

Fuente: Encuesta Aplicada “Pregunta 11”

Elaborado por: La autora

Según la pregunta **11. ¿Qué valor estas dispuesto a pagar por la tela base de fibra de piña por kilo?** de la encuesta se pudo evidenciar los valores que estarían dispuestos cancelar monetariamente por una tela a base de fibra de piña de esta forma se pudo obtener en la tabla el precio promedio que un consumidor estaría dispuesto a pagar por una tela a base de fibra de piña el cual es \$9,15 dólares.

Tabla 9. Demanda Anual en número de telas.

DETALLE	PORCENTAJE	FRECUENCIA DE COMPRA POR AÑO	FRECUENCIA TOTAL	DEMANDA CALCULADA
Trimestral	33,30%	3	9393	28179
Semestral	30,30%	2	8547	17093
Anualmente	36,40%	1	10267	10267
TOTAL	100,00%		28207	55540

Fuente: Encuesta Aplicada “Pregunta 13”

Elaborado por: La autora

Según la pregunta 13- **¿Con que frecuencia a usted le gustaría adquirir 1 kl de tela a base de fibra de piña?** de la encuesta se pudo evidenciar la frecuencia de compra que tendrían los clientes, luego de calcular la demanda en número de personas mediante la aceptación obtenida del 89,20% quiere decir 28207 personas estarían dispuestas adquirir telas podemos entrar a un análisis que cantidad se adquirirá y la frecuencia dando un total anual de la demanda de 55540.

Proyección de la Demanda Anual

Tendremos la demanda anual proyectada a 5 años con la siguiente formula:

$$Q_n = Q_0 \times (1 + C \%)^n$$

Para obtener la Demanda Anual en dólares se multiplico la demanda anual en número de telas por el precio promedio de una tela.

Tabla 10. Proyección Demanda Anual

Proyección Demanda Anual			
AÑO	Personas dispuestas adquirir	Precio	Demanda
2022	55540	9,15	\$508.191,00
2023	56406	9,29	\$524.170,23
2024	57286	9,44	\$540.651,91
2025	58180	9,58	\$557.651,82
2026	59088	9,73	\$575.186,27
2027	60009	9,89	\$593.272,05

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: La autora

1.4 Análisis del Macro y Microambiente

Es importante determinar el análisis del macro y microambiente, con el fin de conocer los factores de oportunidades y amenazas a las qué afrontará la nueva empresa que brindará el servicio dentro de la parroquia de Cotocollao.

1.4.1 Análisis del microambiente

Dentro del análisis del microambiente, se enfocará las 5 fuerzas de Porter, en la que se determinará las oportunidades y amenazas de la creación de la nueva empresa

Gráfica N° 19



Fuente: 5 Fuerzas de Porter

Elaborado por: La autora

A continuación, se procede con el análisis mediante cada una de las fuerzas oportunas, de tal forma que se genere conclusiones válidas para la toma de decisiones estratégicas en el proyecto.

Fuerzas Competitivas de Porter

Rivalidad entre Competidores

Esta fuerza en el sector textil es medio, ya que, al hallarse de diversidad de telas en el mercado, las primordiales competencias son empresas que sean internacionales ya que ofrecen a la producción y la elaboración de productos terminados. (Gestión, 2014) cita que existen “18.946 empresas textiles en el territorio nacional, este representa 29% del total de las empresas manufactureras del país. 16.407, esto quiere decir, que el 87% se dedican a la industria de confección, y el 13% a los hilados y tejidos.”

Así podemos evidenciar que la rivalidad entre competidores es media a pesar de que existe gran variedad, los materiales que serán usados no disponen estas empresas por lo tanto hay mínima competencia directa.

Poder de Negociación con los proveedores

En la fuerza del poder de negociación existe una gran variedad de proveedores ya que lo indispensable son las cascaras de piña, hilos, colores específicos, pero es necesario proveedores que dispongan productos de calidad alta con precios accesibles y marcar la diferencia con la competencia.

Poder de Negociación con los clientes

No hay disponibilidad o existe una alta negociación por los clientes ya que no hay textiles en el Ecuador que se dediquen a textiles ecológicos, por lo tanto, hay que considerar que los precios y características estén regulados a los sectores textiles en general.

Amenaza y entrada de nuevos competidores

En la actualidad en el Ecuador no hay empresas que se dediquen a la producción y diseño de telas a base de fibra de piña por lo tanto la competencia no es reveladora, pero nos encontramos en la actualidad con tendencias de moda que a lo largo de los años se ha convertido en mercados extremadamente amplios. Por lo tanto, la amenaza que existe en nuevos competidores es media porque las industrias textiles pueden innovar nuevos productos.

Entonces el ingreso de competidores nuevos tiene un riesgo medio por que se necesita de una inversión sin embargo las varias industrias textiles generan una amenaza intermedia.

Amenaza de productos sustitutos

La zona textil tomando en cuenta la elaboración de telas es productos reemplazables ya que con el pasar del tiempo la moda va a de acuerdo con el tiempo en el que estamos viviendo ya que se actualizan tendencias, colores, sin embargo, al ser una tela ecológica los clientes considerarán el uso de esta basándose en los principios ecológicos del mundo.

Por lo tanto, la amenaza de productos sustitutos es baja ya que la tela es ecológica, diferente sirve para todo tipo de tendencias como moda, hogar y el producto se adapta a necesidades de clientes.

1.4.2 Análisis del macro ambiente

La identificación de los factores externos a los que se enfrenta la Piñacloth ayudará a la correcta toma de decisiones para generar una huella positiva dentro de la misma, ya que la rentabilidad y crecimiento de la organización dependerá al conforme de aspectos externos e internos. Para el análisis se desarrollarán las siguientes matrices.

Político

El acuerdo de libre comercio establece varios puntos que se consideran que son beneficiosos para el país y actividad económica tanto artesanal como microempresaria protegiendo y desarrollando la producción nacional.

El acuerdo EFTA del Ecuador, como cualquier alianza mantiene beneficios para ambas partes, por un lado Ecuador se beneficiará de la exportación de productos farmacéuticos, químicos, maquinaria y equipos con componentes mecánicos, desde los países que conforman el European Free TRADE Área o la (EFTA) o la Asociación Europea de Libre Cambio (AELC) y por otro lado se encuentra los países europeos que mantiene un gran movimiento en comercio de productos sin mucha oferta como grasas y aceites de pescado y sobre todo frutas y hortalizas, que pueden significar una gran oportunidad para el comercio del país, si tomamos en cuenta que en el Ecuador se mantiene una política de Economía popular y solidaria, misma que protege de cierta forma al productor ecuatoriano y que a su vez promueve la comercialización de estos productos; el país podría convertir en mediano plazo su producción local en internacional, contamos con las bases legales para priorizar nuestra industria al menos dentro del mismo.

Oportunidad

En el Ecuador la oportunidad para que el productor local crezca y realizar exportaciones contando con alianzas estratégicas es mediblemente grande ya que se desarrolla los sectores microempresarias mejorando la calidad de productos con el fin de generar competencia internacional.

Económico

El desempleo es una realidad que experimenta una gran parte de la población en nuestro país, la influencia de varios factores tanto políticos como económicos han hecho que esta vaya creciendo con el pasar de los años. En el año 2020 esta problemática se agudizó debido a la pandemia del COVID 19, situación que hizo que en nuestro país la tasa de desempleo pase de 3,8% a 13,3% evidenciando así un incremento de 9,5 puntos porcentuales, los altos índices de desempleo afirman que el país es poco confiable y obstaculiza la inversión extranjera misma que es vital para el crecimiento productivo y desarrollo económico que se ve limitados y consigo toda la cadena que estos engloban.

Considerando este punto podemos decir que el desempleo afecta directamente a nuestro sector, ya que los ingresos en las familias se han limitado a comprar cosas de primera necesidad, si bien es cierto los productos artesanales es uno de ellos, existen varias marcas de telas pero no artesanales que tienen ganado un mercado extenso y que pueden competir directamente con nuestro producto, ya sea por precio o por posicionamiento, otro factor determinante es el tiempo libre de las personas que no tienen un empleo ya que ahora también muchas familias se

han dedicado a hacer sus propios productos buscando así un ahorro significativo en dentro de sus hogares.

Amenaza

El desempleo también ha generado muchas ideas de emprendimiento siendo los productos artesanales y naturales una de sus principales opciones ya que están en gran auge acogido por la sociedad, siendo la innovación y competitividad implementando valores agregados a los productos uno de los principales factores de estudio del sector artesanal.

Social

Las tendencias culturales del consumidor han obligado que las empresas tengan innovación en procesos menos contaminantes con el medio ambiente y con los ecosistemas del mundo, la implementación de políticas públicas que promuevan la protección y cuidado ambiental en la gestión empresarial del Ecuador es el acuerdo que se necesita entre la producción privada y el estado. Los productos fuera de uso (PFU) pueden ser tomados o considerados como materia prima en producción artesanal, brindando así la satisfacción que necesita el consumidor actual, de generar una consciencia ecológica y sustentable al momento de adquirir un producto o servicio.

Oportunidad

Mano de obra accesible existen varios niveles socioeconómicos representando a familias que disponen diferentes niveles de poderes adquisitivos y posiciones económicas.

Tecnológico

La tecnología era considerada como una moda pasajera que era mal utilizada por los jóvenes por lo tanto los negocios no se sentían beneficiados ante eso, con el paso de la pandemia mundialmente se demostró que la mejor forma de llegar a las personas, cliente objetivo y competencia era la tecnología con las redes sociales, por lo tanto las plataformas se han convertido en herramientas y aliados de marketing que ofrecen información valiosa en negocios y de manera gratuita, generan información sobre nuestros posibles clientes y también guarda una base de datos de nuestros clientes en interacción, genera un reconocimiento de marca ya que tiene una facilidad de comunicación entre el comprador y vendedor.

Oportunidad

Tiene ventajas de segmentación las mismas que nos ahorran tiempo y recursos para llegar a nuestro mercado objetivo, teniendo en cuenta todas las facilidades de redes sociales podemos afirmar que las mismas son aliados estratégicos frente a la promoción de nuestro producto ya que no necesita una inversión de grandes recursos y sin embargo tiende a lograr un gran alcance.

La siguiente matriz se identificará a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades individuales, en correlación con un modelo de la posición estratégica de la empresa. Los factores de una MPC contienen cuestiones y las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades.

Tabla 11. Matriz MPC

	LAFAYETTE		RIZZOKNIT		PIÑA CLOTH		
Factores Críticos	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Atención personalizada.	0,12	3	0,36	3	0,36	4	0,48
Productos Innovadores	0,08	2	0,16	2	0,16	4	0,32
Innovación tecnológica.	0,12	2	0,24	2	0,24	2	0,24
Experiencia de la competencia.	0,13	3	0,39	3	0,39	2	0,26
Publicidad	0,12	4	0,48	2	0,24	2	0,24
Posicionamiento del mercado.	0,1	1	0,1	2	0,2	3	0,3
Competitividad en precios.	0,16	4	0,64	1	0,16	3	0,48
Calidad del servicio.	0,17	4	0,68	3	0,51	2	0,34
Total	1	23	3,05	18	2,26	22	2,66

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.4.3 Proyección de la oferta

(ESPEJO, 2017) “La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están dispuestos a ofrecer a diversos precios en un determinado mercado”

Para calcular la oferta se necesitará investigar los diferentes competidores que oferten tipos de tela diferentes en la parroquia de Cotocollao a continuación, el detalle:

Tabla 12. Clientes mensuales

Fabricas	Núm. de clientes mensuales	Costo por tela
Lafayette	500	\$ 20,00
Rizzoknit	230	\$ 16,00
Umajinja	350	\$ 14,00
Nortextil	200	\$ 12,00
Colors	400	\$ 18,00
Protela	150	\$ 8,00

TOTAL	1830	\$	88,00
Promedio Total	305	\$	14,67
Núm. clientes anuales	3660		

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Proyección Oferta

El cálculo para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional anual 1,82%, lo que nos muestra un incremento en la proyección de los años y para el año 2026 existe una oferta de 3934 clientes.

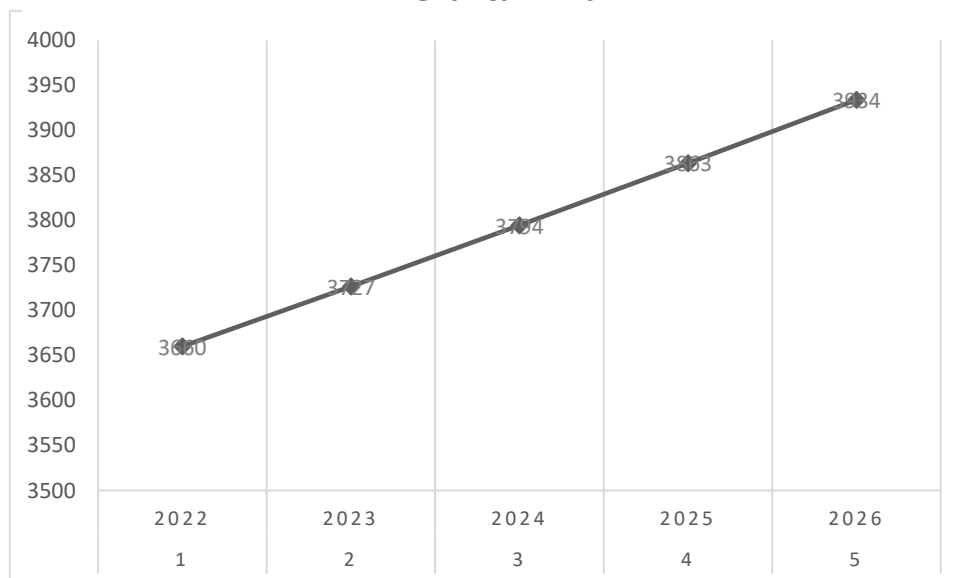
Tabla 13. Proyección Oferta

Nº	AÑO	OFERTA
1	2022	3660
2	2023	3727
3	2024	3794
4	2025	3863
5	2026	3934

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Gráfica N° 20



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha a un producto o bien es aquella que no está cubierta por el mercado. Según el caso en mención se realizará un ejercicio mediante el siguiente análisis:

La demanda insatisfecha es como fin el resultado de la diferenciación entre la oferta y demanda. Para realizar el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se ocupa la demanda y la oferta siendo la diferencia de dos factores para transformar anualmente y se divide para 12 para transformar mensualmente, finalmente se divide para 30 para transforma diariamente, es así como obtenemos de forma anual, mensual y diaria.

Tabla 14. Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/ AÑO UNIDADES	PRECIO PROMEDIO	DPI ANUAL DOLARES
2022	28207	3660	24547	\$ 14,67	\$360.104,49
2023	28647	3727	24920	\$ 14,67	\$365.582,52
2024	29094	3794	25299	\$ 14,67	\$371.143,47
2025	29548	3863	25684	\$ 14,67	\$376.788,58
2026	30009	3934	26075	\$ 14,67	\$382.519,12
2027	30477	4005	26471	\$ 14,67	\$388.336,37

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.6 Diseño de marca (branding)

Se realizó un análisis y a continuación se describe las oportunidades del negocio y la construcción de la identidad del nuevo producto, se identifica los siguientes parámetros

- **Nombre de la marca:** Piñacloth
- **Logotipo**

Ilustración 1



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

- **Eslogan:** “No solo se trata del producto, el diseño debe ser responsabilidad”
- **Percepción y posicionamiento**

La percepción de frente a la marca es positiva, debido a que el nombre Cloth está relacionada a la tela y Piña a la fruta por ende se puede decir que la empresa está relacionado al cuidado del medioambiente.

Al inicio de las actividades Piñacloth se pretende fidelizar a personas ecológicas y captar más clientes con el objetivo de posicionarnos y ser una de la empresas pendientes y cuidados del medio ambiente y así ser la marca más reconocida en Quito por el momento.

- **Diferenciación**

Piñacloth es uno de los productos más raros que toca la sustentabilidad de materiales ecológicos que sustituye a textiles que perjudican al medio ambiente y animales cuidando el impacto ambiental y genera nuevos ingresos a los agricultores lo que permite aprovechar al máximo los cultivos y así generar beneficios sociales y ambientales de un gran impacto

Este proyecto está inspirado por la cantidad de recursos naturales que disponemos en el Ecuador incluyendo el uso de las fibras vegetales que ya disponemos en el tejido tradicional por lo tanto se busca crear un nuevo textil que impacte social, económico y ambiental a lo largo de la vida. Por lo tanto, es una visión a un futuro más sostenible que conecte entre el ser humano personas el medio ambiente y la economía.

1.7 Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing concretan cómo vamos a lograr los objetivos de Piñacloth y cómo vamos a coordinar los diferentes aspectos comprometidos en una campaña, desde el creativo hasta el financiero. Así, la estrategia es como el mapa que ayuda a todas las personas de la empresa a remar en la misma dirección. Se verifica cuáles son los tipos más eficaces y cómo llevarla a la práctica.

Tabla 15. Estrategias de Marketing

Producto	Precio	Plaza	Promoción
Se enfoca en el cuidado del medio ambiente en la reutilizando materiales con las hojas adecuadas de la planta que quedan se recolectan en manojos y las fibras largas se extraen con	Nuestra línea poseerá un 5% de descuento en la primera compra si es más de 1 kl.	El producto se encontrará en un local al norte de Quito sector Cotocollao, sin	Desarrollaremos campañas mediante redes sociales generando impacto en Tiktok por la

máquinas semiautomáticas es apto para su uso en moda, accesorios y tapicería, se ahorraron 264 toneladas de Co2 al utilizar en lugar de quemar 825 toneladas de residuos de hojas de la cosecha de piña, cuya quema liberaría el equivalente a 264 toneladas de CO2 a la atmósfera.	Las formas de pago serán mediante transferencias, tarjeta de crédito y efectivo	embargo, disponemos ventas mediante Courier especializados y apps móviles que nos permitan entregar en la ciudad.	afluencia de gente consumidora del mismo generando sorteos, también se entregarán afiches y publicidad en Google con SEM
---	---	---	--

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.8 Publicidad que se realizará

Una de las opciones más indispensables en un negocio es el buen manejo del marketing ya que es fundamental para el posicionamiento en el mercado que se interactúa cuando se trata de aplicaciones digitales que se basa en la fuerza de las ventas tanto en la web como plataformas digitales. En la actualidad el consumidor ha cambiado su forma de adquirir y encontrar promociones ya que la información primera es buscada en el internet y la compra se puede realizar de varias formas. Piñacloth se basará en estrategias BTL que serán desarrolladas a través de promociones, campañas publicitarias, marketing, páginas web tales como Facebook, Instagram, TikTok ya que son las páginas principales que se encuentran en tendencia.

Tabla 16. BTL

Objetivo	Estrategia	Medio Publicitario	Tiempo	Responsable	Indicador	Presupuesto Anual
Generar anuncios en redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram en la cual el público objetivo esta más al tanto y así dar a conocer el producto al cliente en el que estamos enfocados	Generar páginas oficiales de las redes sociales mencionadas y ya creadas se contratará publicidad.	Redes Sociales	1 vez por semana	Área de Marketing	Alcance de vistas, reacciones e interacciones	\$ 220,00
Promocionar la compra de los productos	Generar página web de Piñacloth	Página web	Creación 1 vez	Área de Marketing	Número de seguidores y	\$ 150,00

					visitantes de la página	
--	--	--	--	--	-------------------------	--

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

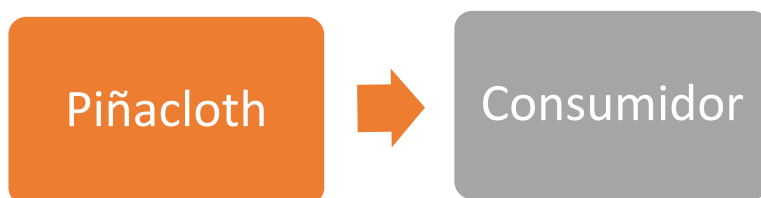
1.9 Canales de Distribución

Venta Directa

Se hace referencia a “la comercialización y venta de productos directamente a los consumidores, sin ningún tipo de intermediario o distribuidor”

La empresa Piñacloth se enfoca en un canal directo entre productor y consumidor, se realizará tela por lo tanto para la adquisición los futuros compradores desean tocar y palpar la misma para adquirirla.

Ilustración 2



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

1.10 Seguimiento de Clientes

Se desarrollará por medio de un formato establecido por el cual vamos a dar un seguimiento por llamadas, correo electrónico programados durante un periodo de tiempo, con el objetivo de mantener a nuestro cliente informado de los nuevos productos, promociones y un seguimiento de satisfacción y así no descuidar ni perder algún cliente por lo tanto se utilizará un customer relationship management lo cual se basa en la satisfacción del cliente y sirve para interaccionar una empresa con su cliente actual con la recolección de datos por lo tanto utilizaremos la siguiente tabla.

Tabla 17. CRM

BASE DE DATOS					
				CLASIFICACIÓN	
N°	DATOS PERSONALES	TELÉFONO	CORREO	NUEVO	FRECIENTE
1	David Paredes	0962782866	david.f@hotmail.com	x	

2	Verónica Morales	0962782867	verito.mora@gmail.com	x	
3	Elizabeth Merchán	0962782868	ely.21galle@live.com		x

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 18. Estrategias de seguimiento a clientes

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Satisfacción del cliente	Validación de encuestas después del uso del producto	Una vez comprado el producto	Marketing	Alto, manejo de encuestas de satisfacción
	Trato recibido por los vendedores	Al momento de retirarse del local	Gerente general	Medio, información entregada por cliente.
Promociones	Clientes referidos	La primera compra	Marketing	Alto, consolidación de información por cliente
	Si nos siguen en nuestras redes sociales disponen de descuentos	La primera compra	Marketing	Alto, seguimiento y validación de redes sociales.
Productos innovadores	Aplicar colores de temporada.	Cada 3 meses	Producción	Bajo, Actualización de información según competencias.
	Consulta de para que será usada la tela.	1 vez por mes	Producción	Bajo, Investigación profunda con el cliente.

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

1.11 Especificar mercados alternativos

Piñacloth en caso de no cumplir con el plan de venta, abarcara opciones tales como la venta directa a empresas textiles de productos para la elaboración de toallas de rostro al ser un

material suave para el retiro de maquillaje generando alianzas determinadas con industrias tales como hoteles, restaurantes, sitios de venta de maquillaje, adicional tela para la elaboración de prendas de vestir tales como abrigos para los climas fríos en la ciudad de Quito y la venta directa a empresas textiles de un solo producto para la elaboración de zapatos a base de solo la cáscara de la piña disecada.

CAPITULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer procesos efectivos mediante herramientas adecuadas en las diferentes actividades para la fabricación de tela a base de fibra de piña.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

Un proceso consiste en un ligado de actividades que ocupa como entradas uno o más elaboraciones y los convierte para obtener como resultado un producto o servicio.

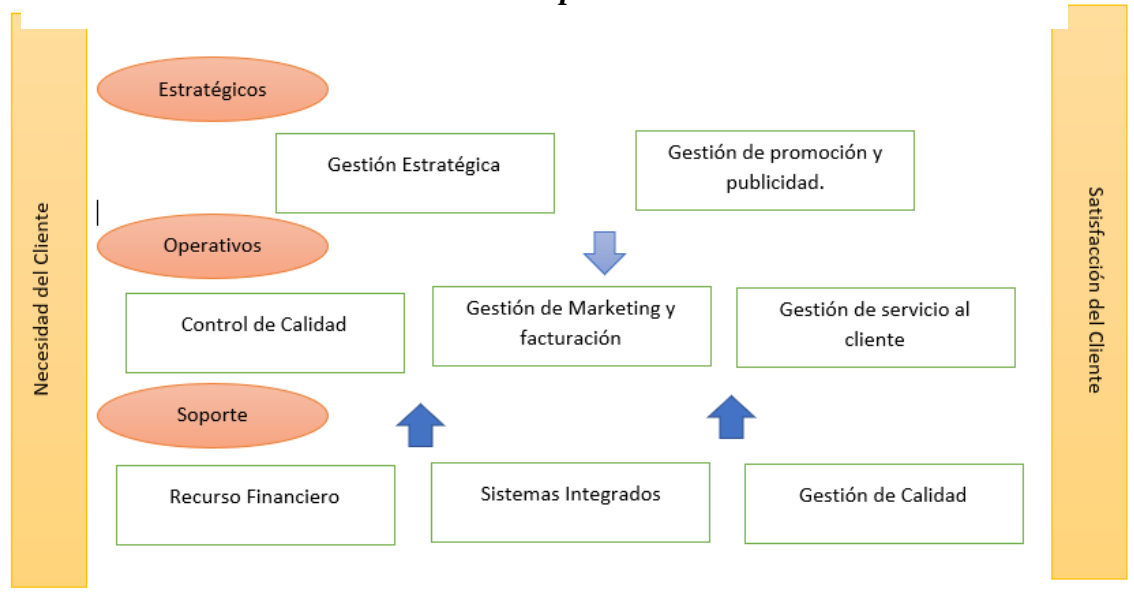
Se despliega el mapa de procesos derivado de la propuesta planteada y que es la base de la planificación estratégica como modelo a desarrollar en Piñacloth, en el mapa se puede distinguir: (Ilustración 3)

PROCESOS ESTRATÉGICOS: Esta definición corresponde al puesto de orientación y gestión, involucra a los procesos en la estrategia. Estos procesos deben ir de la mano con el cumplimiento de los objetivos de la planificación estratégica y del cuadro de mando integral.

PROCESOS OPERATIVOS: En estos procesos descubrimos el impacto en la estrategia comercial, la cadena de suministro y el diseño, planificación y supervisión de proyectos logísticos.

PROCESOS DE SOPORTE: Son los procesos encargados de dar soporte a los procesos estratégicos y operativos. Están diseñados para lograr el objetivo de apoyar otros procesos que realizan funciones específicas.

Ilustración 3 Mapa de Procesos



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Simbología del Flujograma

El diagrama de flujo usa formas especiales para representar diferentes tipos de acciones o pasos en el proceso. Las líneas y flechas indican la secuencia de pasos y la relación entre ellos. Estos se denominan símbolos de diagrama de flujo. Para comprender de mejor manera la estructura de un flujograma se presenta a continuación la simbología

Tabla 19. Simbología Flujograma

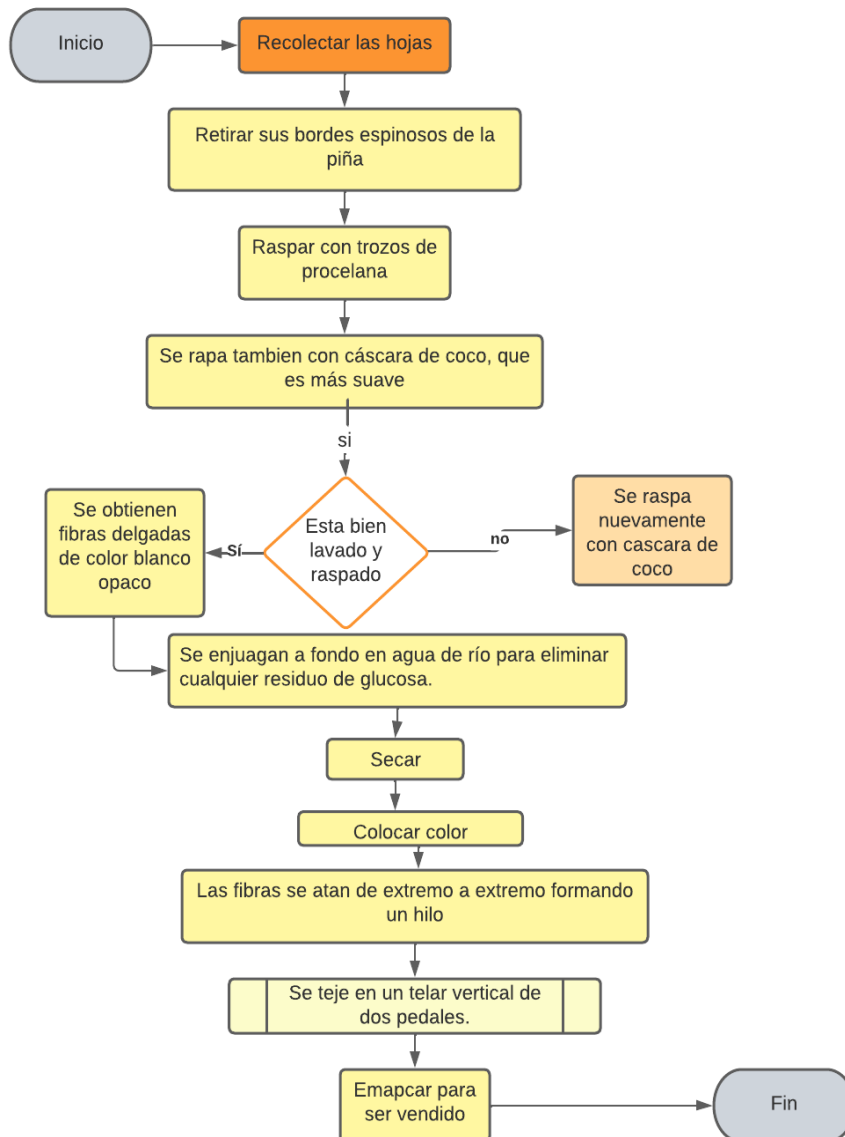
NÚMERO REPRESENTACIÓN SÍMBOLO

1	Inicio	
2	Actividad	
3	Decisión	
4	Fin	

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Para iniciar con el proceso de la elaboración de tela a base de fibras de piña se inicia con la recolección de hojas en los mercados alternativos tales como mercado la Ofelia o mercado mayorista, enseguida se realiza el retiro de los bordes espinosos de la misma con una afiladora especial y para que quede totalmente limpio se valida tocando suavemente su textura, por consiguiente se realiza el raspado con trozos de porcelana adicional se raspa suavemente también con la cascara de coco para que quede limpia la textura, después si se encuentra bien lavado y raspado se debe obtener la textura de un cabello como fibras delgadas de color blanco opaco para continuar se enjuaga a fondo en agua de río para la eliminación de cualquier residuo de glucosa de inmediato se lo deja secar en el horno de secado con sensores de temperatura baja 180° verificando la cámara termográfica se le coloca el color en una bandeja para que pueda adaptarse al mismo para llegar a la parte final se atan las fibras de extremo a extremo con la maquinaria de acabados rústicos formando un hilo, se teje en un telar vertical de dos pedales y se realiza el corte con la maquinaria industrial de cuchilla con afiladores automáticos, procediendo al empaque manual para el proceso de venta o distribución.

Ilustración 4. Flujograma de Piñacloth



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para llevar a cabo las actividades de la empresa Piñacloth, es necesario establecer un lugar con instalaciones suficientes para brindar servicios de calidad, oficinas administrativas que se encontrarán en la parroquia de Cotocollao, sector Norte de Quito, en la calle Antonio Neumane y N58G

Ilustración 5. Descripción de ubicación



Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora

A continuación, se evidenciará las instalaciones del local que se plantea en el siguiente plano donde se observa la distribución de las áreas de Piñacloth

Ilustración 6. Instalaciones de Piñacloth

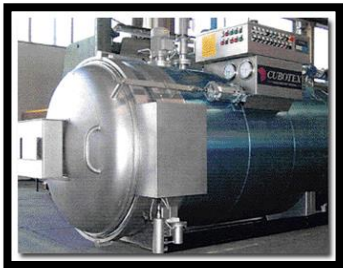


Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

La Empresa Piñacloth se proyecta en disponer una estructura de 300 m² donde contará con departamentos tales como gerencia, ventas, administrativo, operarios, taller donde se realizará la tela y un baño para el personal de esta.

Tabla 20. Descripción de Equipos

ACTIVIDAD	EQUIPOS	CARACTERISTICAS TECNICAS	COSTO
Hornos de secado		• Sensores de temperatura • Cámara termográfica se verifica que los sensores estuvieran dando la lectura correcta. • Esterilización de diferentes productos, evaporación	\$ 600,00
Cortadora de tela Industrial		• Cortadora de tela de cuchilla recta de 5' con afiladores automáticos. • Alimentación monofásica de 127 volts, ideal para todo tipo de tela	\$ 365,00
Maquinaria para acabados		• Se obtiene acabados rústicos • Reducción de un 50% de agua, vapor y productos químicos. • Intercambiador de calor de diseño externo • Equipada con una bomba.	\$ 5.000,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 21. Descripción de Equipos Tecnológicos seguridad textil e industrial

ACTIVIDAD	EQUIPOS	CARACTERISTICAS TECNICAS	COSTO
Productividad y rendimiento de la App		• Marca: Apple, procesador: Intel Core i5, disco duro: 1 TB · RAM 8 GB · Sistema operativo: Mac OS • Tamaño de la pantalla: 21.5 "	\$ 900,00

Realizar llamadas		- Pantalla: 6.1", 828 x 1792 pixels, RAM: 4GB - Almacenamiento 256GB	\$ 600,00
Vigilancia		4 cámaras de seguridad 720p HD alta resolución - disco duro para 1 mes de grabaciones 60 metros de cable, conectores y fuentes de poder - Programado para visualizar por internet	\$ 130,00
Seguridad Industrial		- Par de guantes látex - gafas de protección - protectores auditivos - maskarillas N99 - extintores de incendio.	\$ 130,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla N°21 Descripción de Muebles de oficina

ACTIVIDAD	EQUIPOS	CARACTERISTICAS TECNICAS	COSTO
Rendimiento y producción Mesa Cuadrada		- Marca: Dimusa - Modelo :5220 - Color: Blanco	\$ 160,00
Rendimiento y producción. 4 Sillas		- Marca: Luxor Negra - Ergonómica	\$ 210,00

Rendimiento y producción Escritorio		• Marca: Mark Laboro • Estilo L • Color café	\$ 90,00
Rendimiento y producción Archivador		• Marca: Maxi muebles • Vertical • Estructura: metálica • Color: negro	\$ 70,00

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Tabla 22. Descripción de Personal

ACTIVIDAD	TIEMPO	# PERSONAS	HORAS HOMBRE DÍAS Y MES (Min/60)
Recepción de compras y recolección de (Materia prima)	60 min	1	1 H
Confección y Producción	420 min	3	7 H
Control de Calidad	60 min	1	1 H
Etiquetado y Empacado	120 min	2	2 H
Almacenamiento	20 min	1	0.33 H

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

2.2.3 Tecnología aplicar

La tecnología influye en la confección de productos textiles, partiendo de la innovación en las máquinas de coser, los equipos para sublimado y marcas, así como los insumos, sin embargo, el valor agregado de la camiseta es el uso de tela a base de fibra de piña, la cual como característica principal se colorea con pigmentos certificados por GOTS y se aplica una capa superior de resina para darle fuerza, durabilidad y resistencia al agua adicionales. Se presiona con calor una lámina para crear la colección Metallic y se usa un revestimiento de transferencia de PU de alto contenido sólido para crear Piñacloth.

Otro factor para considerar es en la elaboración de Piñacloth, se ahorrará 264 toneladas de Co2 al optimizar en lugar de quemar 825 toneladas de residuos de hojas de la cosecha de piña, cuya quema liberaría el equivalente a 264 toneladas de CO2 a la atmósfera. Adicional el diseño del producto, el cual se basa en seguir a los grandes fabricantes, es decir, se aprovechará de la innovación no solo de la tela a base de fibra de piña, sino además del cuidado del medio ambiente, por la abundancia de recursos naturales, incluido el uso de fibras vegetales en el tejido tradicional, se buscó crear un nuevo textil no tejido que pudiera producirse comercialmente, proporcionar un impacto social y económico positivo y mantener una baja huella ambiental a lo largo de su ciclo de vida, que garantizan la durabilidad, flexibilidad, ligereza y adaptabilidad del producto al cuerpo del cliente. (Davis, 2018 26 de noviembre)

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

El análisis Pest nos permite identificar los factores del entorno en general que van a efectuar en las empresas en general.

Político

Convenios Internacionales

Este factor afecta a la industria ecuatoriana al no establecer acuerdos como la Unión Europea que se requiere para el país para nuestro desarrollo económico.

Salvaguardias

Nos genera un valor negativo que nos genera incertidumbre al mercado por el aumento de precios a productos importados.

Generación de Incentivos

Generar materia prima para abastecer a la industria textil depreciar costos de la producción.

Evolución del sector manufacturero

Los sectores como el comercio y la manufactura tendrán una necesaria transformación que entre otras se dirija a reducción de costos.

Económico

Desempleo

Es uno de los factores más complicados por la falta de liquidez de los consumidores ya que el país está atravesando por esto ha generado que la industria en mano de obra baje sus previsiones.

Sector de la producción PIB

El fondo monetario prevé una contracción económica del 0,06% lo que traduce a una disminución de la producción de nuestras empresas ecuatorianas ya sea por las consecuencias de las importaciones en el Ecuador han sido superiores a las exportaciones generando un déficit de millones de dólares.

Tasa de Interés

Se han mantenido bajas ya que el problema se ha generalizado de la economía ha provocado que la banca privada no de acceso a créditos a los nuevos emprendimientos.

Social

Ecológica

Al ser una tela ecológica, nos hará reducir al mínimo los desperdicios de la producción ya que se basa en un 100% de sus operaciones en la fibra de piña y no generará impacto en la naturaleza. (Ecología verde 2019)

Cultural

Representa una oportunidad para la industria de telas, gracias a la investigación para la producción de nuevas telas ecológicas

Demográfica

Tanto en la educación como en el cuidado personal y uso de productos naturales han tomado positivamente en todos los ámbitos

Tecnológico

Internet

Permite potenciar cliente que conozcan la empresa y productos a través de las páginas web y redes sociales.

Equipos

Existen equipos de maquinaria para la producción de telas artesanales, lo cual hace que la empresa sea más productiva y funcional.

Ventas electrónicas o comercio

En la actualidad la nueva tendencia para comercializar y llegar de manera más eficaz a los clientes por los nuevos medios a través de las redes sociales para una mejor comunicación. (kolau 2020)

Aplicaciones

Herramientas para dar valor a nuevas aplicaciones y dar a conocer los productos o servicios que van a ser entregados a los consumidores. (Ana Isabel Sordo2020)

2.3 Capacidad de Producción

Para determinar la capacidad instalada de los servicios que va a ofertar Piñacloth, vamos a tomar en cuenta la capacidad de producción al inicio de las operaciones que tendrá la empresa, por lo tanto, el número de trabajadores en el área de producción considerando el tiempo de elaboración de la tela y la jornada laboral de 8 horas al día durante los 5 días de la semana siendo así se detalla la siguiente tabla de producción anual.

Tabla 23. Capacidad de Producción

Producto	Tiempo de elaboración	Tiempo de jornada laboral	N° de trabajadores	N° de telas elaboradas diario	N° de telas elaboradas semanal	N° de telas elaboradas mensual	N° de telas elaboradas Anual
Tela de fibra de piña	3,3	8	2	4,85	24,24	96,97	1163,64

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Se puede apreciar en la tabla que el tiempo de elaboración de la tela de fibra de piña es de 3,30 horas siendo así que en una jornada laboral de 8 horas con dos trabajadores diariamente se realizan 4 prendas semanalmente 24 mensualmente 96 y anualmente 1163.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

Para calcular la capacidad de producción futura de la empresa hay que comprender que los factores determinantes en cuanto al número de telas producidas son la capacidad instalada y el personal de producción, por tanto, para los 5 primeros años se incrementaría el personal y la capacidad instalada de la siguiente forma:

- En el primer y segundo año se mantendrá el número de trabajadores y el tiempo de elaboración
- En el tercer y cuarto año se contratará personal y se optimizará el tiempo de elaboración de las prendas
- En el quinto año se optimizará el tiempo de elaboración a 3 horas y se contratará un trabajador para generar más telas anualmente.

Tabla 24.Capacidad de Producción Futura

AÑO	PRODUCTO	Tiempo de elaboración	Tiempo de jornada	N° de trabajadores	N° de telas elaboradas diario	N° de telas elaboradas Anual
						240

a laboral						
2022	Tela a base de fibra de piña	3,3	8	2	4,85	1163,64
2023	Tela a base de fibra de piña	3,3	8	2	4,85	1163,64
2024	Tela a base de fibra de piña	3,2	8	3	7,50	1800,00
2025	Tela a base de fibra de piña	3,2	8	3	7,50	1800,00
2026	Tela a base de fibra de piña	3	8	4	10,67	2560,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Para la confección de telas de fibra de piña, se necesitan varias materias primas, insumos y materiales indirectos, los cuales se los encuentra en proveedores locales, en el mercado se encuentran varios de estos proveedores, por lo que no es difícil comprar dichos materiales, a continuación, se definen en la Tabla N° 25, incluyendo su importancia, proveedor, localización y grado de sustitución.

Tabla 25. Especificación Materias Primas

Materia Prima	Importancia	Proveedor	Localización	Grado de sustitución
Hojas de piñas	Alta	Mercado Ofelia	Av. Diego Vásquez de Cepeda	Bajo
Hilos	Alta	Teje & Teje	Av. Amazonas e Islas Tortuga	Medio
Insumos y Sublimado	Media	INSUMODA	Isla Pinzón N43-4	Medio
Etiquetas	Media	ETIQUETEX	Juan de Selis76-24 y Tadeo Benítez	Medio
Empaques	Baja	FLEXIPLAST	Carcelén calle Unión	Medio

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

2.5 Calidad

2.5.1 Métodos de Control de Calidad

El check list, accederá advertir fallas en el proceso de confección y de la metodología de la producción, considerando las materias primas, elaboración de partes, color, marcas o díselos gráficos, así como del ensamblaje y almacenado de los productos terminados.

Tabla 26. Check List

CONTROL DE CALIDAD DE TELA A BASE DE FIBRA DE PIÑA													
Inspección											Fecha:		
Puntos chequeados	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	Responsable:		
1. Componentes usados													
¿Los componentes usados son correctos?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Se poseen los registros de recepción de los componentes?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
Código de los informes de recepción:													
2. Actividades realizadas													
¿Se siguieron los procedimientos?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Se usaron las revisiones vigentes de los procedimientos?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Se rellenaron los registros y estos son correctos?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
3. Incidencias													
¿Producto final confirme?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Existe alguna incidencia relacionada?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
Código incidencias relacionadas:													
4. Tiempos de producción													
¿Existieron retrasos en la fabricación?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Hubo maquinas indisponibles?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
5. Entrega y logística													
¿Producto correctamente identificado?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
¿Producto conforme a las especificaciones del cliente?											☐ SI	☐ NO	☐ N/A
6. Observaciones:													

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La seguridad e higiene ocupacional está en función de las normas que rigen las mismas, para las actividades comerciales de producción y comercialización de tela, a continuación, se observa la norma, condición y aspecto o criterio que rige la norma. Las instalaciones para la fabricación tela de piña, deben cumplir con varios aspectos que brinden las condiciones adecuadas de seguridad, salud ocupacional y ambiente, las cuales son enumeradas a continuación.

Normativas para instalación

Se considera todos los permisos necesarios para proceder con las normativas de instalación, considerando las buenas prácticas y direcciones solicitadas por los diferentes canales normativos.

Tabla 27. Normativas

Norma	Descripción	Criterio
Patente Municipal de Funcionamiento	Obligados a obtener la patente y el pago anual del impuesto de este, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.	Permiso anual
LUAE	Otorga el GAD del DMQ, para el desarrollo de actividades económicas en establecimientos en Quito	Permiso anual
Permiso de Bomberos	Verifica el desempeño de las condiciones de seguridad humana también equipos contra incendios en edificaciones	Permiso anual
Higiene	ARCSA – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	Permiso anual
Seguridad Ambiental	Ministerio del Ambiente	Permiso anual
Impuestos	SRI	RUC o RISE

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Implantar la estructura organizacional, funcional y estratégica mediante herramientas de gestión para la venta de tela a base de fibras de piña.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser en los próximos 5 años (2027) reconocidos como una empresa de innovación y eco amigable, brindando un servicio de calidad mediante materiales reusables que permitan la optimización de textiles que perjudican al medio ambiente, trabajando con talento humano capacitado.

3.2.2 Misión de la Empresa

Satisfacer los estándares de calidad, basados en innovación, flexibilidad y vocación de servicio, a través de productos ecológicos, diferenciadores y amigables con el medio ambiente.

3.2.3 Objetivos y estrategias

Objetivos estratégicos son los resultados se desean lograr como organización para cumplir con la misión. Las estrategias son las normas que ayudan a tomar decisiones a las acciones apropiadas para alcanzar las metas de la organización. Para una buena práctica de la empresa Piñacloth se ha planteado la obtención de objetivos estratégicos, que se basaran en el análisis tanto del macroentorno, así como del microentorno de esta.

Tabla 28 Mapa estratégico

Mapa Estratégico Análisis y aplicación estratégica en Piñacloth

Misión: Satisfacer los estándares de calidad, basados en innovación, flexibilidad y vocación de servicio, a través de productos ecológicos, diferenciadores y amigables con el medio ambiente.

1.- Establecerse en el mercado del sector Cotacollao en la ciudad de Quito.

2.- Generar fidelizaciones entre en cliente y colaborador.

Política

Los colaboradores deberán manejar nuevos métodos de comercialización y crear nuevas líneas de productos.

Estrategias

1. Impulsar reuniones con ideas estratégicas e innovadoras.
2. Generar campañas en redes sociales.
3. Aplicar a ferias artesanales y dar a conocer el producto.

Política

Formar estrategias para mejorar la calidad y generar fidelización.

Estrategias

1. Generar campañas mediante redes sociales generando ofertas a los clientes.
2. Entregas 3 meses de garantía para posible daño con la tela.
3. Mejorar la calidad y procesos tanto de producción como entrega.

3.- Mejorar el proceso de manual a tecnológico productivo

Política

Confeccionar y renovar el proceso productivo.

Estrategias

1. Renovar maquinarias para el apoyo más efectivo en el proceso de la generación del producto ahorrando tiempo de elaboración.
2. Generar capacitaciones a los operarios para el buen uso y manejo de las herramientas y maquinarias renovadas.

4.- Generar campañas y buscar socios estratégicos nacionales para tener la posibilidad de ingreso al mercado.

Política

Establecer estrategias innovadoras que se dirijan a una meta en el mercado.

Estrategias

1. Realizar encuentros invitando a productores, textileros, distribuidores de productos ecológicos en la ciudad de Quito.
2. Generar creatividad con campañas nuevas y publicidad específica.
3. Crear alianzas estratégicas con los grandes grupos textileros
4. Crear blogs, que permita la interacción de productores, agricultores y distribuidores de productos artesanales y ecológicos

5.- Estar consolidados en el mercado Nacional Ecuatoriano.

Política

Establecer estrategias innovadoras para tener mayor afluencia de clientes y un canal externo de venta de tela.

Estrategias

1. Generar y crear catálogos virtuales donde puedan conocer más sobre el producto y puedan solicitarlo mediante sitios web seguros.
2. Tener un distribuidor externo con alianza a Piñacloth para la entrega del mismo con buenas experiencias.
3. Generar campañas estratégicas con publicidad en redes sociales a nivel nacional.

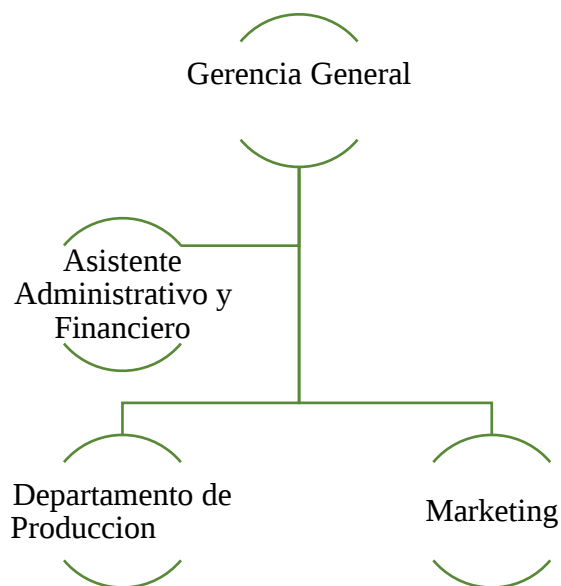
Visión: Ser en los próximos 5 años (2027) reconocidos como una empresa de innovación y eco amigable, brindando un servicio de calidad mediante materiales reusables que permitan la optimización de textiles que perjudican al medio ambiente, trabajando con talento humano capacitado.

3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

Piñacloth para su desempeño organizacional utiliza la estructura jerárquica, desde donde inicia la administración hasta los desempeños operativos, también consta con puestos que desempeñan actividades productivas y comercialización para el funcionamiento correcto. La empresa Piñacloth está dirigida por una gerencia general quien será el representante legal de la misma lo cual administra, planifica, controla y organiza todas las operaciones de las misma, el asistente administrativo y financiero esta encargado de la elaboración de balances, colabora con actividades administrativas necesarias para el desempeño del negocio, el área de producción se enfoca en los operarios donde se fabrican los productos se valida los estándares de calidad, basados en innovación, flexibilidad y vocación de servicio, a través de productos ecológicos, diferenciadores y amigables con el medio ambiente y el área de marketing donde Capacidad donde se realiza el manejo de redes sociales, elaboración de artes totalmente personalizado referente a la organización, empleando estrategias creativas para generar una buena experiencia al consumidor.

Ilustración 7. Organigrama estructural

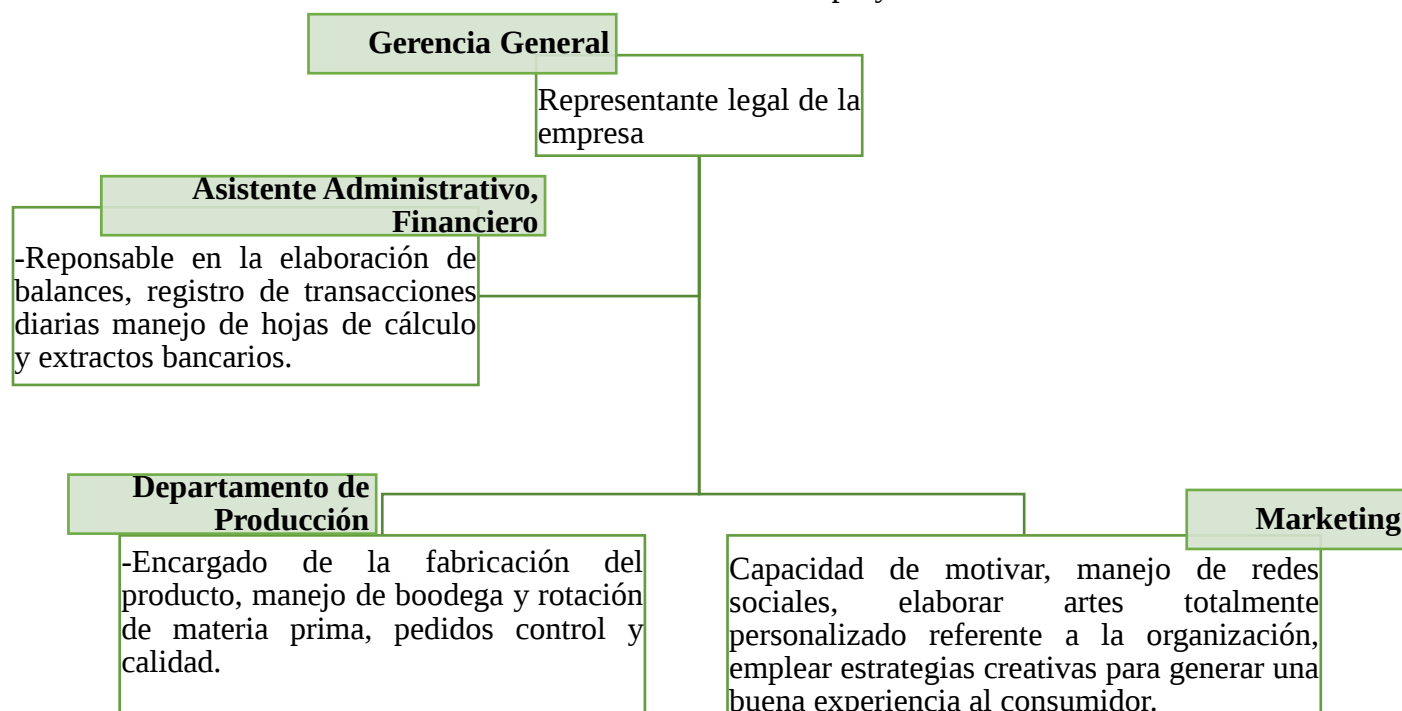


Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Imagen N°8 Descripción del organigrama estructural

Fuente: Análisis del proyecto



Elaborado por: La autora

3.3.2 Descripción de puestos

Se detalla las funciones de unidades administrativas elaboradas en el organigrama que se implementaran en la empresa “Piñacloth”

Tabla 29. Descripción de Puesto Gerencia General

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Gerencia General
Jefe inmediato superior	N/A
Superviso a	Todas las áreas
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Planificar, controlar y organizar las diferentes áreas y actividades de la empresa	
III. FUNCIONES	
Representante legal de la empresa	
Planificar estrategias para el desempeño laboral.	
Controlar las operaciones y actividades	
Controlar las actividades comerciales y productivas.	
Establecer estrategias para los vínculos, negociaciones con los proveedores	
Dirigir la organización para llegar al logro y cumplimiento de metas y objetivos	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	

Título profesional	MSc. Administración de Empresa y Economía
Experiencia	Dos años en cargos similares
Habilidades	Capacidad de dirección y comunicación
Formación	Contabilidad, RRHH, Marketing

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 30.Descripción de Puesto Asistente Administrativo y Financiero

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Asistente Administrativo y Financiero
Jefe inmediato superior	Gerente General
Superviso a	N/A
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable en la elaboración de balances, registro de transacciones diarias manejo de hojas de cálculo y extractos bancarios.	
III. FUNCIONES	
Encargado del proceso de compras.	
Desarrollo de estrategias	
Controlar la parte financiera de la empresa	
Asesoría al jefe superior para la toma de decisiones	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional	Economista
Experiencia	Dos años en cargos similares
Habilidades	Conocimiento en Administración Financiera
	Resolución en problemas financieros
Formación	Ing. Administrativo, Finanzas y Auditoria,

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 31. Descripción de Puesto Operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Operario
Jefe inmediato superior	Gerente General
Superviso a	N/A
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsables de elaborar el proceso de producción de la tela, llevando el control del almacenamiento de la materia prima, organizar el área interna del área de producción que cumpla con los procesos de calidad. Encargado de la creación y fabricación	
III. FUNCIONES	
Manejo de equipos, herramientas y máquinas para la confección de la tela	

Corta y confecciona	
Realiza procesos de confección, elaboración y ensamblaje.	
Ejecuta ordenes de trabajo cumpliendo con requisitos de calidad	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional	Ingeniero o Tecnólogo
Experiencia	Dos años en cargos similares
Habilidades	Manejo de maquinarias y confección
	Conocimiento de la industria textil
Formación	Ingeniería en mecatrónica textil y expertos en desarrollo de moda.

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son el término cuantitativo del comportamiento y desempeño de un proceso que refiere características, fenómenos de la realidad y comportamiento, a través de una relación entre variables, que se compara con periodos anteriores, productos similares o metas que nos permite evaluar el desempeño y su evolución con el transcurso del tiempo. (Zabala, 2003)

Los indicadores son una característica específica es medible y observable la cual puede ser usada para identificar el progreso teniendo una retroalimentación que mejora los aspectos más débiles, los indicadores van a estar alineados a los objetivos de la empresa “ Piñacloth” se enfocara los indicadores que se colocarán en la siguiente tabla n°31 para la respectiva medición de procesos:

Tabla 32. Indicadores de Gestión

Área de Implementación	Nombre del Indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Gerencia General	Eficacia presupuestaria	$\frac{\text{Presupuesto Ejecutado}}{\text{Presupuesto Programado}} \times 100\%$	Cumplir con el 80% de lo planificado	Mensual
	Progreso de competencias del personal	$\frac{\text{Núm. cursos realizados}}{\text{Núm. cursos planificados}} \times 100\%$	Contar con el 90% del personal capacitado	Anual
Departamento Administrativo y Financiero	Recuperación de la inversión	$\frac{\text{Monto Inicial}}{\text{Flujo de efectivo por periodo}}$	Validar con un crecimiento del 85% de margen	Anual

				de recuperar la inversión
	Puntos de Equilibrio	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$	Verificar si es rentable con 90%	Anual
Departamento de Producción	Índice de productividad de mano de obra	$\frac{\text{Núm. de uni. producidas}}{\text{Horas hombre empleadas}} \times 100\%$	Optimizar tiempos de producción en un 70%	Mensual
	Rentabilidad con clientes	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Monto promedio de compra}} \times 100\%$	Lograr satisfacción en al menos el 85% de nuestros clientes	Trimestral
Departamento de Marketing	Rentabilidad clientes	$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Monto promedio de compra}} \times 100\%$	Lograr satisfacción en al menos el 85% de nuestros clientes	Trimestral
	Eficacia comercial	$\frac{\text{Núm de ventas realizadas}}{\text{Núm. de ventas esperadas}} \times 100\%$	Obtener un 85% de eficiencia en ventas	Mensual

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

3.5 Necesidades de Personal

El personal asignado para la confirmación de la empresa “ Piñacloth” manejara sus actividades con 6 personas, con el fin del cumplimiento de las metas planteadas y las actividades que se encuentran planificadas a futuro por el cual se describe en la tabla a continuación con los tiempos asignados a cada personal.

Tabla 33. Necesidad de Personal

Categoría	2022	2023	2024	2025	2026	Tipo de Contrato	Horas de trabajo
Gerente	1	1	1	1	1	Tiempo Completo	8 horas
Asistente Admi.Finan	1	1	2	3	3	Medio Tiempo	4 horas
Operación	2	2	2	2	3	Tiempo Completo	8 horas
Ejecutivo de Ventas	2	2	2	2	3	Tiempo Completo	8 horas

Fuente: Análisis del proyecto

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Definir la estructura legal de acuerdo con las políticas, reglamentos y normas existentes en la ciudad de Quito sector Cotacollao para la creación de la empresa Piñacloth.

4.2 Determinación de la forma jurídica

Piñacloth se hará legalmente constituido como una sociedad anónima simplificada ya que se halla acoplada a los parámetros determinados por la ley de compañías y así la estructura legal estará accedida solamente por un socio, a ubicación de esta será al norte de Quito en el sector de Cotacollao por lo cual se busca promover y generar la economía y cuidado del medio ambiente.

Describe disposiciones aprobadas al 28 de feb del 2020 por la Ley de Compañías por lo tanto los requisitos para construir una Sociedad Anónima simplificada son:

1. Certificado electrónico
2. Reserva de denominación
3. Escritura
4. Nombramiento
5. Petitoria de Inscripción tales como: tipo de solicitante, número de cédula, nombres completos, correos, teléfonos celular y convencional, dirección tanto como provincia y ciudad
6. Copias de Cédula.

PASOS

1. Crear

- A) Ingresar a www.supercias.gob.ec.
- B) trámites - sector societario.
- C) Generar usuario y clave, opción reserva de denominación
- D) Opción constitución.
- E) Escoger tipo de compañía S.A.S.
- F) Imprimir su reserva.

2. Descargar habilitantes.

- A) Ingresar a www.supercias.gob.ec.
- B) Colocar usuario y descargue los formatos y habilitantes.
- C) Llenar información en los habilitantes descargados.

4.3 Registros de marcas

Para el registro de Piñacloth y protección durante 10 años, se debe cumplir los siguientes requisitos en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

(SENADI, 2019) “Las investigaciones fonéticas sirven para validar si existe en el Ecuador marcas parecidas o idénticas a la que procuramos registrar, o que ya existan con anterioridad”

PASOS

- Ingresa a SENADI, se llena en los casilleros virtuales los datos de la persona y se obtiene el usuario, se ingresa a solicitudes en línea con el mismo usuario se escoge la opción pagos y se genera automáticamente el comprobante con el valor de 16,00\$ para ser pagados directamente en el banco y para finalizar se verifica en el listado de marcas que no se encuentre registrado o algún registro en proceso.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

El registro de Actividades económicas para la gestión Tributaria conocido como el RAET es mediante el cual se le asigna un número al contribuyente para la inscripción en el catastro.

Dispone de 5 requisitos tales como:

1. Presentar identificación cédula o pasaporte vigente.
2. Entregar formulario de inscripción que se encuentre firmado.
3. Acuerdos de responsabilidad.
4. Copias de servicios básicos donde se realizará la actividad económica.
5. Presentar el Ruc tanto del contribuyente como el contador.

El registro único de contribuyentes conocido como RUC debe disponerse de la siguiente forma:

1. Se registra en línea en la herramienta
2. Se acepta términos y condiciones
3. Se ingresa información general del contribuyente
4. Se coloca medios de contacto
5. Colocar dirección de domicilio y del establecimiento
6. Se coloca la actividad a realizar y principal
7. Se valida la confirmación de la inscripción del RUC.

La licencia metropolitana única se dispone para el ejercicio de actividades económicas que nos realiza el permiso de funcionamiento que otorga el GAD al generar y desarrollar actividades económicas en establecimientos que se encuentren en la ciudad de Quito se debe desarrollar los siguientes pasos para obtenerlo:

1. Ingresar al enlace de la LUAE
2. Se digita el RUC y clave de patente
3. Se registra la información que solicita
4. Se imprime el formulario de solicitud
5. Se aplica al enlace para la declaración solicitada por el cuerpo de bomberos
6. Se realiza indicaciones descritas en el formulario de la LUAE.

Permiso Cuerpo de Bomberos

- Ingresar al trámite en línea a través del enlace Servicios en línea
- Elegir la opción Solicitud de Servicios de Prevención de Incendios.
- Completar la información solicitada e ingresar en formato digital todos los requisitos establecidos para atención del trámite.
- Recibir la respuesta a su trámite mediante correo electrónico.

CAPITULO V

5. Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

Identificar si el proyecto es factible y rentable analizando todos los indicadores financieros.

5.2 Plan de inversiones

Desarrollar un plan de inversiones en un documento organizativo que será basado en procesos de análisis su objetivo es reflejar lo que es necesario para empezar a emprender, su objetivo principal es mantener el valor del negocio y la empresa no pierda rentabilidad.

Para el buen manejo y desempeño de la empresa Piñacloth se deberá cumplir con las actividades financieras en mención.

Tabla 34 Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES				
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Total	TOTALES
ACTIVOS FIJOS				\$ 6.362,25
MUEBLES Y ENSERES			\$1.160,00	
MESA DE TRABAJO	2	\$ 300,00	\$ 600,00	
SILLA DE TRABAJO	2	\$ 30,00	\$ 60,00	
ESCRITORIO	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
SILLA DE ESCRITORIO	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			\$1.930,00	
CORTADORA	2	\$ 365,00	\$ 730,00	
HORNO DE SECADO	2	\$ 600,00	\$1.200,00	
EQUIPOS DE OFICINA			\$1.630,00	
TELÉFONO CELULAR	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
CAMARA DE SEGURIDAD	4	\$ 300,00	\$1.200,00	
DISPENSADOR DE AGUA	1	\$ 30,00	\$ 30,00	
HERRAMIENTAS			\$ 42,25	
AGUJAS MAQUINA	15	\$ 0,35	\$ 5,25	
AGUJAS RECUBRIDORA	10	\$ 1,00	\$ 10,00	
CINTA MÉTRICA	2	\$ 1,50	\$ 3,00	
TIJERAS	2	\$ 2,00	\$ 4,00	
REGLA	5	\$ 2,00	\$ 10,00	
BASUREROS	1	\$ 10,00	\$ 10,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			\$1.600,00	
MACKBOOK	1	\$ 1.200,00	\$1.200,00	
IMPRESORA	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			\$ 20,00	
CONSTITUCIÓN JURÍDICA S.A.S		\$ 20,00	\$ 20,00	

PERMISOS LEGALES				\$ 320,00
REGISTRO DE MARCA	1	\$	200,00	\$ 200,00
PERMISO LUAE	1	\$	100,00	\$ 100,00
PERMISO CUERPO DE BOMBEROS	1	\$	20,00	\$ 20,00
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)				\$19.426,75
TOTAL				\$25.789,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.3 Cálculo de costos y gastos

5.3.1 Mano de Obra

En la siguiente tabla se presenta la mano de obra que requiere la empresa Piñacloth para proceder con las actividades correspondientes

Tabla 35 Mano de obra

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Aport. Personal	Aport. Patronal	Total, Mensual	Total, Anual
					9,45%	11,15%		
Gerente General	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 75,60	\$ 89,20	\$ 1.100,22	\$ 13.202,60
Asis. Administrativo y Financiero	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 35,42	\$ 22,92	\$ 51,98	\$ 61,33	\$ 767,47	\$ 9.209,60
Operario	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 40,16	\$ 47,39	\$ 601,09	\$ 7.213,10
Operario	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 40,16	\$ 47,39	\$ 601,09	\$ 7.213,10
Asistente Marketing	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 40,16	\$ 47,39	\$ 601,09	\$ 7.213,10
TOTALES	\$ 2.625,00	\$ 218,75	\$ 177,08	\$ 109,38	\$ 248,06	\$ 292,69	\$ 3.670,96	\$ 44.051,50

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.3.2 Depreciación

Se utilizará el método de línea recta ya que es la que mejor se adapta a los requerimientos de la empresa Piñacloth, por lo tanto, se toma en cuenta los porcentajes de la depreciación que tiene la vida útil cada producto tomando en cuenta también los años de utilidad.

Tabla 36 Depreciación

Depreciaciones			
Descripción	Tiempo de depreciación		Costo anual
MUEBLES Y ENSERES			
Mesa de Trabajo	10 años	10%	\$ 60,00
Silla de Trabajo	10 años	10%	\$ 6,00
Escritorio	10 años	10%	\$ 40,00
Silla de escritorio	10 años	10%	\$ 10,00
	SUBTOTAL		\$ 116,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Cortadora	10 años	10%	\$ 73,00
Horno de secado	10 años	10%	\$ 120,00
	SUBTOTAL		\$ 193,00
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono celular	10 años	10%	\$ 40,00
Cámara de seguridad	10 años	10%	\$ 120,00
Dispensador de agua	10 años	10%	\$ 3,00
	SUBTOTAL		\$ 163,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
MacBook	3 años	33%	399,6
Impresora	3 años	33%	133,2
	SUBTOTAL		532,8
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$ 1.004,80

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.3.3 Proyección de la depreciación

Para los 5 primeros años de trabajo se realizó la proyección correspondiente de la empresa Piñacloth de los activos fijos con un monto total de \$48.280,80

Tabla 37 Proyección depreciación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.392,00	\$ 1.422,35	\$ 1.453,35	\$1.485,04	\$1.517,41	\$ 1.550,49
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 2.316,00	\$ 2.366,49	\$ 2.418,08	\$2.470,79	\$2.524,66	\$ 2.579,69
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.956,00	\$ 1.998,64	\$ 2.042,21	\$2.086,73	\$2.132,22	\$ 2.178,70

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 6.393,60	\$ 6.532,98	\$ 6.675,40	-	-	\$19.601,98
TOTAL	\$12.057,60	\$12.320,46	\$12.589,04	\$6.042,56	\$6.174,29	\$49.183,94

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

5.3.4 Detalle de Costos

El detalle de costos tiene como objetivo principal establecer de forma efectiva los costos de una empresa y perfeccionar la toma de decisiones. (Rodrigues, 2021)

Tabla 38 Detalle de Costos

COSTOS							
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR 3 MESES	VALOR ANUAL	
MATERIA PRIMA DIRECTA							
Fibra de piña	kl	689	\$ 0,07	\$ 48,23	\$ 144,69	\$ 578,76	
TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 48,23	\$ 144,69	\$ 578,76	
MATERIA INDIRECTA							
Guantes	Unidad	20	\$ 2,50	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 600,00	
Gafas de protección	Unidad	15	\$ 7,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	
Protectores auditivos	Unidad	20	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	
Hilos	Unidad	200	\$ 0,20	\$ 40,00	\$ 120,00	\$ 480,00	
Agujas	Unidad	20	\$ 0,35	\$ 7,00	\$ 21,00	\$ 84,00	
TOTAL MATERIA INDIRECTA				\$ 262,00	\$ 456,00	\$ 1.329,00	
COSTOS INDIRECTOS							
Agua potable	M3	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 120,00	\$ 480,00	
Energía eléctrica	Kw/h	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 720,00	
Internet	Gigas	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 90,00	\$ 360,00	
Depreciación				\$ 84,82	\$ 254,46	\$ 1.017,84	
TOTAL COSTOS INDIRECTOS				\$ 214,82	\$ 644,46	\$ 2.577,84	
MANO DE OBRA DIRECTA							
Operario	Pax	2	\$601,09	\$ 1.202,18	\$ 3.606,55	\$ 14.426,20	
TOTAL MANO DE OBRA				\$ 1.202,18	\$ 3.606,55	\$ 14.426,20	
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN				\$ 1.727,23	\$ 4.851,70	\$ 18.911,80	

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.3.5 Proyección de Costos

Para establecer una buena proyección de costos la empresa Piñacloth se ha proyectado a 5 años de funcionamiento por lo tanto su proyección se realizó al 0,90% ya que refleja como la tasa promedio de inflación validando con datos de Banco Central 2021

Tabla 39 Proyección de Costos

DETALLE	COSTO MENSUAL	DESGLOSE TIPO DE COSTO		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
Materia Prima	\$ 48,23		\$ 578,76		\$ 578,76		\$ 578,76		\$ 583,97		\$ 589,22		\$ 594,53
Materia Indirecta	\$ 262,00	\$3.144,00		\$3.144,00		\$3.144,00		\$3.172,30		\$3.200,85		\$3.229,65	
Mano de Obra	\$ 601,09		\$ 7.213,10		\$ 7.213,10		\$ 7.213,10		\$ 7.278,02		\$ 7.343,52		\$7.409,61
Costos Indirectos	\$ 214,82	\$2.577,84		\$2.577,84		\$2.577,84		\$2.601,04		\$2.624,45		\$2.648,07	
TOTAL	\$ 1.126,14	\$5.721,84	7.791,86	\$5.721,84	7.791,86	\$5.721,84	7.791,86	\$5.773,34	7.861,99	\$5.825,30	7.932,74	\$5.877,72	\$8.004,14

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

5.3.6 Detalle de Gastos

Los gastos representan desembolsos que serán destinados a cubrir actividades operativas de la empresa y proceden a reflejarse en los resultados.

Tabla 40 Detalle de Gatos

DETALLE	CANT.	VALOR UNI	TOTAL	FREC	VALOR MENS.	VALOR ANUAL
Gastos de Administración						
Sueldos y Salarios						
Gerente General	1	\$ 1.100,22	\$1.100,22	1	\$ 1.100,22	\$ 13.202,60
Asis. Administrativo y Financiero	1	\$ 767,47	\$ 767,47	1	\$ 767,47	\$ 9.209,60
Operario	2	\$ 601,09	\$1.202,18	1	\$ 1.202,18	\$ 14.426,20
SUBTOTAL					\$ 3.069,87	\$ 36.838,40
Suministros de Oficina						
Carpetas	5	\$ 3,00	\$ 15,00	3	\$ 45,00	\$ 405,00
Resmas de papel	2	\$ 4,50	\$ 9,00	3	\$ 27,00	\$ 243,00
Sobres	10	\$ 1,00	\$ 10,00	3	\$ 30,00	\$ 270,00
Esferos	12	\$ 0,50	\$ 6,00	3	\$ 18,00	\$ 162,00
Lapices	12	\$ 0,25	\$ 3,00	3	\$ 9,00	\$ 81,00
SUBTOTAL					\$ 129,00	\$ 1.161,00
Suministros de Aseo						
Pala	2	\$ 3,50	\$ 7,00	6	\$ 42,00	\$ 252,00
Escoba	2	\$ 4,00	\$ 8,00	6	\$ 48,00	\$ 288,00
Trapeador	1	\$ 8,00	\$ 8,00	6	\$ 48,00	\$ 288,00
Desinfectante	3	\$ 3,00	\$ 9,00	6	\$ 54,00	\$ 324,00
Jabón	2	\$ 2,00	\$ 4,00	12	\$ 48,00	\$ 48,00
Papel higienico	6	\$ 3,00	\$ 18,00	12	\$ 36,00	\$ 36,00
SUBTOTAL					\$ 276,00	\$ 1.236,00
Gastos de Ventas						
Asistente Marketing	1	\$ 601,09	\$ 601,09	1	\$ 601,09	\$ 7.213,10
Publicidad	1	\$ 350,00	\$ 350,00	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
					\$ 1.311,09	\$ 12.733,10
TOTAL GASTOS					\$ 4.785,96	\$ 51.968,50

Fuente: Análisis del Proyecto
Elaborador por: Sasha Gallegos

5.3.7 Proyección de gastos

Para establecer una proyección de gastos la empresa Piñacloth se ha proyectado a 5 años de funcionamiento por lo tanto su proyección se realizó al 0,90% ya que refleja como la tasa promedio de inflación validando con datos de Banco Central 2021.

Tabla 41 Proyección de Gastos

DETALLE	COS. MEN.	DESGLOSE TIPO DE COSTO		AÑO1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		FIJO	VAR.	FIJO	VAR.	FIJO	VAR.	FIJO	VAR.	FIJO	VAR.	FIJO	VAR.
Gastos de Administración	\$ 3.069,87	\$36.838,40		\$36.838,40		\$36.838,40		\$37.169,95		\$37.504,48		\$37.842,02	
Suministros de Oficina	\$ 129,00	\$ 1.548,00		\$ 1.548,00		\$ 1.548,00		\$ 1.561,93		\$ 1.575,99		\$ 1.590,17	
Suministros de Aseo	\$ 276,00		\$3.312,00		\$3.312,00		\$3.312,00		\$3.341,81		\$3.371,88		\$3.402,23
Gastos de Ventas	\$ 1.311,09	\$15.733,10		\$15.733,10		\$15.733,10		\$15.874,70		\$16.017,57		\$16.161,73	
TOTAL	\$ 4.785,96	\$54.119,50	\$3.312,00	\$54.119,50	\$3.312,00	\$54.119,50	\$3.312,00	\$54.606,58	\$3.341,81	\$55.098,03	\$3.371,88	\$55.593,92	\$3.402,23

Fuente: Análisis del Proyecto
Elaborador por: Sasha Gallegos

5.4 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento nos permite atender validar las inversiones y gastos imprescindibles para generar el desarrollo de la empresa, estos pueden reflejarse como recursos propios o ajenos, externos.

5.4.1 Forma de Financiamiento

El financiamiento de la empresa Piñacloth será solventado por recursos propios con una totalidad del 100% efectivo del total de la inversión.

Tabla 42 Forma de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PARCIAL	TOTAL
Recursos Propios	\$25.789,00		100%
Efectivo	\$25.789,00	100%	
TOTAL	\$25.789,00		100%

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La autora

5.5 Cálculo de Ingresos

En la siguiente tabla se detalla el valor del precio de venta unitario por tela mensuales y anuales

Tabla 43 Cálculo de Ingresos

N°	PRODUCTO	CANT	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
1	Tela a base de fibra de piña	689	\$ 13,20	\$ 9.094,80	\$109.137,60

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La autora

5.5.1 Proyección de Ingresos

Se realiza la proyección de los ingresos por medio del precio de venta del producto, se programa los posibles ingresos que la empresa Piñacloth durante los primeros 5 años de labor.

Tabla 44 Proyección de Ingresos

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANT	PVP	TOTAL	CANT	PVP	TOTAL	CANT	PVP	TOTAL	CANT	PVP	TOTAL	CANT	PVP	TOTAL
Tela fibra de piña	689	\$13,20	\$109.137,60	704	\$13,49	\$113.947,87	719	\$13,78	\$118.970,15	735	\$14,08	\$124.213,78	751	\$14,39	\$129.688,54

Fuente: Análisis del Proyecto
Elaborado por: La autora

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el horizonte de ventas mínimo que iguala los valores totales a los ingresos totales. Por lo tanto, no es más que el mínimo necesario para no tener pérdidas de dinero contando con un beneficio igual a cero y no perder dinero por lo tanto una herramienta valiosa al momento de validar la solvencia del negocio.

El punto de equilibrio se realizó el cálculo en base a la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo de venta unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

$$PE = \frac{5721,84}{11,31 - 13,20}$$

$$PE = \$ 39939,67$$

Podemos observar que el punto de equilibrio en dólares es \$ 39939,67. Esto quiere decir la cantidad de la suma de los costos más los gastos es lo mismo a la cantidad de ingresos.

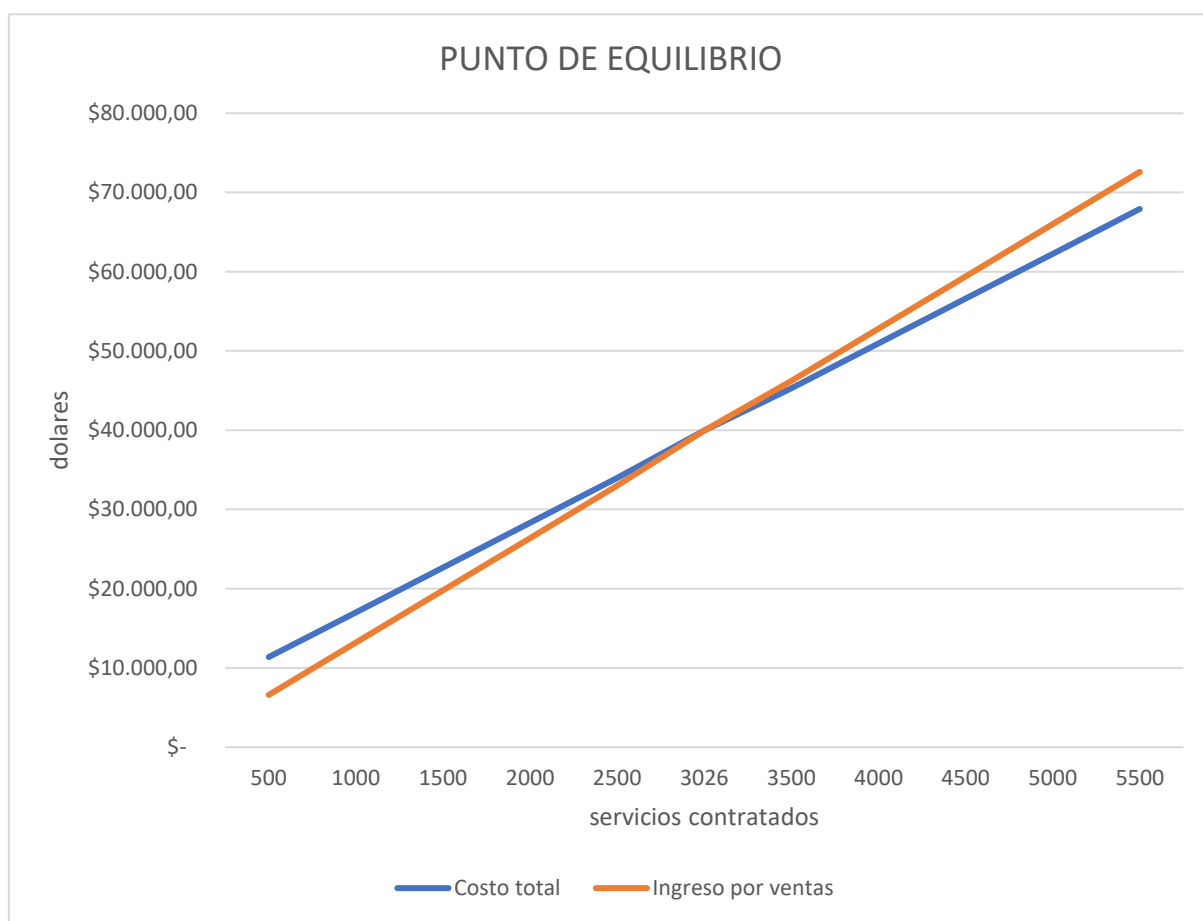
$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo de venta unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

$$PE = \frac{5721,84}{11,31 - 13,20}$$

$$PE = 3026$$

Por lo tanto, el punto de equilibrio se coteja unidades de productos es de 3026 KL anuales finalmente la empresa debe producir o generar esa cantidad para lograr recuperar lo invertido.

Ilustración 8 Punto de Equilibrio



Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La autora

Las líneas que se encuentran representadas se cruzan el punto en donde se encuentran equiparadas los costos, los gastos e ingresos.

En valores relativos (PE %)

$$PE\% = \frac{PE \$}{IT} * 100$$
$$PE\% = \frac{39939,66}{109137,60} * 100$$
$$PE\% = 36,60\%$$

5.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados nos refleja los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un tiempo del periodo refleja la utilidad o perdida.

Tabla 45 Estado de Resultados Proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	\$109.137,60	\$113.947,87	\$118.970,15	\$124.213,78	\$129.688,54
Costos por ventas	\$ 18.911,80	\$ 19.324,08	\$ 19.745,34	\$ 20.175,79	\$ 20.615,62
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 90.225,80	\$ 94.623,79	\$ 99.224,80	\$104.037,99	\$109.072,91
Gasto en ventas	\$ 4.000,00	\$ 4.087,20	\$ 4.176,30	\$ 4.267,34	\$ 4.360,37
UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 86.225,80	\$ 90.536,59	\$ 95.048,50	\$ 99.770,65	\$104.712,54
Gastos Administrativos	\$ 29.625,30	\$ 30.271,13	\$ 30.931,04	\$ 31.605,34	\$ 32.294,34
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 56.600,50	\$ 60.265,46	\$ 64.117,46	\$ 68.165,31	\$ 72.418,20
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 56.600,50	\$ 60.265,46	\$ 64.117,46	\$ 68.165,31	\$ 72.418,20
15% participación de trabajadores	\$ 8.490,08	\$ 9.039,82	\$ 9.617,62	\$ 10.224,80	\$ 10.862,73
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 48.110,43	\$ 51.225,64	\$ 54.499,84	\$ 57.940,51	\$ 61.555,47
Impuesto a la renta 25%	\$ 12.027,61	\$ 12.806,41	\$ 13.624,96	\$ 14.485,13	\$ 15.388,87
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 36.082,82	\$ 38.419,23	\$ 40.874,88	\$ 43.455,38	\$ 46.166,61

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La Autora

5.8 Flujo de Caja

Tabla 46 Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES		\$109.137,60	\$ 111.516,80	\$ 113.947,87	\$ 116.431,93	\$ 118.970,15
Recuperación por ventas						
EGRESOS OPERACIONALES		\$76.385,54	\$78.050,74	\$79.752,25	\$81.490,85	\$83.267,35
Mano de obra directa		\$29.625,30	\$ 30.271,13	\$ 30.931,04	\$ 31.605,34	\$ 32.294,34
Gastos de ventas		\$11.413,10	\$ 11.661,91	\$ 11.916,14	\$ 12.175,91	\$ 12.441,34
Gastos de administración		\$29.625,30	\$ 30.271,13	\$ 30.931,04	\$ 31.605,34	\$ 32.294,34
Costos indirectos de fabricación		\$5.721,84	\$ 5.846,58	\$ 5.974,03	\$ 6.104,27	\$ 6.237,34
Gastos financieros						
FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$32.752,06	\$33.466,05	\$34.195,61	\$34.941,08	\$35.702,79
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 25.789,00					
Aportes de capital	\$ 25.789,00					
EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 12.027,61	\$ 12.289,81	\$ 12.557,73	\$ 12.831,48	\$ 13.111,21
Pago de intereses						
Pago de impuestos (Renta 25%)		\$ 12.027,61	\$ 12.289,81	\$ 12.557,73	\$ 12.831,48	\$ 13.111,21
FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 25.789,00	\$ -12.027,61	\$ -12.289,81	\$ -12.557,73	\$ -12.831,48	\$ -13.111,21
FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ -25.789,00	\$ 20.724,45	\$ 21.176,25	\$ 21.637,89	\$ 22.109,60	\$ 22.591,58
Depreciaciones		\$ 1.422,21	\$ 1.453,21	\$ 1.484,89	\$ 1.517,26	\$ 1.550,34
Amortización de capital		\$ 4.080,32	\$ 4.169,27	\$ 4.260,16	\$ 4.353,03	\$ 4.447,93
SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	\$ -25.789,00	\$ 18.066,34	\$ 18.460,19	\$ 18.862,62	\$ 19.273,83	\$ 19.694,00

Para el año 1 refleja un flujo neto de \$20724,45 en el año 1 ya que refleja la inversión inicial y para su proyección de los años siguientes se vuelve positivo porque refleja valores que aporten y son positivos para Piñacloth. Siendo así el objetivo fundamental que se mantenga en el mercado vigente a lo largo de los años.

5.9 Evaluación financiera

Para determinar que el plan de negocios de Piñacloth es factible se utilizara las técnicas de Evaluación financiera que se detallaran a continuación

5.9.1 Indicadores

5.1.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para validar el cálculo del VAN se verifica la tasa mínima, la tasa de referencia calculando el valor del flujo de caja proyectado, por lo tanto, se conoce si la empresa tiene un producto rentable.

Para calcular TMAR se aplica la siguiente fórmula.

$$TMAR = \text{Inflación} + \text{Riesgo} + (\text{Inflación} \times \text{Riesgo})$$

Inflación 0,20%

Tasa pasiva (riesgo) 13,00%

TMAR= 13,20%

Para el cálculo del van se aplica la siguiente formula se detalla a continuación

$$VAN = \frac{FINE\ 1}{(1+i)} + \frac{FINE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE\ 5}{(1+i)^5} - Inv.\ Inicial$$

.

$$VAN = 53195,21$$

5.1.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno porcentual está directamente relacionada con el valor neto actual, equivale a la tasa de descuento

SALDO FINAL DE CAJA (G+H-I)	\$ - 25.789,00	\$ 18.066,34	\$ 18.460,19	\$ 18.862,62	\$ 19.273,83	\$ 19.694,00
------------------------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

TIR

66,05%

5.1.1.2 Beneficio Costo

Permite medir la relación entre costo y beneficio y poder validar la viabilidad del proyecto comparando beneficios y costos, por lo tanto, se valida mediante el valor actual de los ingresos netos y con el valor actual de los costos de inversión, se ha utilizado los valores reflejados del flujo de caja y la proyección de costos y gastos elevando al valor que refleja el TMAR.

Tabla 47 Relación Beneficio Costo

	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS	\$ 109.137,60	\$ 111.516,80	\$ 113.947,87	\$ 116.431,93	\$ 118.970,15
	\$1,061	\$1,127	\$1,196	\$1,269	\$1,347
	\$ 102.822,39	\$ 98.984,44	\$ 95.289,73	\$ 91.732,94	\$ 88.308,91
	1	2	3	4	5
EGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS	\$76.385,54	78050,74477	79752,25101	81490,85008	83267,35061
	\$1,061	\$1,127	\$1,196	\$1,269	\$1,347
	\$71.965,519	\$69.279,328	\$66.693,402	\$64.203,998	\$61.807,514
					\$333.949,760
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1,43				

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La Autora

5.1.1.3 Periodo de Recuperación

También conocido como payback demuestra el tiempo que va a tardar la empresa en recuperar su inversión inicial por entradas de efectivo que se reflejan por generación de la inversión.

Tabla 48 Periodo de Recuperación

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO FINAL DE CAJA	\$ -25.789,00	\$ 18.066,34	\$ 18.460,19	\$ 18.862,62	\$ 19.273,83	\$ 19.694,00
SALDO FINAL DE CAJA ACTUALIZADO	\$ -25.789,00	\$17.020,941	\$16.385,616	\$15.774,005	\$15.185,224	\$14.618,419
SALDO FINAL DE CAJA ACUMULADO	\$ -25.789,00	-\$8.768,059	\$7.617,558	\$23.391,563	\$38.576,787	\$53.195,205

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Conclusiones

Para llevar a cabo este proyecto se necesita de una inversión de \$25.789,00 optimizando varios recursos, sin embargo el análisis realizado nos refleja una ganancia a partir del segundo año ya que además de la oferta en Ecuador disponemos de la materia prima sin necesidad de importar y genere mayor costo, la tela tendrá una gran demanda en el mercado textil por su suavidad, flexibilidad y durabilidad además que puede ser usada tanto para uso doméstico como prendas de vestir y en un futuro se analizara de aseo personal por lo tanto genera sustentabilidad para que sea sustentable generando la biomasa como un subproducto de producción generando como abono natural, por lo tanto es parte de un compromiso tanto personal como ecológico buscando la sostenibilidad al diseñar, generar y producir productos amigables con el ambiente.

De este modo podemos validar que la recuperación se verá reflejada en el segundo año que es lo que va a tardar verificar su inversión inicial, mediante las entradas de efectivo que serán reflejadas por la inversión.

Bibliografía

Davis, R. S. (2018 26 de noviembre). De la Fruta a la Tela. *Textiles Panamericanos*, 2-5.

Gestión. (2014). Empresas textiles . *Revista Gestión*.

Martínez, A. C. (15 de 04 de 2010). *Contaminación generada por colorantes de la industria textil*. Hidalgo: BOLETÍN CIENTÍFICO.

Navarro, A. (2018). *Con el ojo sobre la piña*. Costa Rica.

Pérez, A. (2020). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>

PRIMICIAS. (2020). El sector textil ecuatoriano ve crecimiento en cinco mercados. 4.

Rodrigues, N. (08 de 04 de 2021). *HUBSPOT*. Obtenido de
<https://blog.hubspot.es/sales/estructura-costos>

Sanchez, J. (30 de agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>

SENADI. (2019). *Registro de Marcas*.

Zabala, W. d. (2003). *Gestion y auditoría de la calidad para organizaciones* . Antioquia:
Universidad de Antioquia.