



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA DISEÑAR, CONFECCIONAR
Y COMERCIALIZAR CARTERAS Y MOCHILAS CON TEXTIL RECICLADO,
EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de
Ingeniera en Negocios Internacionales

Profesor Guía
Ing. Eduardo Morán

Autora
Catherine Fernanda Carchi Ramos

Año
2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Eduardo Morán
Ingeniero
C.C.: 1707751812

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Catherine Fernanda Carchi Ramos

C.C.: 080292331-8

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por darme salud para poder terminar este proyecto. Por permitirme estar junto a mi familia, tener su apoyo, y darme las fuerzas necesarias para poder enfrentar cada prueba que se ha presentado en mi vida.

A mi madre Ivette por transmitirme sus fuerzas para seguir adelante, su amor y apoyo incondicional, y por enseñarme que toda prueba en la vida tiene solución.

A mis hermanos por alentarme cada día apoyándome para lograr mis objetivos, a mis abuelos por ser mí pilar y gran ejemplo a seguir y a ti amor por ser mi apoyo incondicional y siempre sacar una sonrisa a toda circunstancia.

A mi tutor Eduardo por toda su paciencia y conocimiento que supo transmitirme para poder lograr culminar este proyecto.

A mis mejores amigas Lula y Vero por apoyarme siempre y no dejarme caer.

Y a toda mi familia, amigos y profesores que me apoyaron durante todo el camino del proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico a mi madre y mis abuelos por todo su amor, consejos y apoyo incondicional. A mis hermanos por ser mi soporte para seguir adelante. Los amo.

RESUMEN

En la industria de la moda textil, se encuentra en auge la comercialización de productos femeninos que permitan transportar objetos personales con mayor comodidad, con diseños vanguardistas, y materiales amigables con el ambiente. Las mujeres de la ciudad de Quito, son consumidoras de mochilas y carteras de elaboradas con distintos materiales y de igual manera de a varios precios.

Dadas las tendencias actuales de moda se percibe como una oportunidad de negocio la creación de una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de carteras y mochilas con textiles reciclado. La empresa Ecobag's, producirá mochilas y carteras que tendrá como materia prima tela textil de jean reciclado/reusado y prendas de vestir de jean, ya sean mal confeccionadas por las fábricas o desechos, hilo, botones, y parches; destacando que todos los insumos son de producción nacional. Se confeccionan tres tamaños de productos, dos para las carteras y uno para mochila, y el diseño dependerá de las preferencias del cliente.

Como factor diferenciador la empresa brinda al cliente la oportunidad de personalizar los productos según sus gustos, de esta manera cada producto será único, vanguardista, y que satisfaga necesidades de moda ecológica.

El producto se venderá entre \$15 y \$30. Se comercializarán en un local comercial en el norte de la ciudad de Quito, el cual debe ser una zona concurrida por las mujeres que son parte de nuestro segmento de mercado. La promoción de los productos se realizará vía correo electrónico, redes sociales, y material impreso, y además en días especiales se realizarán campañas de promoción que impulsen la compra de los productos.

Para la producción de los productos se necesita la contratación de costurera y la adquisición de máquina de coser, además de insumos nacionales. Se estima que diariamente se producen 17 mochilas y carteras, confeccionando un total de 340 unidades al mes.

Teniendo en consideración todos los rubros que se deben cubrir para poner en marcha el negocio, la inversión inicial es de \$17,005.00. El financiamiento esperado será del 50%, equivalente a \$8,502.50. El desarrollo del plan financiero demuestra la viabilidad del proyecto en la que se evidencia un valor actual neto (VAN) de \$2,218.12 y una tasa interna de retorno (TIR) del 34.06%.

ABSTRACT

Lately, in the fashion industry is trending the merchandising of products for women that allow them taking their stuff in a comfortable way. Women often look for modern designs and they prefer to use things made of materials that won't harm the environment. In Quito, women who belong to a med or high socioeconomic status usually prefer buying handbags and backpacks at convenient prices.

Considering the now-a-days fashion trends, a new opportunity business appears: to create a company that designs, produces and merchandises purses and backpacks made of recycled materials. "Ecobag's" company, will produce these kind of accessories using Ecuadorian raw materials as jean fabric, buttons and threads. There will be two different sizes for bags y one for backpacks, and design will be depend on customer preferences.

The main factor that differentiates Ecobag's from other companies is that it gives the costumers the option of choosing a specific, design it according to their preferences, so for that the product will be modern and unique, satisfying their need to carry their personal objects.

The products will be sold between \$15 and \$30. They will be sold in a shop in the North of Quito, which must be a very crowded by women who are part of our market segment. The promotion of products will be made for mailing, social networks, and printed materials, and also on special days we will make promotional campaigns that encourage the purchase of products made.

To make these products is necessary one sewing and one sewing machine, additional the supplies needed. It is estimated that every day 17 backpacks and purses are produced and 340 units per month.

Taking into consideration all items that must be met to start the business, the initial investment is \$17,005.00. The expected financing will be 50%, equivalent to \$8,502.50. The development of the financial plan demonstrates the feasibility of the project in which a net present value (NPV) of \$2,218.12 and an internal rate of return (IRR) of 34.06% is evident.

ÍNDICE

1.	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Justificación del trabajo.....	1
1.2	Objetivos.....	1
1.2.1	Objetivo General del Trabajo.....	1
1.2.2	Objetivos Específicos del Trabajo.....	1
2.	CAPÍTULO II: ANÁLISIS ENTORNOS.....	2
2.1	Análisis del Entorno Externo.....	2
2.1.1	Análisis PEST.....	2
2.1.1.1	Entorno Político.....	2
2.1.1.2	Entorno Económico.....	2
2.1.1.3	Entorno Social.....	4
2.1.1.4	Entorno Tecnológico.....	4
2.1.2	Análisis de la Industria (Las 5 Fuerzas de Porter).....	5
2.1.2.1	Amenaza de los Nuevos Competidores.....	5
2.1.2.2	Amenaza de Productos Sustitutos.....	6
2.1.2.3	Poder de Negociación con los Compradores.....	7
2.1.2.4	Poder de Negociación de los Proveedores.....	7
2.1.2.5	Rivalidad entre los Competidores Existentes.....	8
2.1.3	Matriz EFE.....	9
3.	CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL CLIENTE.....	11
3.1	Tamaño de la Muestra.....	11
3.2	Investigación Cualitativa y Cuantitativa.....	11
3.2.1	Investigación Cualitativa.....	11
3.2.1.1	Entrevista con expertos.....	11
3.2.1.2	Grupo Focal.....	13
3.2.2	Investigación Cuantitativa.....	14
3.2.2.1	Encuestas.....	14
4.	CAPÍTULO IV: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	16
4.1	Cadena de Valor.....	16
4.1.1	Actividades de Apoyo.....	16
4.1.2	Actividades Primarias.....	17
5.	CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING.....	19
5.1	Estrategia General de Marketing.....	19
5.2	Mercado Objetivo.....	19
5.3	Propuesta de Valor.....	20
5.4	Mezcla de Marketing.....	20
5.4.1	Producto.....	20
5.4.2	Precio.....	23
5.4.3	Plaza.....	24
5.4.4	Promoción.....	25
5.4.5	Presupuesto Total de Gastos de Marketing Mix.....	26

6.	CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	27
6.1	Misión, Visión y Objetivos de la Organización	27
6.1.1	Misión.....	27
6.1.2	Visión	27
6.1.3	Objetivos	27
6.1.3.1	Objetivos a Mediano Plazo	27
6.1.3.2	Objetivos a Largo Plazo.....	27
6.2	Plan de Operaciones	27
6.3	Estructura Organizacional.....	32
7.	CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	34
7.1	Proyección de Estados de Resultados, Situación Financiera, Estado de Flujo de Efectivo y Flujo de Caja.....	34
7.1.1	Estado de Resultados	34
7.1.2	Estado de Situación Financiera	35
7.1.3	Estado de Flujo de Efectivo	35
7.1.4	Flujo de Caja	36
7.2	Inversión inicial, Capital de Trabajo y Estructura de Capital	36
7.3	Evaluación Financiera del Proyecto.....	37
7.4	Índices Financieros	37
	CONCLUSIONES	38
	REFERENCIAS	40
	ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Esquema de la Cadena de valor.....	16
Figura 2:	Logística	18
Figura 3:	Producción	18
Figura 4:	Comercial	18
Figura 5:	Cartera \$15	21
Figura 6:	Cartera \$25	21
Figura 7:	Mochila	21
Figura 8:	Branding	22
Figura 9:	Etiqueta	22
Figura 10:	Plaza	24
Figura 11:	Productos	28
Figura 12:	Flujograma de procesos	30
Figura 13:	Organigrama Empresa Ecobag's	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz EFE	9
Tabla 2: Costo unitario de confección de la cartera de diseño #1	23
Tabla 3: Costo unitario de confección de la cartera de diseño #2	23
Tabla 4: Costo unitario de confección de la mochila	23
Tabla 5: Presupuesto asignado de marketing	26
Tabla 6: Confección y diseño del producto	29
Tabla 7: Número de personas requeridas	31
Tabla 8: Infraestructura.....	31
Tabla 9: Proyección de ventas anuales	34
Tabla 10: Estado de Resultados Anual del proyecto.....	34
Tabla 11: Estado de Situación Financiera Anual del proyecto	35
Tabla 12: Estado de Flujo de Efectivo del proyecto	35
Tabla 13: Flujo de Caja del proyecto	36
Tabla 14: Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital del proyecto.....	36
Tabla 15: Evaluación Financiera del Proyecto	37
Tabla 16: Índices Financieros del proyecto.....	37

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

La tendencia de moda que tiene el mercado de la ciudad de Quito está creciendo constantemente, según la publicación de la revista Líderes de abril del 2015. La elaboración de productos con materia prima principal como el textil reciclado y reusado, permitirá abaratar los costos en negocios de confección de ropa. No existen barreras de entradas determinantes para el desarrollo de este negocio, ya que hoy en día el gobierno está colaborando con empresas que tienen como objetivo principal la reducción de la contaminación en sus procesos productivos y el uso de elementos reciclados. Al momento existe una fuerte campaña del gobierno ecuatoriano, para impulsar el consumo de productos que cuenten tanto con materia prima local como mano de obra local, cumpliendo con el objetivo del cambio de la Matriz Productiva.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General del Trabajo

- Analizar la factibilidad de establecer un negocio de diseño, confección y comercialización de carteras y mochilas elaboradas con material textil reciclado en la ciudad de Quito.

1.2.2 Objetivos Específicos del Trabajo

- Investigar y analizar la industria manufacturera para determinar la factibilidad de ingresar al mercado carteras y mochilas elaboradas con textil reciclado y reusado.
- Realizar una investigación de entorno a través de las cinco Fuerzas de Porter y el análisis PEST, y generar estrategias para ingresar al mercado.
- Realizar una investigación de mercado que permita determinar el segmento objetivo para la comercialización de carteras y mochilas.
- Elaborar un plan de marketing, basado en resultados que permita el posicionamiento del producto en el mercado objetivo.
- Determinar con qué recurso humano se contará para el correcto funcionamiento de la compañía, diseñando un plan de operaciones para la producción de los productos.
- Elaborar un plan financiero que permita evaluar y establecer la inversión inicial que se requiere para emprender el negocio.
- Determinar un balance general de los gastos, costos y rentabilidad que generará el negocio de fabricación y comercialización de carteras y mochilas de textil reciclado.
- Realizar una propuesta de negocio determinando la inversión, financiamiento, capitalización y nivel de endeudamiento que requiere el negocio.

2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS ENTORNOS

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU4), los productos como mochilas, bolsos y carteras, fabricados en el Ecuador, están ubicados en la Sección C, División 13, Grupo 139, Clase 1392 y pertenecen a la notación C1392.01. Ver detalle en Anexo 1, donde se encuentra la Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

El presente análisis recoge los datos sobre la situación actual del Ecuador y la Industria Manufacturera. Se analizarán factores que influyan directamente en el desarrollo del proyecto. Los factores externos que se incluyen en este análisis son: políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

2.1.1 Análisis PEST

2.1.1.1 Entorno Político

El gobierno busca fomentar las exportaciones de los productos manufacturados y elaborados en el país, es por esto que en el 2015 se implementó salvaguardias a las importaciones de textil entre el 25% y 30% dependiendo del país del cual se importa (MAP, 2016). Lo que indica ser una oportunidad de producción local, ya que se ofertan productos con precios competitivos y con cualidades de apoyo ecológico para el medio ambiente.

A pesar de la salvaguardias impuestas, aún se tiene un alto porcentaje de importaciones de telas y material textil al país equivalentes al 40%, siendo esta una de las principales razones para la implementación de la nueva ley ya que se quiere eliminar el comercio ilegal y lograr el crecimiento de la industria manufacturera de los ecuatorianos (AITE, 2015). Siendo esto una amenaza para el emprendimiento del negocio, ya que el mercado ilegal ofrece productos con precios más económicos pero de similares características.

En la actualidad el gobierno ecuatoriano busca fomentar el apoyo al medio ambiente; y para poder analizar la importancia que se le está dando, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2015 realizó un estudio a empresas del sector textil, donde el 98% no tienen inversiones en sistemas de gestión ambiental. Mientras que el 2% restante, invierte el 33,7% en maquinarias que reducen la contaminación, el 18,5% en ahorro de agua, 19,5% en consumo de energía y solo el 1.4% en reducción de ruidos y vibraciones (INEC, 2015). El proyecto se ajusta a las normativas que el gobierno está fomentando el cuidado del medio ambiente, es por esto que la materia prima que se utiliza en las carteras y mochilas es de textil reciclado/reusado.

No existe una regulación en el Ecuador que no permita vender o elaborar productos con textil reciclado/reusado, lo que permite el libre ejercicio de empresas dedicadas a la elaboración, confección y diseño de producto con materia prima reciclada.

2.1.1.2 Entorno Económico

La industria manufacturera en el Ecuador ha tenido un crecimiento constante en los últimos años, por ejemplo en el 2013 su crecimiento fue del 6.4%. Tomando en cuenta que el total del Producto Interno Bruto (PIB) del país fue \$100.917,372 millones, y la

industria manufacturera aportó un valor de \$13.503,773 lo que equivale al 14% del PIB total. (Banco Mundial, 2015)

La industria manufacturera en el país tuvo una tasa de variación de crecimiento en el PIB de 3.9%, siendo una variación menor en comparación del año 2013 que fue del 5.1%, según indica el Banco Central del Ecuador en su publicación del 2014. Ver detalle en anexo 2, donde se muestra el crecimiento año a año del PIB de la industria manufacturera. Estos datos demuestran la disminución de pequeñas y medianas empresas en el país, dando como resultado una amenaza para el negocio ya que se da un aumento en los productos importados.

En el Ecuador para poder realizar importaciones de carteras y mochilas, según la partida arancelaria 420239, las empresas deben pagar aranceles que son relativamente altos; por ejemplo las importaciones desde China, Estados Unidos y Hong Kong tienen arancel del 30% que se aumenta el precio del producto textil importado y desde Panamá tiene el 26.4% de arancel. (MAP, 2015). Lo cual da una oportunidad de comercializar nuestros productos en el mercado local ya que la mano de obra, materia prima, elaboración es local y no tiene impuestos que afecten su costo de confección.

Sin embargo, las importaciones desde países como Perú y Colombia no pagan aranceles por ingreso de productos al Ecuador; siendo estos países una fuerte competencia para el emprendimiento del proyecto, ya que Colombia es uno de los países productores de textil más grande del mundo exportando durante el 2015 34,730 miles de dólares (MAP, 2016). Además, al ser Colombia un país vecino aumenta el contrabando de productos textiles al Ecuador, generando un mercado local negro de carteras y mochilas.

Se debe destacar que el Ecuador representa solo el 0.15% de las importaciones mundiales de textil con 408 mil dólares anuales y ocupa el puesto 61 en la tabla mundial. Esto quiere decir, que es un valor relativamente alto el cual se podría invertir en producción nacional y así evitar la competencia de productos extranjeros afectando la venta de productos locales y presentando una amenaza para el aumento de la producción nacional.

La inflación anual, de acuerdo al informe emitido por el Banco Central del Ecuador a Junio del 2015, tuvo un aumento de 1.18% pero la industria manufacturera tuvo una inflación proporcional de 0.41% con respecto al año 2014 que fue de 0.10%; es decir que el Ecuador se encuentra enfrentando un aumento de precios en la producción de sus bienes y servicios, lo cual perjudica reduciendo la demanda y el consumo local. Ver detalle en anexo 3, tabla que muestra la Inflación Acumulada del Ecuador.

Las ciudades de Quito y Guayaquil tienen un alto porcentaje de participación en el total de la inflación del país, con el 0.49% y el 0.44% relativamente. Al ser las principales ciudades del Ecuador con una inflación de precios, afecta al poder adquisitivo del mercado ya que el aumento de precios disminuye la demanda de los ecuatorianos, por ende perjudica a la confección de productos textiles.

El Índice de Precios al Productor (IPP) en la industria manufacturera, a junio del 2015, tuvo una variación de precios del 0.54% (INEC, 2014), mostrando un aumento en el costo de producción, elaboración y confección de productos textiles; por ende refleja ser amenaza de costos de producción local y además tener un precio de venta elevado comparado a la competencia.

2.1.1.3 Entorno Social

El Fondo Mundial para la Naturaleza, quién realizó un análisis el 14 de agosto del 2014, indica que la industria de la moda en la actualidad está en boga, principalmente aquella en la que sus materiales son eco-amigables, es decir que contribuyen al cuidado y protección del medio ambiente, y muestra las nuevas tendencias de los consumidores, estimando su preferencia por artículos elaborados a partir de textil reciclado/reusado. Esto demuestra que es una oportunidad para el emprendedor del negocio ya que de esta manera el consumidor puede aportar al medio ambiente y también la industria reducirá la contaminación que causa durante el proceso de transformación de textiles.

El Ministerio del Ambiente busca lograr el apoyo de los ecuatorianos reciclando y comprando productos amigables con el medio ambiente para lograr la reducción de contaminación; es por esto que implementa la campaña “Huella Ecológica” que tiene el enfoque de disminución de desperdicios, reducción en consumo de energía y agua. (Ministerio del Ambiente, 2016). Además, con las campañas de reciclaje, el gobierno ha logrado que al menos el 80% de botellas que circularon en el mercado nacional fueron recuperadas; lo que demuestra que los ciudadanos están concientizando y apoyando al reciclaje y disminución de contaminación. Dando una oportunidad para el emprendimiento de nuevos negocios ecológicos, y además generando el consumo de productos elaborados con material reciclado.

El Ecuador en los últimos años presentó un estancamiento en la producción de textil debido a la falta de innovación y tecnología; lo que ha generado el ingreso de productos extranjeros al mercado local. Pero durante el presente año se están implementando mejoras en la producción nacional, con la innovación de nuevos productos incluyendo los eco-amigables. (PROECUADOR, 2012)

Entidades del gobierno ecuatoriano están ofreciendo el apoyo a pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera, buscando generar la transformación productiva ecológica y de reciclaje a productos que puedan ser más accesibles en el mercado (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2015). Es por eso que se determina una oportunidad de comercialización de los productos que ofrecemos ya que son ecológicos y tienen producción personalizada para los clientes.

Debido a la alta preocupación que se ha generado por el medio ambiente; la Empresa Pública Metropolitana de Aseo (EMASEO) y la Secretaría del Ambiente, realizaron un estudio para determinar los residuos que genera en el país, donde se pudo evidenciar que la Producción Per Cápita (PPC) de residuos cada individuo en el Ecuador es 0.849kg por día (Castillo, 2012).

2.1.1.4 Entorno Tecnológico

En la actualidad, se han creado maquinarias para procesar material reciclado como botellas plásticas, envases, papel y desechos comunes; a partir de esta materia prima se procesan y generan un nuevo producto nuevo para el mercado (Ecologismo, 2014). Este indicador es un beneficio para las carteras y mochilas ya que existen maquinarias que pueden procesar la materia prima con la que se elaboran los productos.

A pesar de los avances tecnológicos que se han dado en el mundo, la empresa iniciará sus operaciones con maquina de coser, mismas que serán compradas en el país; puesto que la confección de las carteras y mochilas no requieren de un tratado especial de la materia prima; lo que da una oportunidad de negocio por la baja inversión que se requiere para el comienzo de la misma.

El uso del internet en el Ecuador ha crecido en los últimos años, así lo demuestra el INEC en su informe sobre las tecnologías de la información, donde el 67.8% de nuestro mercado objetivo, mujeres entre 15 y 25 años, utilizan computadoras con internet (INEC, 2013). Siendo una oportunidad para el negocio ya que las publicaciones y promociones se manejan por medios tecnológicos.

Los productores de artículos con material reciclado tienen acceso a maquinaria, materia prima de calidad y a precios competitivos; por lo que es importante recalcar que si se adquieren los insumos dentro del país, será más fácil seguir abasteciéndose según los calendarios de producción.

2.1.2 Análisis de la Industria (Las 5 Fuerzas de Porter)

A través del análisis de las cinco fuerzas de Porter se podrá conocer las ventajas y desventajas que tiene la industria manufacturera en el país; del resultado obtenido se determinarán las estrategias que permitan introducir el producto al mercado, con precios accesibles, siempre minimizando costos para la empresa y generando utilidad. La plaza en donde se realizará el análisis es la ciudad de Quito. Ver anexo 4.

2.1.2.1 Amenaza de los Nuevos Competidores

- El promedio de crecimiento de empresas de Industria Manufacturera en el país es del 1% (SCV, 2013). La misma entidad identifica que en el 2012 el país tuvo un total de 3.860 empresas manufactureras y el gobierno estima incrementar este número, con el apoyo y desarrollo de la mano de obra y producción nacional.
- De acuerdo al análisis de las importaciones de carteras y mochilas hacia el Ecuador, se evidenció que los principales socios tienen economías de escala, por tanto, producen mayores cantidades a menores costos. Esto afecta al negocio ya que los productos importados tienen precios menores.
- Al ser un producto con materia prima reciclable permite tener una rentabilidad alta sobre los gastos de diseño, confección y comercialización de producto manufacturero.
- El requerimiento de capital para solventar la inversión inicial de elaboración y comercialización de los productos para cubrir los gastos de operación y adquisición de maquinaria es de aproximadamente \$20,000.00, por lo que es posible que ingrese un nuevo competidor.
- A pesar de que la inversión inicial es baja, esta se considera una barrera de entrada, ya que al momento la economía ecuatoriana no permite que se pueda solventar el valor total de la inversión; por lo cual si se quiere iniciar un negocio de similares características se deberá buscar financiamiento externo.
- Además, las grandes cadenas de supermercados tienen puntos de ventas a nivel nacional, y están tomando realce en la venta de marcas nacionales para llegar al cliente final. Y debido a que las carteras y mochilas no se venderán a través de cadenas de supermercados, se tiene un alto impacto de competidores que puedan promocionar productos con similares características en convenio con las cadenas de supermercados.

- No existen barreras de entrada gubernamentales ya que el gobierno impulsa el emprendimiento nacional, por ejemplo otorgando créditos e impulsando marcas de producción local. (BIESS, 2014).
- La industria manufacturera del Ecuador cuenta con una característica muy importante: la lealtad de los consumidores. Hoy en día el consumidor ecuatoriano está apoyando al medio ambiente y prefiere adquirir productos con materia prima reciclada. Esta es una gran ventaja de producción en el mercado local.

Después del análisis de factores, se determina que la amenaza de los nuevos competidores tiene un alto impacto, debido a que la inversión para este tipo de negocio es de \$20,000.00. Al no existir regulaciones gubernamentales que prohíban el ingreso a la industria, los emprendimientos se pueden iniciar en el país sin ningún problema. A pesar de tener un amplio mercado nacional, son bajas las barreras de ingreso para este tipo de producto y el éxito del negocio dependerá de los canales de distribución que se utilice para llegar al consumidor final.

2.1.2.2 Amenaza de Productos Sustitutos

- Las carteras y mochilas elaboradas con material textil reciclado/reusado tienen gran cantidad de productos sustitutos, tales como: bolsos, carteras, fundas, *clutches* y mochilas hechas de material sintético u otras materias primas. Pero para posicionar la marca de la empresa en la mente del consumidor, se debe hablarle del diseño único y personalizado que tiene los productos; además es importante recalcar el aporte ecológico que está haciendo al momento de comprar nuestros productos.
- Los productos sustitutos que se comercializan en el mercado local son muy variables ya que existen desde el precio más bajo hasta el más alto, además que hay una gran variedad en diseños y materias primas.
- Debido a las campañas que a nivel mundial las empresas están realizando para la concientización del cuidado del medio ambiente, en la actualidad existe variedad de productos que están elaborados con material ecológico como botellas plásticas, para no contaminar el medio ambiente.
- La amenaza de la producción de carteras y mochilas con material textil reciclado local es baja; no se tienen datos de empresas ecuatorianas que al momento elaboren este tipo de producto.
- En cuanto a carteras y mochilas, se debe tomar en cuenta aquellos productos como mochila y carteras que son vendidos por los comerciantes informales, que a pesar de no tener una marca de renombre o ser elaborados en el Ecuador tiene precios, y de características como diseños similares.
- El principal sustituto sería el elaborado por la marca “Yo Reciclado” quienes fabrican productos de todo tipo con material reciclado.
- Productos importados de menor valor que se comercializan en tiendas de ropa en todo el país, y además, existen productos nacionales con costos menores a los propuestos por la empresa, debido a que su producción es alta y su nivel de especialización es mayor.

- Existen suficientes proveedores para todos los insumos que conlleva la elaboración de carteras y mochilas, por tanto, las nuevas empresas o existentes tienen abastecimiento de sus insumos, y podrían incluso producir en economías de escala.

Para nuestros productos se consideran como sustitutos los siguientes artículos: bolsos, maletas, maletas con ruedas, *clutches*, maletín, fundas de tela y bolsas ecológicas. Son sustitutos debido a que cumplen las mismas funciones de las carteras y mochilas, y satisfacen la necesidad de transportar todo tipo de objetos. El impacto que tiene esta fuerza de Porter es media, porque a pesar que existe gran cantidad de productos sustitutos, no se evidencia empresas ecuatorianas que comercialicen productos de las mismas características que propone la empresa.

2.1.2.3 Poder de Negociación con los Compradores

- Al no existir competidores directos de la empresa, los clientes no tienen posibilidades de negociar el precio, ni tampoco cuentan con muchas opciones para cambiar de proveedores.
- El canal de distribución que se utiliza para este tipo de producto es el canal directo, debido a que se pretende llegar a todo el mercado, sin restricciones, convenios o algún tipo de impedimento que no permita que los productos lleguen directamente al cliente.
- Debido a que en el mercado local no hay variedad de productos con características similares, se puede fijar con mayor facilidad precios de venta al público, mismos que deben ser accesibles.
- La investigación de mercado nos ayudará a determinar el precio al que el mercado objetivo estaría dispuesto a adquirir nuestros productos.

El poder de negociación del comprador es de bajo impacto, ya que a pesar que existen productos sustitutos, no hay en el mercado productos con las mismas características del que la empresa está ofertando.

2.1.2.4 Poder de Negociación de los Proveedores

- Dentro del estudio que se realizó, la empresa ha identificado como sus principales proveedores a ocho fábricas ecuatorianas. De estas; cinco son proveedores de jean, que es la materia prima para la elaboración y confección de carteras y mochilas, como son: Prunex, Fábrica Ropa Ecuatoriana, Merac Industria Textil, Fabrica de Textiles La Fiesta y Textiles Los Andes.
- En la ciudad de Quito se encuentran establecidas diez empresas distribuidoras de insumos para la confección de prendas de vestir y artículos varios (Guía Textil del Ecuador, 2016). De estos se trabajará con tres proveedores que son: EALPE, Textiles Texsa, Elitrade.
- Según la Sra. Susan Mendoza Orozco propietaria de la Fábrica Ropa Ecuatoriana en la ciudad de Riobamba, dicha empresa vende las prendas de vestir que no cumplen los procesos de control de calidad; por ejemplo, las prendas de vestir con defectos de confección como el pantalon jean a un precio de \$4. También se pueden adquirir retazos de telas sobrantes durante de la confección.

- A pesar de que los proveedores tienen un poder de negociación bajo, se debe emplear la mejor estrategia para mantener una buena relación con el proveedor para obtener los mejores precios de materia prima (textil, accesorios) y condiciones de pago favorables, así lograr una alta rentabilidad de los productos ofertados.
- Es importante seleccionar cuidadosamente a los proveedores de insumos pues la calidad de los mismos determinará la calidad de nuestro producto.
- Tanto como la maquinaria para la confección de las mochilas y las carteras, como la materia prima, se encuentran disponibles en el mercado ecuatoriano. Esta es una ventaja competitiva puesto que abarata los costos y se tiene control de la cadena productiva.

Al existir una amplia oferta de proveedores de materia prima textil, la negociación con los proveedores tiene un bajo impacto, esto debido a que se identifican varias empresas en el mercado ecuatoriano con precios competitivos, que ofrecen los mismos tipos de calidad y de materia prima.

2.1.2.5 Rivalidad entre los Competidores Existentes

- En la industria manufacturera la intensidad de la rivalidad es alta, ya que se tienen varios niveles de precios y características según las marcas y modelos de los productos ofertados.
- La principal característica de la empresa es ofrecer carteras y mochilas que se puedan personalizar a gusto del cliente, y que estén elaborados de textil reciclado/reusado que ayuda al medio ambiente.
- Las grandes empresas como D'Prati, Etafashion, Megamaxi son competidores con amplio alcance en el mercado, debido a que se encuentran dirigidas al mismo segmento de mercado, ofertan carteras y mochilas de distintos materiales y producen a economías a escala.
- Los productos son ecológicos lo cual le da un valor agregado y es muy importante ya que no todos los productos en el mercado brindan las mismas características, diseños y calidad, por lo que no tiene rivalidad directa con otras compañías.
- A pesar de tener un competencia alta en el mercado, son productos con valor agregado el cual hace que no entre a una guerra de precios entre las empresas que ofrecen productos competitivos y sustitutos. Esto ayuda a que la rentabilidad de la empresa no se vea afectada y lo más importante tenga un diferenciador por el cual los clientes prefieran comprar el producto de la empresa.

Con el análisis realizado de los competidores existentes, se determinó que el impacto que tienen en el negocio es alto. Esto debido a que el mercado tiene grandes empresas que al tener mayor inversión, tienen mayores recursos para la elaboración y confección de productos de las mismas características.

2.1.3 Matriz EFE

Tabla 1: Matriz EFE

Oportunidades	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada
El gobierno busca fomentar las exportaciones de los productos manufacturados y elaborados en el país	0.06	2	0.12
El gobierno está fomentando el cuidado del medio ambiente	0.05	3	0.15
No existe una regulación en el Ecuador que no permita vender o elaborar productos con textil reciclado	0.07	4	0.28
Aranceles para importar carteras y mochilas entre 26% y 34%	0.11	3	0.33
La gente prefiere materiales eco-amigables, es decir que contribuyen al cuidado y protección del medio ambiente	0.05	3	0.15
Los ciudadanos están concientizando y apoyando al reciclaje y disminución de contaminación	0.05	3	0.15
Entidades del gobierno ecuatoriano están ofreciendo el apoyo a pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera, buscando generar la transformación productiva ecológica y de reciclaje a productos que puedan ser más accesibles en el mercado	0.08	4	0.32
En la actualidad, se han creado maquinarias para procesar material reciclado como botellas plásticas, envases, papel y desechos comunes; a partir de esta materia prima se procesan y generan un nuevo producto nuevo para el mercado.	0.05	1	0.05
Los productos con materia prima reciclable permiten tener una rentabilidad alta sobre los gastos de diseño, confección y comercialización de producto manufacturero.	0.09	4	0.36
No existen barreras de entrada gubernamentales ya que el gobierno impulsa el emprendimiento nacional	0.12	3	0.36
Amenazas			
El mercado ilegal ofrece productos con precios más económicos pero de similares características	0.04	2	0.08
Las mochilas y carteras son productos de libre importación si vienen de Colombia o Perú	0.05	1	0.05
Las máquinas para procesar material reciclado son muy costosas	0.045	1	0.045
A pesar de tener un amplio mercado nacional, son bajas las barreras de ingreso para este tipo de producto.	0.05	2	0.1
Hay gran cantidad de productos sustitutos, tales como: bolsos, carteras, fundas, <i>clutches</i> y mochilas hechas de material sintético u otras materias primas	0.035	2	0.07
En la industria manufacturera la intensidad de la rivalidad es alta, ya que se tienen varios niveles de precios y características según las marcas y modelos de los productos ofertados.	0.03	2	0.06
Las grandes empresas como D'Prati, Etafashion, Megamaxi son competidores con amplio alcance en el mercado, debido a que se encuentran dirigidas al mismo segmento de mercado, ofertan carteras y mochilas de distintos materiales y producen a economías a escala.	0.02	1	0.02
TOTAL	1		2.70

De acuerdo al análisis de las matrices presentadas se obtienen las siguientes conclusiones:

- El gobierno ecuatoriano cuida de la industria nacional, con la generación de medidas económicas que impidan el ingreso de productos importantes como salvaguardias. Esto es beneficioso para las empresas ecuatorianas que van a adquirir sus insumos dentro del país puesto que los adquieren a precios competitivos, con gran variedad, y proveedores de calidad.
- Las instituciones del gobierno y entidades privadas brindan asesoría y soporte, tanto financiero como de conocimiento a nuevos emprendedores especialmente a aquellos orientados a la producción de artículos industrializados.
- La empresa identifica una gran ventaja al establecerse en Quito, una ciudad localizada estratégicamente, donde se puede tener fácil acceso a proveedores de otras provincias que cuentan con costos más bajos pues su producción es por volumen.
- A pesar de que la competencia es alta, no solo de productos ecuatorianos sino también de aquellos importados principalmente de China, lo importante de la empresa será dar a conocer el producto en redes sociales de alto alcance. Adicional a ello, se debe destacar la calidad del producto, su funcionabilidad, y como valor agregado que se puede personalizar de acuerdo a los gustos del cliente. Cada producto será único, por lo que el cliente también será único adquiriendo una mochila o cartera.
- La conciencia por el medio ambiente que está surgiendo en la sociedad actual, es una importante oportunidad para la empresa, ya que esta puede ser la manera de darle al producto un diferenciador importante para la entrada al mercado.
- Las preferencias arancelarias que tienen Colombia y Perú representan una amenaza ya que pueden ofrecer productos similares a igual o menor precio, por eso es importante desarrollar una estrategia de diferenciación del producto y para la fidelización a la marca.

3. CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL CLIENTE

En el siguiente capítulo se presenta la investigación de mercado donde se determinarán las necesidades y deseos de los posibles cliente. Además permitirá recolectar la información necesaria y relevante para conocer los gustos y preferencias que tiene el mercado, y ofrecer un producto que satisfaga sus necesidades y apoye al medio ambiente.

Además, la investigación permitirá establecer la aceptación de las carteras y mochilas en el mercado, determinar la estructura competitiva, conocer los atributos que el mercado busca en un producto y determinar el medio de información y publicidad adecuado para los productos del proyecto.

La metodología de investigación que se utilizará es la exploratoria, para poder analizar fuentes secundarias de información. También se empleará la investigación concluyente, para obtener información directa de los consumidores y realizar el análisis de viabilidad del proyecto.

3.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Mediante los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010 en Ecuador; la población de mujeres en la ciudad de Quito es 1.320.576 (INEC, 2010). El cual el 18.9% son mujeres entre 15 y 25 años, quienes son el segmento de mercado objetivo del proyecto; del cual el 41.3% corresponde a mujeres económicamente activas.

Con la información obtenida de la población en la ciudad de Quito, se define que de 1.320.576 del total de mujeres, 249,589 son el mercado objetivo ya que están dentro del grupo de 15 a 25 años, de las cuales a 103,080 mujeres están en actividad económicamente activa. Este número muestra un mercado objetivo potencial es alto y que tiene ingresos que le permitan comprar las carteras y mochilas de la empresa.

Una vez determinado el análisis de los clientes potencial, se realiza el estudio de mercado cuantitativo del proyecto a mujeres entre 15 y 25 años de la ciudad de Quito.

3.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

3.2.1 Investigación Cualitativa

3.2.1.1 Entrevista con expertos

1. La entrevista a experto se realizó mediante una cita acordada con la diseñadora de modas ecuatoriana Guissella Andocilla, Master en Dirección y Gestión de Producto Moda, Especializada en Instituto Europeo de Madrid; residente en el Ecuador desde el 2016 y es diseñadora de modas de los locales D'Prati. Ver esquema manejado durante la entrevista en Anexo 5.

Después del análisis de la entrevista mantenida con la experta, se pudo obtener las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Se ha podido evidenciar que el gobierno de Ecuador implementa nuevas leyes que son el soporte para el crecimiento de la producción nacional y la cadena productiva, una de las restricciones son los impuestos y salvaguardias impuestas a las importaciones incluyendo productos de la industria textil.

La experta de modas indica apoyo al reciclaje, ya que es un beneficio cultural y económico tanto para productores como compradores por la reducción de costos, debido a que los productos son elaborados con material jean reutilizado; pero con esto no quiere decir que tiene que ser un producto de mala calidad, al contrario, se aprovecha la prendas de vestir de jean, ya sea mal confeccionadas por las fábricas o simplemente la tela jean que que sirve de materia prima para la elaboración de las carteras y mochilas.

Las carteras y mochilas son una alternativa dentro del concepto ecológico ya que por medio de esta práctica los ciudadanos podemos aportar al medio ambiente, ya sea reutilizando productos con el fin de modificarlos en algo original. Además en el contexto socio-económico es una estrategia que permite reducir costos directos como por ejemplo el de mano de obra en materia prima y de algunos materiales.

Además, recalca en que los ecuatorianos son un mercado de consumidores donde *“todo entra por los ojos”*, es decir que las carteras y mochilas que se van a ofrecer deber ser de buena calidad, diseños llamativos, buen precio, y el plus de ser productos personalizados hace que los consumidores compren el producto de acuerdo a sus preferencias.

Al ser profesional graduada en el extranjero y con visibilidad en el mercado extranjero, recomienda que se busque apoyo de más diseñadores y emprendedores ecuatorianos para que la mano de obra nacional crezca, se puedan elaborar y comercializar más productos que apoyen al medio ambiente, logrando enriquecer la cultura ambiental mediante proyectos con capacitaciones de instituciones como el MIPRO, MIES y Asociación de Textiles del Ecuador.

También se recomienda tomar en cuenta los gustos y preferencias del segmento de mercado objetivo, ya que los ecuatorianos tienen diferencias al momento de adquirir un producto nuevo en el mercado, como color, diseño y precio, además toman en cuenta el lugar donde vieron el producto, es por eso que la publicidad se recomienda hacerla a través de redes sociales, internet y exhibiciones en puntos estratégicos.

2. La entrevista se realizó mediante una cita con la propietaria de la Fábrica Ropa Ecuatoriana, Sra. Susan Mendoza Orozco. La entrevista se realizó en las oficinas de la fábrica en la ciudad de Quito. Ver esquema manejado durante la entrevista en Anexo 5.

Después del análisis de la entrevista realizada, se pudo tener conclusiones que representan amenazas y oportunidades para el emprendimiento del proyecto, como:

A pesar que su fábrica está ubicada en la ciudad de Riobamba, sus productos se ofertan para todo el mercado local ya que es ropa de calidad y precios cómodos, vale recalcar que los precios son de fábrica y se venden a locales comerciales que son los distribuidores hacia el cliente final.

Se puede evidenciar que las mujeres de la ciudad de Quito son trabajadoras, estudiantes, madres de familia, universitarias y adolescentes que buscan productos de acuerdo a sus preferencias en colores y diseños, ya que son un mercado con alta sensibilidad a los productos, es decir, pueden demostrar la actitud, feminidad y estado de ánimo de las compradoras. Es por esto que los colores de las carteras y mochilas deben ser colores vivos, llamativos y delicados que permita que puedan ser usados con cualquier vestimenta.

Después de revisar y analizar la opción de reciclaje y reúso que ofrece el proyecto, menciona que el proyecto muestra un emprendimiento de negocio que ayuda al medio ambiente, lo que es que las empresas y gobierno está apoyando debido a la alta contaminación que tiene el mundo, y además apoya al emprendimiento de nuevas micro empresas ya que la mano de obra del Ecuador y su producción debe incrementarse, para así poder mejorar la economía del país y todos los ecuatorianos salgan adelante con sus emprendimientos de negocios.

Al ser una fábrica de ropa, ofrece los servicios de ser proveedor de materia prima para trabajar en las carteras y mochilas con textil reciclado y mal confeccionado, es decir los productos a ofertar se elaborarán con materia prima textil jean que son las prendas mal confeccionadas por las máquinas de la fábrica, y además brinda la oportunidad de ser proveedor directo de material jean textil, es decir metros de tela jean sin ser usados, tratados, ni elaborados a un precio conveniente.

También, apoya a todo microempresario que quiere emprender su proyecto, ya que a pesar de que el gobierno está incentivando la producción nacional, siempre es necesario el impulso o soporte de marcas ya establecidas en el país para que la industria manufacturera crezca en el país; pero asimismo que permita el crecimiento y expansión del negocio.

La mayor debilidad que indica la experta, es el hecho de que el proyecto requiera una baja inversión en maquinarias, lo que quiere decir que puede existir competencia o simplemente empresas nacionales ya establecidas que produzcan un producto igual o de similar características, ya que ellos cuentan con todas las maquinarias necesarias, debido a la gran inversión y patrimonio que tienen las marcas del país.

Como propietaria de fábrica de ropa nacional, recomienda que para tener un crecimiento del proyecto es necesario ofrecer al mercado productos con diseños únicos y de colores llamativos para llegar a todo el mercado local. Igualmente, recomienda que los productos confeccionados deber ser 100% ecuatorianos, es decir su materia prima y mano de obra locales, ya que así se tiene el plus de ser un producto personalizado 100% ecuatoriano.

3.2.1.2 Grupo Focal

El Grupo Focal se realizó en la ciudad de Quito a cinco mujeres entre 15 a 25 años, ya que es necesario hacer el estudio del mercado para conocer las preferencias y gustos del segmento objetivo de mujeres para la compra de las carteras y mochilas; y también se incluyó en el grupo focal a tres hombres entre 18 a 25 años, debido a que los hombres son también compradores del mercado de la moda. Todos los participantes del grupo focal tienen ocupaciones de: estudiantes, empleados públicos y empleados privados en la ciudad de Quito. Ver esquema manejado durante el grupo focal en anexo 6.

Una vez realizado el estudio de mercado mediante un grupo focal, se pudo determinar y conocer los gustos del segmento objetivo de las carteras y mochilas. Además se obtuvo conclusiones y recomendaciones que permite el desarrollo del proyecto, como:

Los productos que se ofrece son innovadores, no solo porque son elaborados con materia textil jean reciclada, sino porque el cliente puede elegir los colores, parches, adornos y accesorios que se le pueden poner a las mochilas y carteras. También porque no existe en el mercado un producto que sea elaborado con jean reciclado.

El 80% de los participantes ha comprado productos ecológicos como fundas ecológicas, cuadernos, útiles escolares ecológicos y bolsas ecológicas. A pesar que los cuadernos y útiles escolares no corresponden al segmento de productos este proyecto ofrece, nos permite conocer la cultura de compra que tienen los participantes.

Siete de los ocho participantes estarían dispuestos a comprar las carteras y mochilas con textil jean reciclado. Se tiene una respuesta positiva de compra ya que son productos atractivos, donde en tela jean se pueda modificarla ya sea pintando, dibujando y personalizarla a la preferencia de cliente.

Se recomienda que el local comercial para ofrecer los productos debe estar ubicado en el sector el Batán puesto que es un lugar cerca a los centros comerciales, colegios y universidades; y además indican que prefieren un lugar donde ellos puedan ver cada detalle, color o diseño que se le puede dar a los productos y tener una atención personalizada, es decir guiarle en las opciones de diseños, colores.

Aunque son productos elaborados con textil reciclado/reusado jean, la calidad que deben tener los productos debe ser duradera y no perder su forma, diseño y color al momento de mojarse, por ejemplo la lluvia. También debe tener un precio asequible ya que esto permitirá que los clientes puedan comprar más cantidad de productos.

Se recomienda que se debe tomar en cuenta la opción de que el cliente pueda elegir la tela con la que quisiera que su producto sea elaborado, por ejemplo cuero, algodón; ya que el personalizar cada cartera y mochila dependerá de cada cliente y qué mejor que tener más opciones de telas con los mismos diseños y accesorios.

Varias de las sugerencias mencionadas se pueden destacar, la confección de mochilas para hombres con camiseta de fútbol de su preferencia, también ofrecer diseños ecológicos formales como por ejemplo portafolio, y realizar la confección de cartera y mochila con la prenda favorita del cliente, es decir que con su prenda de vestir preferida se pueda elaborar un producto con los diseños que tiene el negocio.

3.2.2 Investigación Cuantitativa

3.2.2.1 Encuestas

Para poder tener una investigación cuantitativa del mercado, se realizaron 50 encuestas al segmento objetivo seleccionado de mujeres entre 15 y 25 años en la ciudad de Quito, y se realizó el análisis de las mismas para poder conocer el precio de venta, moda, colores, diseños, gustos y preferencias de cada encuestada. Ver anexo 7, que muestra el modelo de encuesta usado durante la investigación.

Debido a la complejidad en tener una respuesta inmediata en las entrevistas, se realizaron encuestas mediante el portal SurveyMonkey, portal web que permite reenviar una encuesta a cada persona del grupo de mercado seleccionado, y además se realizaron encuestas físicas en colegios, universidades y empresas.

La información recolectada permitió conocer el poder adquisitivo de los consumidores, las preferencias y gustos que tienen en este tipo productos; dando una visibilidad de oportunidad para ingresar al mercado, Ver anexo 8 donde indica las tabulaciones y porcentajes en respuestas seleccionadas por los encuestados. Mediante el análisis de la investigación cuantitativa se destaca:

El 42% de las mujeres utilizan carteras, de cual el 44% compra al menos 1 cada dos meses y el 32% al menos 1 cada trimestre. También el 37% compra mochilas al

menos 1 vez cada dos meses y el 33% compra al menos 1 vez cada semestre; y los han adquirido en supermercados y centros comerciales.

A pesar que el 82% de las encuestadas no han comprado productos elaborados con material textil reciclado, el 73% estaría dispuesto a comprar carteras a un precio entre \$10 y \$30 dependiendo del diseño. Además, el 79% compraría mochila con textil reciclado a un precio entre \$20 y \$30. Así mismo, el 38% de las mujeres comprarían carteras y mochilas confeccionadas con textil jean reciclado o reusado y lo comprarían para uso personal y regalo, ya que le dan una alta importancia al medio ambiente y al comprar los productos cuidan el medio ambiente.

El segmento objetivo encuestado usa el internet para conocer todo sobre productos en el mercado, por tal razón la información, publicidad y promociones de las carteras y mochilas de textil jean reciclado y reusado les gustaría recibir mediante correo electrónico y redes sociales.

Mediante la Investigación Cualitativa y Cuantitativa realizada al mercado objetivo, se puede destacar:

La investigación cuantitativa y cualitativa del mercado permitió tener relevantes conclusiones como las preferencias, gustos y precio del segmento objetivo.

Las mujeres entre 15 y 25 años de la ciudad de Quito usan carteras y mochilas para llevar sus artículos personales, mismos que compran al menos una vez cada 2 meses.

A pesar de no tener cultura de compra ecológica, están dispuestas a comprar las carteras y mochilas de material textil reciclado/reusado jean, a un precio entre \$10-\$30 y \$20-\$30 respectivamente.

El lugar para la compra de los productos es de preferencia en un local comercial, y su compra la realizaría para uso personal u obsequio; Igualmente la información, publicidad, diseños y promociones se destaca recibirlas por redes sociales y correo electrónico.

Vale tomar en cuenta que las mujeres del segmento indican que el plus que les muestran las carteras y mochilas, es que al ser productos ecológicos están apoyando al medio ambiente y reduciendo la contaminación.

La innovación de productos en el mercado, personalización y variedad de modelos, son incentivos para realizar la compra de las carteras y mochilas; lo que generaría una mayor demanda de estos productos.

A su vez, permitieron conocer los atributos que ven de los productos, como: producto reciclado, cómodo y que apoya al medio ambiente, ya que su confección es en base a materia prima de textil jean reciclado y reusado.

4. CAPÍTULO IV: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Debido a las tendencias de reciclaje y cuidado al medio ambiente, *Ecobag's* ha identificado una oportunidad de negocio en la confección y comercialización de productos que tienen como materia prima el textil jean reciclado/reusado. Para ello, se ofertará dos tipos de productos que serán mochilas y carteras con el factor diferenciador de que cada producto será único, ya que el cliente puede personalizarlo según su preferencia.

Al ser la materia prima tela (pantalón/chaleco/camiseta) jean, da la opción a poder ser teñida de varios colores; es por esto que se da la opción a los clientes de poder elegir los colores y además detalles femeninos en varios colores y modelos como: parches, flores, accesorios, etc.

El precio de las carteras y mochilas están entre \$15 y \$30 respectivamente. Estos precios se establecieron en base a la investigación de mercado realizada, que permitió tener una visibilidad de los precios que el cliente estaría dispuesto a pagar por los productos. Es por eso que se establece los precios de \$15, \$25 para las carteras y \$30 para la mochila.

Los principales diferenciadores que tienen las carteras y mochilas son: que el cliente puede adaptar el diseño a su gusto, son productos versátiles y reversibles, sus precios son bajos para el mercado, la materia prima, diseño y mano de obra 100% ecuatoriana, se usa materiales ecológicos como tinta vegetal, y además aporta a las 3R del medio ambiente: reusar, reciclar y reducir.

Para iniciar las operaciones, la empresa dispondrá de un local donde pueda mostrar sus productos y modelos. Su concepto será de un mini taller donde los clientes puedan personalizar los bolsos y mochilas; y este diferenciador hará impulsar la marca a través de redes sociales.

4.1 CADENA DE VALOR

La cadena de valor es la herramienta que nos permite identificar dos tipos de actividades: actividades de apoyo, donde se encuentra el análisis de los insumos para actividades primarias, y las actividades primarias, en las que se analiza desde la investigación hasta la entrega del producto final al cliente.

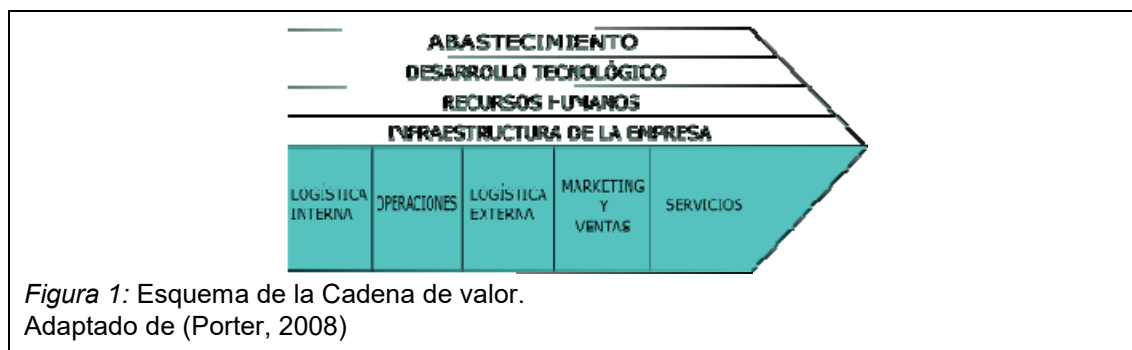


Figura 1: Esquema de la Cadena de valor.
Adaptado de (Porter, 2008)

4.1.1 Actividades de Apoyo

- **Abastecimiento:** La empresa necesita abastecerse de insumos como tela jean, botones, cierres, hilo, agujas y máquinas de coser para confeccionar las

mochilas y carteras. La selección de materia prima de calidad es el punto clave de todo el proceso de producción puesto que de ello depende el valor del producto.

- **Desarrollo tecnológico:** la empresa investigará constantemente procedimientos de costura y confección más rápidas y eficientes, en los que se minimice el desperdicio de materiales.
- **Recursos Humanos:** al comienzo del proyecto se contratarán la costurera y el gerencia general/administrador, pero con el incremento de las ventas se contratará más personas que colaborarán en el área de producción. Se debe mantener una excelente relación con los colaboradores por lo que se les pagará un sueldo justo y a tiempo. Se les entregará toda la maquinaria necesaria para que cumplan sus funciones y estarán cubiertos en todo momento por los beneficios de ley.
- **Infraestructura de la Empresa:** debido a que la empresa es pequeña, la gerencia general/administrador será quien realice la planificación de las actividades de la empresa teniendo en consideración las fechas donde la cadena productiva inicia y finaliza. La gerencia tendrá a su cargo mejoras en infraestructura de la empresa, cómo nuevas adecuaciones de las estaciones de trabajo, además de llevar el control de la contabilidad y finanzas, de manera diaria y mensual.

4.1.2 Actividades Primarias

- **Logística Interna:** la gerencia será la encargada de dirigirse hacia el local del proveedor de la materia prima que en este caso es el jean. Se ha decidido que sea de esta manera puesto que la gerencia puede verificar la calidad del material y realizar una mejor negociación con el proveedor. Los proveedores de insumos como botones, cierres, hilo, etc., entregarán los productos en la oficina de la empresa de manera quincenal.
- **Operaciones:** en esta etapa la empresa analiza cada etapa del proceso de producción procurando que no existan errores ni procedimientos que desgasten la calidad del producto. Es importante realizar los controles de calidad programados y revisar que el pedido tenga concordancia con el producto elaborado. El proceso productivo irá reduciendo su tiempo según crezca la demanda del producto y la experiencia que los colaboradores adquieran.
- **Logística Externa:** cuando se obtiene el producto finalizado es importante empacarlo cuidadosamente y almacenarlo para su entrega al cliente final. En muchos casos el producto estará almacenado hasta 10 días, si se realizó bajo pedido. Si el producto fue elaborado junto con el lote de producción, estará almacenado por 30 días. El producto será entregado en el local de la empresa únicamente.
- **Marketing y Ventas:** la empresa difundirá toda la información de la empresa en su página web y se realizará la publicidad de los modelos de todos los productos mediante el uso de redes sociales. De igual manera se receptorán pedidos por medio de esta herramienta.
- **Servicios:** debido a que los productos que la empresa comercializa son personalizados, el cliente tiene la oportunidad de realizar cualquier cambio o adhesión de accesorios. Además si necesitara realizar la reparación del producto

puede acercarse a nuestro local y sin ningún costo se realizará el trabajo solicitado.



Figura 2: Logística



Figura 3: Producción

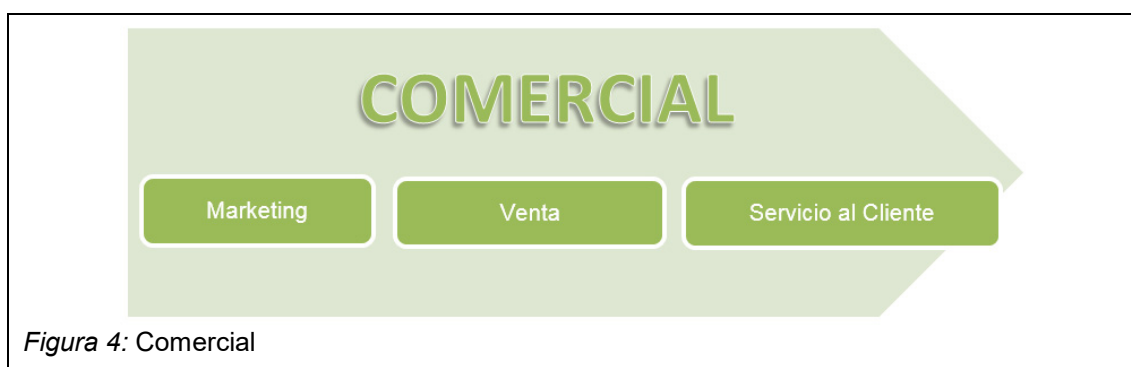


Figura 4: Comercial

Cada actividad identificada en la cadena de valor representa la situación real de la empresa y a la vez la oportunidad de identificar estrategias en las que se agregue valor a cada uno de nuestros productos. Es una ventaja competitiva contar con esta herramienta puesto que nos permite conocer cómo se desempeña cada actividad de la empresa e identificar el valor de la misma.

5. CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING

El presente capítulo presenta la estrategia de marketing que se utilizará para el posicionamiento de los nuevos productos en el mercado, además se determinarán los precios, tácticas de venta, políticas de promoción y publicidad, distribución y servicio al cliente para lograr fidelizar al mercado alemán.

5.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

La estrategia que se aplicará para el ingreso y comercialización de los productos al mercado es la estrategia competitiva de diferenciación, ya que se quiere destacar las características como: confección con textil jean reciclado y reusado, colores llamativos, precios bajos y personalización; lo que permite tener un diferenciador frente a la competencia.

La estrategia de diferenciación permite tener lealtad del mercado hacia los productos en el mercado, siendo la barrera protectora de la marca contra la competencia. Esta estrategia permite tener una participación del mercado, posicionarnos e ingresar siendo competitivos con las marcas ya establecidas y ser el producto en mente de los clientes.

Se determina la implementación de esta estrategia, debido a que representa el camino más factible y recomendable de posicionar los productos en la mente de los consumidores, logrando ser su primera elección al momento de comprar productos ecológicos, que ayuda al medio ambiente, de calidad, cómodos, con accesorios llamativos y femeninos y que satisfaga las necesidades que los productos existentes en el mercado no han logrado cumplir.

Una de las características importantes que tienen los productos en el mercado para ser adquiridos es su precio, lo que hace que sean carteras y mochilas asequibles para el bolsillo de los consumidores.

Adicionalmente, se cuenta con la información que en la ciudad de Quito no se comercializan actualmente carteras y mochilas con este tipo de material y que permita su personalización, lo que otorga una característica importante a la propuesta de la empresa.

5.2 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo del plan de negocios son las mujeres del norte de la ciudad de Quito, con edades entre 15 y 25 años que buscan un producto nuevo, versátil, se pueda combinar con su look del día y que sea cómodo para transportar sus objetos personales.

Debido a que el mercado objetivo son mujeres que compran este tipo de productos al menos una vez al mes, y que estarían dispuestas a consumir productos de material reciclable de tela jean, los productos finales que se ofrecen deben ser resistentes, con un diseño funcional y que se acomode a las necesidades de nuestros clientes.

Los indicadores laborales que presentó el INEC dan a conocer que en la ciudad de Quito el 58.1% son mujeres con poder adquisitivo medio que permite comprar los productos, pues sus ingresos de promedio \$443.60 y el 41.3% del mercado objetivo pertenecen a la Población Económicamente Activa. (INEC, 2015).

5.3 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor que presenta *Ecobag's* es ofrecer a las mujeres de la ciudad de Quito un producto confeccionado con textil jean reciclado o reusado, que apoya al medio ambiente y que se pueda personalizar, además que lo puedan usar para cualquier ocasión y que tenga precios asequibles para el bolsillo del mercado.

Las mujeres usan diariamente carteras y mochilas para transportar sus objetos y dependiendo de los gustos de cada persona, compran este producto cada mes, bimensual, semestral y anualmente.

Además, con el calentamiento global que tiene el mundo actualmente, se están realizando constantes campañas para cambiar la cultura ecológica y concientizar a las empresas, organizaciones y personas sobre el uso de material reciclado, a adquirir productos ecológicos y reducir la contaminación. Es por esto que están tomando acciones para apoyar al medio ambiente a través del reciclaje y compra de productos biodegradables y ecológicos. De aquí nace la necesidad de crear un producto que apoye al medio ambiente y que ofrezca diseños, colores y moda para que sea adquirido por las mujeres de la ciudad de Quito.

Las carteras y mochilas son productos elaborados con textil jean reciclado/reusado, es decir la materia prima se obtiene de las prendas de vestir jean que son mal confeccionadas de fábrica y sus accesorios son retazos de material textil desechada.

Al ser un producto con materia prima reciclable no se debe entender como un producto de materia prima en mal estado o de mala calidad, al contrario el material es obtenido de las prendas de vestir jean que no son correctamente confeccionadas o prendas que tengas con fallas; esto quiere decir que las carteras y mochilas se confeccionan a partir de la prenda de vestir como pantalón, camisas, camisetitas y chalecos de tela jean que pasan por un proceso de desinfección.

Los diseños que se ofrece para mujeres son cómodos, versátiles y pueden ser usados en toda ocasión. La principal característica es que el cliente pueda elegir o diseñar a su preferencia la cartera y mochila, los accesorios y colores que desea que este tenga.

La estrategia de posicionamiento para los productos es de más por menos, es decir el cliente tiene variedad de opciones en accesorios, colores y detalles, pero su precio solo tiene un aumento mínimo por cada accesorio adicional.

5.4 MEZCLA DE MARKETING

5.4.1 Producto

La empresa *Ecobag's* para emprender el proyecto ofrecerá dos tipos de productos con textil jean reciclado/reusado como son: mochilas y carteras. Debido a la contaminación global que el mundo está atravesando hoy en día, nace la idea de diseñar, confeccionar y comercializar mochilas y carteras, que tengan como materia prima reciclada, misma que es el resultado de prendas de vestir jean mal confeccionadas por fábricas, también colores, parches, adornos y accesorios que el cliente puede diseñar a su gusto.

Las siguientes imágenes muestran los diseños de los productos, la cartera mostrada es elaborada con la mitad de un pantalón jean para adulto, usando los bolsillos del mismo, y la mochila es confeccionada de un chaleco jean; es decir a estos diseños los

clientes pueden agregar accesorios o cambiar de color, personalizando el producto a su gusto.



Con el crecimiento de la venta se irá aumentando los diseños, para que así el consumidor tenga un portafolio amplio tanto de diseño como de material textil del cual pueda elegir.

Se cuenta con cinco proveedores de tela jean, que son: Prunex, Fábrica Ropa Ecuatoriana, Merac Industria Textil, Fabrica de Textiles La Fiesta y Textiles Los Andes; también se considera tres proveedores de accesorios e insumos para la personalización, los cuales son: EALPE, Textiles Texsa, Elitrade. Siendo estos los principales proveedores con los que se llegará a acuerdos de costos, referenciación y distribución de materia prima, accesorios y estampados.

Las dimensiones de los productos serán:

- Diseño 1 de cartera: 15cm de largo x 20cm de alto. El precio de este tamaño será de \$15.
- Diseño 2 de cartera: 40cm de largo x 30cm de alto. El precio de este tamaño será de \$25
- Diseño único de mochila: 35cm de largo x 45cm de alto. El precio de este producto será de \$30.

La personalización de los productos se da en el momento que el cliente tiene la opción de confeccionar su cartera o mochila, esto incluye elegir accesorios, colores, retazos y parches, pero se considerará una variación mínima en el precio de acuerdo a las características del nuevo producto.

• Atributos

Al ser carteras y mochilas nuevas en el mercado, con una idea de impulsar el uso y la compra de productos con material textil reciclado; ofrecen características atractivas, cómodas y diferentes a los productos ya establecidos en el mercado; sus principales diferenciadores son su diseño personalizado, colores, versatilidad y accesorios que el cliente puede agregar de acuerdo a su gusto. El tratamiento que se les da a los insumos de elaboración y confección es distinto al usual, lo que otorga que las mochilas y carteras de *Ecobag's* tengan características especiales.

La materia prima con la se confecciona las carteras y mochilas es textil jean reciclado y prendas jean mal confeccionadas por la fábrica, y toda su cadena productiva es 100% nacional, lo que quiere decir que es un producto 100% ecuatoriano.

Debido a que el producto es elaborado con materia prima reciclable, deben ser certificados por el Ministerio del Medio Ambiente, el cual nos permita mostrar que los productos son amigables para el medio ambiente y no contaminan o perjudican a la naturaleza.

La idea principal del proyecto es implementar la opción de que el consumidor pueda diseñar su propio producto de acuerdo a sus gustos y preferencias, como parches, y sublimación, caricatura, imagen, palabra o frases de su preferencia para su cartera o mochila.

- **Branding**

El nombre escogido para la empresa es *Ecobag's*, su significado define las palabras bolsa ecológica. Como su nombre lo indica, es un producto que al ser elaborado con material reciclable, su tratamiento durante la confección seremos cuidadosos para no tener pérdidas de materia prima.

Su diseño tiene el color verde ecológico y además el perfil de una cartera, el cual muestra la actividad de la marca.



- **Empaque**

Al ser productos elaborados con textil no requieren un empaque especial. Serán bolsas biodegradables de poliéster-polietileno que servirán para cubrir la cartera o mochila, color transparente, con el logo de la empresa, que permitan admirar el diseño adquirido.

- **Etiquetado**

La etiqueta de las carteras y mochilas serán de tela ecológica color café, ejemplo:



Será de tela, color café, continuando con la línea de diseño ecológica de la empresa. Además la etiqueta tendrá las indicaciones de uso, lavado, secado, y cuidado que deben tener los productos para poder prolongar su tiempo de vida.

5.4.2 Precio

La producción de los productos es relativamente económica ya que se usa tela jean reciclada pero de buena calidad. El costo unitario de la cartera del diseño #1 es de \$4.48; se debe tomar en cuenta que de una unidad de pantalón jean de adulto se producen 4 unidades de carteras, es decir un pantalón se usa para 2 carteras. El costo se desglosa en costo del producto de \$ 2.88, \$0.13 para la compra del empaque con logo de la empresa y \$1.47 en mano de obra para la confección.

Tabla 2: Costo unitario de confección de la cartera de diseño #1

Materia prima directa	Costo Unitario (mtrs. / unidades)	Cantidad por paquete	Costo total de insumo
Rollo de hilo (metros)	0.06	10	0.60
Botón (unidad)	0.05	2	0.10
Etiqueta (unidad)	0.25	1	0.25
Textil reciclado pantalones	1.71	1	1.71
Quintal de retazos	0.01	10	0.06
Parches diseñados	0.08	2	0.16
Funda de empaque	0.13	1	0.13
Total =			\$ 3.01

El costo unitario de la cartera de diseño #2 es de \$5.82, que se desglosa en \$ 4.17 para la confección de la prenda, \$0.18 para empaque con logo de la empresa y \$1.47 en mano de obra para la confección. Es necesario recalcar que para la confección de 1 unidad de este producto es necesario medio pantalón jean.

Tabla 3: Costo unitario de confección de la cartera de diseño #2

Materia prima directa	Costo Unitario (mtrs. / unidades)	Cantidad por producto	Costo total producto
Rollo de hilo (metros)	0.06	10	0.60
Botón (unidad)	0.12	4	0.48
Etiqueta (unidad)	0.25	1	0.25
Textil reciclado pantalones	2.40	1	2.40
Quintal de retazos	0.01	20	0.12
Parches diseñados	0.08	4	0.32
Funda de empaque	0.18	1	0.18
Total =			\$ 4.35

El costo unitario de la mochila es de \$8.08, que se desglosa en \$6.41 del costo de confección, el costo del empaque con logo de \$0.20 y \$1.47 en mano de obra para la confección.

Tabla 4: Costo unitario de confección de la mochila

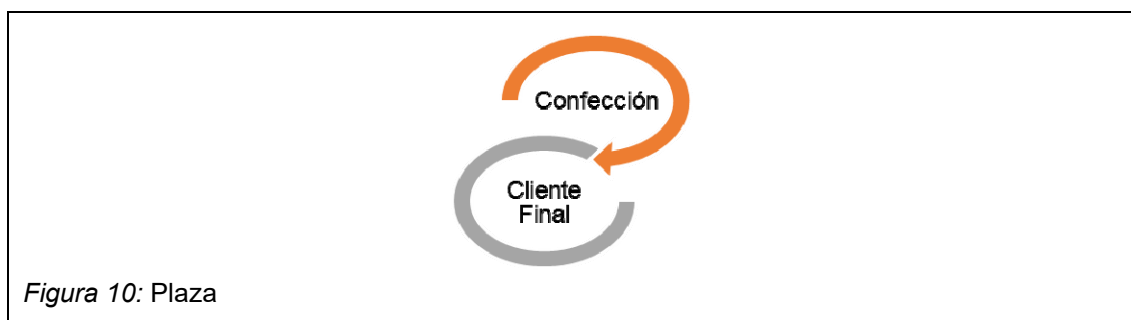
Materia prima directa	Costo Unitario (mtrs. / unidades)	Cantidad por producto	Costo total producto
Rollo de hilo (metros)	0.06	10	0.60
Botón (unidad)	0.12	3	0.36
Etiqueta (unidad)	0.25	1	0.25
Textil reciclado chaleco/pantalón	4.70	1	4.70
Quintal de retazos	0.06	5	0.30
Parches diseñados	0.10	2	0.20
Funda de empaque	0.20	1	0.20
Total =			\$ 6.61

Se utilizará la estrategia de penetración de precios. Según Phillip Kotler, la estrategia de penetración es iniciar con un precio bajo en el mercado para poder lograr una penetración fuerte y rápida (Kotler, 2015), lo que quiere decir que al tener precios competitivos se logra un alto número de consumidores, y por ende un alto porcentaje del mercado local. Al tener una mayor demanda de carteras y mochilas, los costos de producción se reducen y se generaría una economía a escala para la empresa, el cual permite tener una mayor rentabilidad.

Debido a que son productos reciclables y 100% ecuatorianos, tiene un valor agregado ecológico en comparación a la competencia que oferta productos elaborados con todo tipo de material.

Adicional, la empresa tiene la opción de aplicar ajuste en los precios de venta, puesto que se debe adaptar a los cambios que tiene el mercado y el poder adquisitivo del segmento objetivo, para así poder tener precios competitivos y al promedio del mercado.

5.4.3 Plaza



La estrategia de distribución que se utilizará es de distribución directa, ya que para el inicio del proyecto los productos se venderán directamente en el local comercial con el fin de impulsar la marca, es por esto que el espacio debe ser un lugar donde los clientes puedan personalizar el diseño a su producto.

Con el crecimiento del negocio se pretende implementar la distribución a través de supermercados comerciales como Corporación La Favorita, Corporación El Rosado y locales de masiva concurrencia como centros comerciales: DPrati, Etafashion, Fybeca o islas comerciales. Se determina estos lugares por el hecho de que son tiendas establecidas en todo el país, reconocidas en el mercado y además ofrecen a los clientes variedades de productos incluyendo carteras y mochilas de distintos materiales y marcas.

Debido a que es un producto relativamente nuevo en el mercado, es necesario tener un local comercial estratégico con alta frecuencia de mercado y que sea zona comercial con alta disponibilidad para la venta de las carteras y mochilas.

El local comercial estará ubicado en el norte de la ciudad de Quito. Se determina esta zona, debido a que es un lugar comercial y de alta concurrencia, por lo que hace que los clientes existentes sean también clientes potenciales para la marca.

Para el crecimiento en ventas de las carteras y mochilas, se tiene una proyección de expansión de tiendas en varias ciudades del país y tener socios estratégicos como canales de distribución para los productos.

Adicionalmente, se aplicará la estrategia de PULL ya que se pretende llegar directamente al cliente final a través de la presentación de la imagen y diseño de los productos, de los atributos, los diferenciadores y la marca eco-amigable para el medio ambiente.

5.4.4 Promoción

- **Publicidad**

La estrategia de publicidad que se utilizará será a través de redes sociales, publicidad impresa como hojas volantes y también correo electrónico, puesto que es el medio informativo más rápido y directo para el mercado, además fue la respuesta más optada por los encuestados en la investigación de mercados realizada.

El presupuesto asignado para las impresiones es de \$30 al trimestre, el envío de correos electrónicos es de \$50 y las redes sociales no tienen costo, por lo que será administrado por el gerente propietario de la empresa.

Se realizará la publicidad de respuesta directa, ya que así podemos llegar a oídos de todo el mercado local, aplicando el internet y el telemarketing, dando a conocer todas las características, atributos y diferenciación que tienen las carteras y mochilas.

Así mismo, para el crecimiento de la marca y del local comercial, se realizará publicidad en lugares públicos como entrega de material impreso y en ferias de textil, mismo que tiene un costo de \$50, esto con el fin de poder dar a conocer los atributos y diferenciadores de las carteras y mochilas. Vale recalcar que este costo se invertirá el mes que se efectúe la feria en la ciudad, es decir que el gasto depende de la fecha en la que se realice dicha feria.

En el mercado local existe variedad en productos sustitutos, es por eso que al momento de realizar la publicidad se mostrará las diferencias y el valor agregado que tienen los productos de Ecobag's para el mercado.

- **Promoción de ventas**

La industria de la manufactura varía de acuerdo a la economía del mercado, es decir mientras existen menos ingresos, es menor el poder adquisitivo del mercado. Para ello se debe tener un conocimiento del perfil del cliente, el nicho al que se quiere ingresar y la competencia.

Es por eso que para poder tener crecimiento en las ventas, se proyecta lanzar periódicamente promociones de los productos como:

- Por la compra del primer artículo y el segundo con el 10% de descuento.
- Por la compra de 2 unidades, recibe gratis cartuchera confeccionada con jean reciclado, mismo que tiene un costo de confección de \$2.03. Se debe tomar en cuenta que este valor será un gasto de la empresa cada 6 meses, y varía de acuerdo a las unidades vendidas en el mes.

- **Fuerza de Ventas**

Para el inicio de la empresa, la fuerza de ventas de *Ecobag's*, encabeza la gerente propietaria, quien a su vez será la ejecutiva de ventas para poder impulsar los

nuevos productos en el mercado. También se inicia con una confeccionista para las carteras y mochilas, misma que producirá un promedio de 13 unidades por día, y 340 unidades al mes; hay que tomar en cuenta que este número varía según la confección hecha en el día.

Con el crecimiento de las ventas, se incrementarán las confeccionistas para poder cubrir la demanda del mercado, pero según el proyecto de ventas estimadas, se contratará una confeccionista más a partir del 4to año.

También se tomará en cuenta tener fuerza de ventas para eventos, es decir un modelo para exhibir y publicitar las carteras y mochilas. Vale recalcar que el valor no es mensual.

- **Marketing directo**

El marketing directo que se usará es a través de catálogos y folletos impresos, además correo electrónico, esto con el fin de llegar a todo el mercado. A través de estos medios se podrá dar información de los atributos que tienen las carteras y mochilas y el aporte que están dando al medio ambiente cuando compran estos productos con textil jean reciclado/reusado; logrando así llegar directamente al cliente final.

5.4.5 Presupuesto Total de Gastos de Marketing Mix

La siguiente tabla indica el presupuesto que la empresa asigna para el marketing del proyecto, del cual la publicidad y promoción se realizará por correo electrónico, folletos, hojas volantes, ferias, redes sociales y telemarketing; lo que permitirá llegar a todos el mercado.

Tabla 5: Presupuesto asignado de marketing

Detalle Mkt	Valor Año				
	1	2	3	4	5
Impresiones/catálogo	360.00	372.24	384.90	397.98	411.51
Correo electrónico	600.00	620.40	641.49	663.30	685.86
Feria del textil	50.00	51.70	53.46	55.28	57.15
Modelo impulsadora para feria	100.00	103.40	106.92	110.55	114.31
Promoción de 10% descuento	400.00	413.60	427.66	442.20	457.24
Promoción cartuchera gratis	300.00	310.20	320.75	331.65	342.93
TOTAL AÑO =	\$ 1,811.00	\$ 1,873.54	\$ 1,938.17	\$ 2,004.97	\$ 2,074.00

6. CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

6.1.1 Misión

Ecobag's es una empresa ecuatoriana dedicada al diseño, confección y comercialización de carteras y mochilas con textil reciclado y reusado de calidad, cumpliendo las normas y estándares de manufactura ecuatoriana, logrando satisfacer las necesidades del mercado local, potenciando la mano de obra nacional y ofreciendo productos con materia prima ecológica.

6.1.2 Visión

Ser empresa de moda de textil ecológica líder en el mercado, con presencia a nivel nacional y diferenciado por sus productos auténticos, de calidad y diseños únicos elaborados con textil reciclado y reusado 100% ecuatoriano.

6.1.3 Objetivos

6.1.3.1 Objetivos a Mediano Plazo

- Incrementar las ventas en 30% el segundo año, esto en comparación a las ventas del año 1 de la empresa; lo que quiere decir que el proyecto inicia el segundo año con ventas de 55 carteras de \$15, 50 carteras de \$25 y 35 mochilas de \$30.
- Aumentar la rentabilidad de precio en los productos a partir del 2do año al 3.4%
- Mantener pago con proveedores de 30 días plazo y mejorar acuerdos de preferencia de entrega y precios de la materia prima.
- Expandir los modelos de confección, y comercializar productos no solo con textil reciclado y reusado, sino con material reciclado como algodón, tela o cuero sintético.
- Aumentar local comercial para ofrecer los productos, en más zonas comerciales de la ciudad Quito y Guayaquil que son las principales ciudades del país.
- Incrementar la participación en el mercado objetivo de mujeres entre 15 y 25 años al 15%, es decir aumentar el número de clientas mediante la expansión de locales comerciales.

6.1.3.2 Objetivos a Largo Plazo

- Incremento de las ventas proyectadas en un 40%, este porcentaje se toma a partir de las ventas del año anterior que tuvo la empresa.
- Aumento de pago proveedores a 45 días.
- Reinvertir en la expansión de locales comerciales, de la inversión tener un 30% financiada a crédito y 70% de capital propio.
- Incrementar el número de clientas de mujeres entre 15 y 25 años en un 20%.
- Apertura a nuevos locales comerciales en el país.

6.2 PLAN DE OPERACIONES

En la estrategia de operaciones, la empresa no utilizará a intermediarios o terceros para la venta de las carteras y mochilas, ya que al ser un producto de diseño personalizado, el cliente puede ir al local de ventas y diseñar, agregando los detalles y

colores al producto de acuerdo a sus gustos. Ecobag's elabora productos de textil jean reciclado/reusado y sus productos ingresarán al mercado de la ciudad de Quito con una proyección de expansión en varias ciudades del país.

Para poder lograr un crecimiento y expansión con éxito, es necesario tomar en cuenta las siguientes estrategias de operaciones:

- Selección de materia prima de calidad, puesto que de esto depende que se elaboren productos garantizados para el mercado.
 - Máquinas y herramientas se deberán mejorar constantemente, y esto depende de la cantidad de producción; además el mantenimiento de la maquinaria se debe realizar minuciosamente debido a que son productos reciclables con un trato especial durante la confección.
 - Control de los insumos y materiales que se usan para la confección de los productos.
- **Operación por producto**

La siguiente tabla indica las cantidades en unidades que se requieren para la confección de las carteras y mochilas de Ecobag's

Producto	Precio	Material para Confección		
	Cartera \$15	Descripción	Cantidad	Unidad
		Rollo de hilo (metros)	0.06	metros
		Boton (unidad)	0.12	unidad
		Etiqueta (unidad)	0.25	unidad
		Textil reciclado pantalones	2.40	tela
		Quintal de retazos	0.01	tela
		Parches diseñados	0.08	tela
Funda de empaque	0.18	empaque		
	Cartera \$25	Descripción	Cantidad	Unidad
		Rollo de hilo (metros)	0.06	metros
		Boton (unidad)	0.05	unidad
		Etiqueta (unidad)	0.25	unidad
		Textil reciclado pantalones	1.71	tela
		Quintal de retazos	0.01	tela
		Parches diseñados	0.08	tela
Funda de empaque	0.13	empaque		
	Mochila \$30	Descripción	Cantidad	Unidad
		Rollo de hilo (metros)	0.06	metros
		Boton (unidad)	0.12	unidad
		Etiqueta (unidad)	0.25	unidad
		Textil reciclado chaleco/pantalón	4.70	tela
		Quintal de retazos	0.06	tela
		Parches diseñados	0.10	tela
Funda de empaque	0.20	empaque		

Figura 11: Productos

Una vez definida la cantidad necesaria para confeccionar cada producto, se determinan los proveedores de materia prima, accesorios y utilería necesaria para la elaboración de los estos.

A continuación se presenta la descripción del proceso de producción de los 3 diseños:

- Elaboración de bocetos o matriz de diseño para confeccionar el producto.
- Establecer los materiales necesarios para la confección.
- Validar y verificar los proveedores más adecuados
- Comprar material prima a los posibles proveedores, que no tenga imperfecciones, daños o maltrato.
- Revisión de la calidad de la materia prima.

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

• Tiempos de confección y diseño del producto

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

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

A continuación se detalla el tiempo que es necesario para la confección de cada producto:

Tabla 6: Confección y diseño del producto

N°	Proceso - Cartera \$15	Tiempo (minutos)
1	Revisión de tela jean	0.2
2	Corte de materia prima	4
3	Confección y unión de tela cortada	18
4	Unión de accesorios y acabados	3
5	Revisión de acabados	1.7
6	Inspección y revisión de confección y calidad	0.5
7	Empaquetar el producto	0.2
8	Almacenar en bodega	0.25
Total		27.85

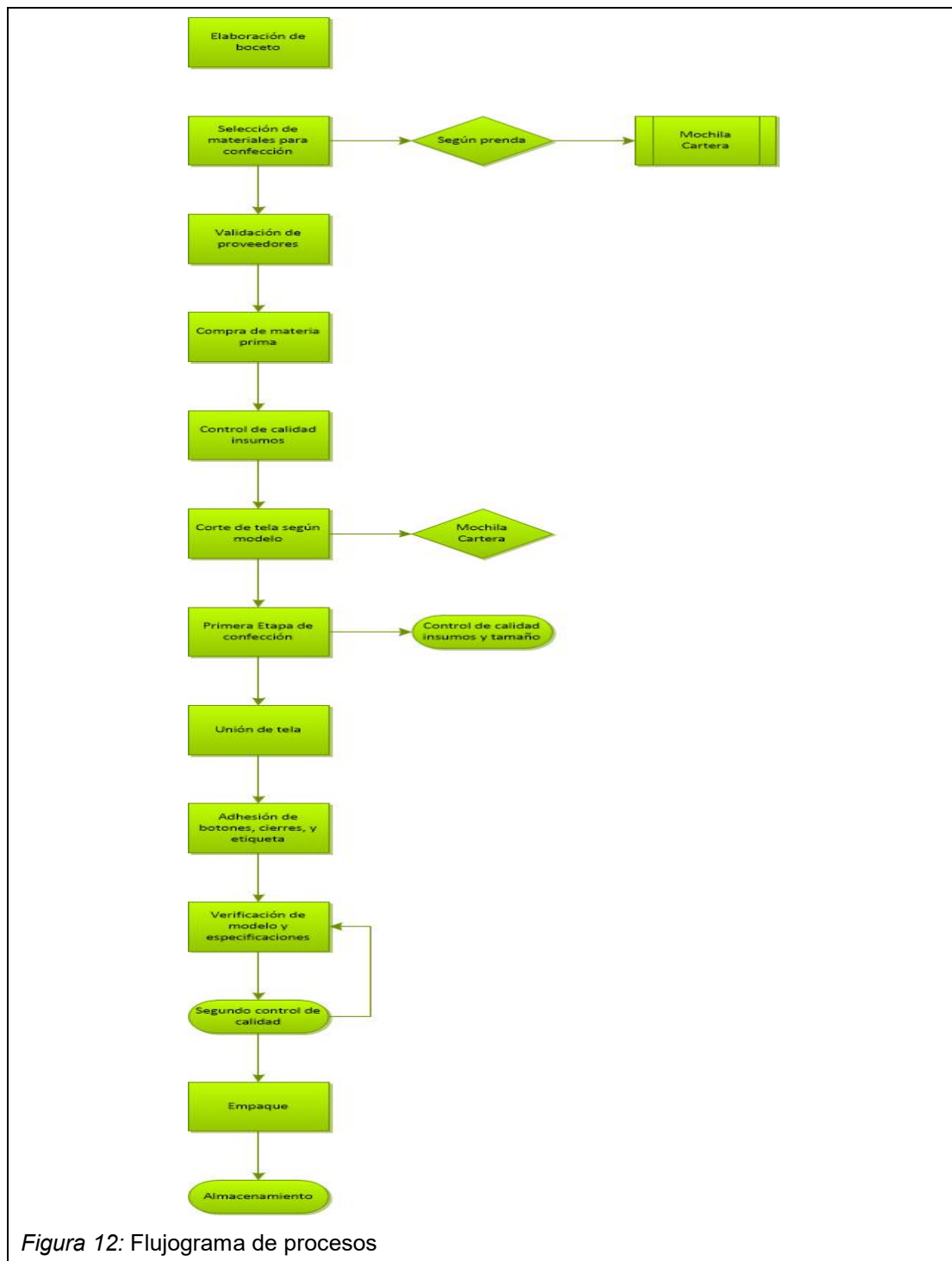
N°	Proceso - Cartera \$25	Tiempo (minutos)
1	Revisión de tela jean	0.5
2	Corte de materia prima	6
3	Confección y unión de tela cortada	23
4	Unión de accesorios y acabados	5
5	Revisión de acabados	2
6	Inspección y revisión de confección y calidad	0.5
7	Empaquetar el producto	0.3
8	Almacenar en bodega	0.25
Total		37.55

N°	Proceso - Mochila	Tiempo (minutos)
1	Revisión de tela jean	0.5
2	Corte de materia prima	9
3	Confección y unión de tela cortada	27
4	Unión de accesorios y acabados	8
5	Revisión de acabados	2
6	Inspección y revisión de confección y calidad	0.5
7	Empaquetar el producto	0.3
8	Almacenar en bodega	0.25
Total		47.55

- **Secuencia**

Las ventas se harán diariamente, y se llevará un control mensual de las mismas. Se espera iniciar la venta de carteras diseño #1 con 55 unidades mensuales; carteras diseño 2 con 50 unidades mensuales; y mochilas con 35 unidades mensuales. Con un crecimiento de ventas del 30% para el segundo año que equivale a un total de 2250 unidades, este número se compara con las ventas del año 1 que son de 1758 unidades de los 3 modelos.

- **Flujograma de procesos**



- **Número de personas requeridas**

Para poder realizar el análisis de las personas necesarias para la elaboración y confección de las carteras y mochilas, se toma en cuenta el número de unidades proyectadas para la venta mensual.

Vale mencionar que hay meses que las ventas disminuyen, por lo que se debe tomar en cuenta durante la confección y uso de la mano de obra de las costureras. Además hay que tomar en cuenta que la demanda de unidades varía de acuerdo a cada producto.

La siguiente tabla demuestra la cantidad de costurera necesaria para poder cumplir con la proyección estimada de ventas mensuales, se toma en cuenta 8 horas laborales por 5 días a la semana:

Tabla 7: Número de personas requeridas

	Cartera \$15	Cartera \$25	Mochila
Cantidad mensual	47	67	30
Cantidad por costurera	15	11	9
Tiempo por unidad	27.85	37.55	47.55

Se muestra un margen de error de 30 minutos laborables para cualquier inconveniente que se presente durante la confección de las carteras y mochilas; por ejemplo traba de máquina de coser, cambio de hilo en la aguja de la máquina.

Tomando en cuenta las unidades de producto terminado, se tiene un total de 17 carteras de \$15 al día, 12 carteras de \$25 al día y 10 mochilas, lo que hace un promedio de 13 unidades diarias si se confeccionan los 3 productos en el mismo día. Es decir, la confeccionista puede hacer hasta 340 unidades al mes, es por eso que solo se inicia con esta persona ya que las ventas mensuales no superan el límite de confección de la persona.

- **Infraestructura**

Una vez establecido y determinado el proceso de confección por cada producto y tener la proyección de ventas estimadas. Fijamos la maquinaria y herramientas necesarias para la confección de los productos de Ecobag's:

Tabla 8: Infraestructura

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina de coser para tela	2	550.00	1,100.00
Tijeras industriales	2	50.00	100.00
Tijeras pequeñas	2	8.00	16.00
Agujas de máquina de coser	25	2.00	50.00
Agujas pequeñas (paquete de 100 u.)	5	4.00	20.00
Plancha vapor	1	60.00	60.00
Toby lavadora en seco	1	120.00	120.00
Total Maquinaria y Herramientas			\$ 1,466.00

La empresa analizó que todos los activos adquiridos sean los óptimos para iniciar las operaciones de la empresa.

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- **Legal**

Para poder iniciar las actividades de la empresa se debe seguir un proceso legal y de constitución, el cual tiene los siguientes pasos:

- Realizar el registro de la empresa en el Registro de la Propiedad y también el nombre de la marca Ecobag's en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI).
- Elaboración y firma de estatuto social en conjunto con el abogado donde se registra el tipo de sociedad.
- Apertura de cuenta de integración de capital a nombre de la empresa, esta cuenta es obligatoria para todo emprendimiento de empresa registrada legalmente en el país.
- Se acude a un notario público para el registro de los documentos antes aprobados; es decir el estatuto social aprobado por la Superintendencia de Compañías, se publica la resolución, se obtiene permisos de funcionamiento a través del Municipio de Quito la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) e inscribe la empresa en el Registro Mercantil de la ciudad.
- Apertura de RUC de la empresa.

La empresa será Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, donde el gerente propietario del negocio asume todas las responsabilidades y obligaciones en la empresa, sin restricciones en la toma de decisiones.

Al ser una empresa de formación de esta denominación, el dueño toma el manejo de la empresa y está a cargo de ser administrador y gerente general.

Así mismo, la empresa ha considera ser Unipersonal de Responsabilidad Limitada, debido al tamaño de su producción y los ingresos que la misma genera. Es de esta manera que la responsabilidad recaerá únicamente en la figura de la propietaria de la empresa, misma que es la representante legal en el Registro Único de Contribuyentes.

- **Diseño Organizacional**

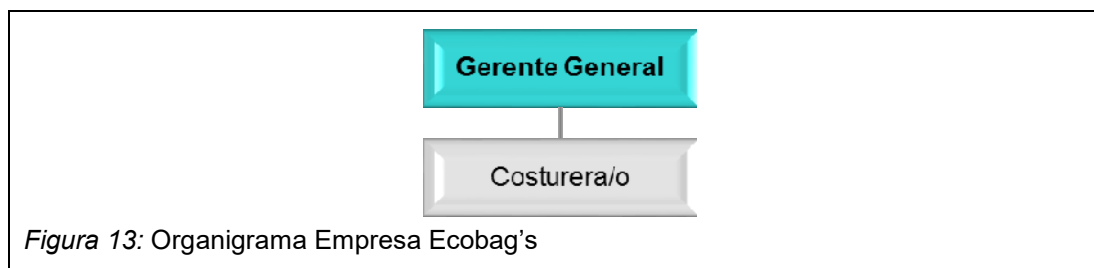
Dentro del diseño organizacional se define el tipo de estructura y el organigrama con el cual funcionará la empresa.

- **Tipo de Estructura**

La estructura que se crea para la empresa es una estructura funcional, puesto que de esta manera da visibilidad de las funciones que tiene cada persona; además permite conocer cuál es el procedimiento a seguir de acuerdo a las funciones establecidas.

- **Organigrama**

Para poder tener una visión clara de las actividades que realizará cada miembro de la empresa, se realiza un organigrama modelo jerárquico:



En un inicio además de ser propietario, también toma el cargo de Gerente General, RRHH, Gerente Comercial, de Ventas y Financiero; ya que será la persona encargada de tomar las mejores decisiones para el crecimiento de la marca.

Además se cuenta con un costurero/a, que estará a cargo de la confección y elaboración de las carteras y mochilas con textil jean reciclado/reusado. En la inversión inicial se toma en cuenta dos máquinas de coser ya que no se quiere depender solo de una maquinaria, además el costo es relativamente asequible para poder realizar esta inversión.

Finalmente, se contratará los servicios de un contador externo, este no tendrá horario de trabajo establecido, los pagos se realizarán de acuerdo al trabajo realizado, y se reunirá con la dueña cada semana para la recolección de documentos contables, fiscalización de ingreso y egreso de dinero. Será la persona que también se encargue de designar el pago puntual de los gastos generados por la empresa. Se estima poder tener en un futuro un contador interno.

La costurera/confeccionista con la que cuenta la empresa, estará a cargo de la producción y confección de los productos; por nivel jerárquico la confeccionista será supervisada por el gerente propietario, mismo que estará a cargo de diseñar los bocetos, y será quien tenga contacto con el cliente al momento de elección de producto y accesorios.

La estructura organizacional es acertada debido a que es una empresa pequeña y en crecimiento. Es necesario llevar un control sobre los puestos de producción principales, pues se consideran los generadores de valor para el producto.

7. CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA

En el siguiente capítulo, se analiza la inversión inicial, costos y gastos que tiene el proyecto. De igual manera la rentabilidad, liquidez y las depreciaciones de bienes.

7.1 PROYECCIÓN DE ESTADOS DE RESULTADOS, SITUACIÓN FINANCIERA, ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO Y FLUJO DE CAJA

Lo ingresos de la empresa se generan mediante la venta de las carteras y mochilas con textil jean reciclado/reusado. Teniendo un mercado de 1.320.576 mujeres que pertenecen al segmento objetivo de 15 a 25 años en la ciudad de Quito, y a su vez determinando que la confección máxima de la empresa por confeccionista es de 340 unidades, se determina que se inicia con 140 unidades entre los 3 tipos de diseños, lo cual generaría un ingreso el primer mes de \$3,125.00 y un total de \$39,265.00 en el año 1.

La proyección de ventas en los próximos 5 años se muestra a continuación:

Tabla 9: Proyección de ventas anuales

Ventas Proyectadas	Inicial	AÑO				
	0	1	2	3	4	5
Cantidad proyectada cartera \$15	0	689	881	1195	1591	1942
Cantidad proyectada cartera \$25	0	628	798	1102	1471	1775
Cantidad proyectada mochila \$30	0	441	571	763	1018	1233

7.1.1 Estado de Resultados

Este estado financiero indica que el proyecto tiene una utilidad bruta al quinto año de \$45,770.64, pero al reducir los gastos totales, utilidades trabajadores y los impuestos, se tiene una utilidad neta de \$22,770.64.

Tabla 10: Estado de Resultados Anual del proyecto

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	39,265.00	52,005.03	73,092.85	100,800.16	126,306.23
(-) Costo de los productos vendidos	34,183.30	40,599.86	49,496.22	68,171.17	78,866.23
(-) Venta con tarjeta de crédito (25%)	-	349.36	913.66	1,260.00	1,578.83
(=) Utilidad Bruta	5,081.70	11,055.81	22,682.97	31,368.98	45,861.18
(-) Gastos sueldos	960.00	979.20	998.78	1,028.75	1,069.90
(-) Gastos generales	9,761.04	9,131.30	9,441.76	9,762.78	10,094.71
(-) Gastos de depreciación	528.33	528.33	498.33	225.00	225.00
(-) Gastos de amortización	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de intereses de impuestos	(6,167.67)	416.98	11,744.10	20,352.45	34,471.57
(-) Gastos de intereses	868.57	712.37	538.09	343.65	126.71
(=) Utilidad antes de impuestos y participación	(7,036.24)	(295.39)	11,206.00	20,008.80	34,344.85
(-) 15% Participación Trabajadores	-	-	1,680.90	3,001.32	5,151.73
(=) Utilidad antes de impuestos	(7,036.24)	(295.39)	9,525.10	17,007.48	29,193.13
(-) 22% Impuesto a la Renta	-	-	2,095.52	3,741.65	6,422.49
(=) Utilidad Neta	(7,036.24)	(295.39)	7,429.58	13,265.83	22,770.64

MARGEN BRUTO	12.94%	21.26%	31.03%	31.12%	36.31%
MARGEN OPERACIONAL	-15.71%	2.41%	2.02%	1.51%	1.36%
MARGEN NETO	-17.92%	82.59%	41.62%	31.12%	22.01%

7.1.2 Estado de Situación Financiera

Este estado financiero muestra el monto de Activos, Pasivos y Patrimonio que tiene la empresa cada año, se empieza en el año 0 con \$17,662.24 de Activo, \$9,159.74 de Pasivo y \$8,502.50 de Patrimonio.

Tabla 11: Estado de Situación Financiera Anual del proyecto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	17,662.24	11,401.42	9,910.35	16,621.96	28,864.23	47,932.40
Corrientes	15,657.24	9,924.75	8,962.01	16,171.96	28,639.23	47,932.40
Efectivo	14,342.76	7,993.05	6,459.83	12,817.68	24,361.28	47,932.40
Inventarios Prod. Terminados	-	375.09	436.31	529.77	694.55	-
Inventarios Materia Prima	1,314.48	1,556.60	2,065.86	2,824.51	3,583.41	-
No Corrientes	2,005.00	1,476.67	948.33	450.00	225.00	-
Propiedad, Planta y Equipo	2,005.00	2,005.00	2,005.00	2,005.00	2,005.00	2,005.00
Depreciación acumulada	-	528.33	1,056.67	1,555.00	1,780.00	2,005.00
PASIVOS	9,159.74	8,389.18	7,193.50	6,475.54	5,451.97	1,749.50
Corrientes	657.24	1,236.49	1,546.83	2,509.15	3,360.31	1,749.50
Cuentas por pagar proveedores	657.24	941.49	1,251.83	1,715.26	2,176.77	446.20
Sueldos por pagar	-	295.00	295.00	295.00	442.50	442.50
Impuestos por pagar	-	-	-	498.89	741.04	860.80
No Corrientes	8,502.50	7,152.69	5,646.68	3,966.39	2,091.67	-
Deuda a largo plazo	8,502.50	7,152.69	5,646.68	3,966.39	2,091.67	-
PATRIMONIO	8,502.50	3,012.24	2,716.84	10,146.42	23,412.26	46,182.90
Capital	8,502.50	8,502.50	8,502.50	8,502.50	8,502.50	8,502.50
Utilidades retenidas	-	(5,490.26)	(5,785.66)	1,643.92	14,909.76	37,680.40
Comprobación	-	(0.00)	(0.00)	-	-	-

7.1.3 Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo anual muestra las actividades de la empresa en el proyecto, en el año 0 se inicia las actividades operacionales con \$(657.24), las Actividades de Inversión de \$(2,005.00), las actividades de financiamiento de \$8,502.50 y un total de efectivo al final del periodo del año 0 de \$5,840.26.

Tabla 12: Estado de Flujo de Efectivo del proyecto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Actividades Operacionales	(657.24)	(4,999.89)	(27.21)	8,185.63	13,418.32	25,662.78
Utilidad Neta	-	(5,490.26)	(295.39)	7,429.58	13,265.83	22,770.64
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación	-	528.33	528.33	498.33	225.00	225.00
- Δ Inventario PT	(1,314.48)	(375.09)	(61.22)	(93.46)	(164.77)	694.55
- Δ Inventario SF	-	(242.12)	(509.26)	(758.65)	(758.89)	3,583.41
+ Δ CxP Proveedores	657.24	284.25	310.33	463.44	461.51	(1,730.57)
+ Δ Sueldos por pagar	-	295.00	(0.00)	147.50	147.50	-
+ Δ Impuestos	-	-	-	498.89	242.15	119.76
Actividades de Inversión	(2,005.00)	-	-	-	-	-
- Adquisición PPE y intangibles	(2,005.00)	-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	8,502.50	(1,349.81)	(1,506.01)	(1,680.28)	(1,874.73)	(2,091.67)
+ Δ Deuda Largo Plazo	8,502.50	(1,349.81)	(1,506.01)	(1,680.28)	(1,874.73)	(2,091.67)
- Pago de dividendos	-	-	-	-	-	-
+ Δ Capital	-	-	-	-	-	-
Incremento Neto en Efectivo	5,840.26	(6,349.71)	(1,533.22)	6,505.35	11,543.60	23,571.11
Efectivo Principios de Periodo	-	5,840.26	(509.45)	(2,042.67)	4,462.68	16,006.28
Total Efectivo Final Periodo	5,840.26	(509.45)	(2,042.67)	4,462.68	16,006.28	39,577.40

7.1.4 Flujo de Caja

El siguiente cuadro del Flujo de Caja indica el Flujo de Efectivo Operativo Neto (F.E.O) del proyecto, al año 5 es de \$23,079.65, la Variación de Capital de Trabajo Neto es de \$14,342.76, el Gasto de Capital es de \$365.41 y el Flujo de Caja del Inversionista también al año 5 es de \$35,612.14.

Tabla 13: Flujo de Caja del proyecto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	-	39,265.00	52,005.03	73,092.85	#####	#####
(-) Costo de los productos vendidos	-	34,183.30	40,599.86	49,496.22	68,171.17	78,866.23
(=) Utilidad Bruta	-	5,081.70	11,055.81	22,682.97	31,368.98	45,861.18
(-) Gastos sueldos	-	960.00	979.20	998.78	1,028.75	1,069.90
(-) Gastos generales	-	9,761.04	9,131.30	9,441.76	9,762.78	10,094.71
(-) Gastos de depreciación	-	528.33	528.33	498.33	225.00	225.00
(-) Gastos de amortización	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad antes de intereses de impuestos	-	(6,167.67)	416.98	11,744.10	20,352.45	34,471.57
(-) Gastos de intereses	-	868.57	712.37	538.09	343.65	126.71
(=) Utilidad antes de impuestos y participación	-	(7,036.24)	(295.39)	11,206.00	20,008.80	34,344.85
(-) 15% Participacion Trabajadores	-	-	-	1,680.90	3,001.32	5,151.73
(=) Utilidad antes de impuestos	-	(7,036.24)	(295.39)	9,525.10	17,007.48	29,193.13
(-) 22% Impuesto a la Renta	-	-	-	2,095.52	3,741.65	6,422.49
(=) Utilidad Neta	-	(7,036.24)	(295.39)	7,429.58	13,265.83	22,770.64
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Utilidad antes de intereses de impuestos	-	(6,167.67)	416.98	11,744.10	20,352.45	34,471.57
(+) Gastos de depreciación	-	528.33	528.33	498.33	225.00	225.00
(+) Gastos de amortización	-	-	-	-	-	-
(-) 15% Participacion Trabajadores	-	-	-	1,680.90	3,001.32	5,151.73
(-) 22% Impuesto a la Renta	-	-	-	2,095.52	3,741.65	6,422.49
(=) I. Flujo de Efectivo Operativo Neto (F.E.O)	-	(5,932.04)	705.24	8,284.67	13,718.68	23,079.65
Inversión de Capital de Trabajo Neto	(14,342.76)	-	-	-	-	-
(+) Variación de Capital de Trabajo Neto	-	-	-	-	-	-
(+) Recuperación de Capital de Trabajo Neto	-	-	-	-	-	14,342.76
(=) II. Variación de Capital de Trabajo Neto	(14,342.76)	-	-	-	-	14,342.76
INVERSIONES	(2,005.00)	-	-	-	-	-
Recuperaciones	-	-	-	-	-	-
(+) Recuperación maquinaria	-	-	-	-	-	320.33
(+) Recuperación vehículos	-	-	-	-	-	-
(+) Recuperación equipo de computación	-	-	-	-	-	45.08
III. GASTOS DE CAPITAL	(2,005.00)	-	-	-	-	365.41
Flujo de Caja del Proyecto	(16,347.76)	(5,932.04)	705.24	8,284.67	13,718.68	37,787.82
Flujo de Caja del Proyecto MET 2	(16,347.76)	(5,932.04)	705.24	8,284.67	13,718.68	37,787.82
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
Flujo de Caja del Proyecto	(16,347.76)	(5,932.04)	705.24	8,284.67	13,718.68	37,787.82
(+) Préstamo	8,502.50	-	-	-	-	-
(-) Gastos de interés	-	(868.57)	(712.37)	(538.09)	(343.65)	(126.71)
(-) Amortización del capital	-	(1,349.81)	(1,506.01)	(1,680.28)	(1,874.73)	(2,091.67)
(+) Escudo Fiscal	-	292.71	240.07	181.34	115.81	42.70
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	(7,845.26)	(7,857.71)	(1,273.07)	6,247.63	11,616.11	35,612.14
IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA MET 2	(7,845.26)	(7,857.71)	(1,273.07)	6,247.63	11,616.11	35,612.14

7.2 INVERSIÓN INICIAL, CAPITAL DE TRABAJO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL

Los siguientes cuadros muestran los valores de la inversión inicial de \$17,005.00, un capital de trabajo de \$15,000.00 y una estructura de capital del 50% de inversión propia y el 50% con préstamo, lo cual es de \$8,502.50 respectivamente.

Tabla 14: Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital del proyecto

Inversiones Propiedad, Planta y Equipo	2,005.00
Capital de Trabajo	15,000.00
Total Inversión Inicial	\$ 17,005.00

Estructura de Capital	
Inversión Propia	50% \$ 8,502.50
Inversión Préstamo	50% \$ 8,502.50
Razón Deuda Capital	1

PRESTAMO	
Valor a financiar	8,502.50
Tasa de interés anual	11%
Tasa de interés mensual	0.92%
Plazo en años	5
Plazo en meses	60
Valor de Cuota Mensual	\$ 184.86

7.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Con el análisis financiero realizado se determinó la factibilidad de emprender el proyecto, con una evaluación de flujos del proyecto se obtiene un VAN de \$7,464.87 y una TIR del 27.26%, mientras que con la evaluación de flujo del inversionista se tiene un VAN de \$2,218.12 y una TIR del 34.06%.

Tabla 15: Evaluación Financiera del Proyecto

DATOS		PRECIO NASDAQ			
Tasa libre de riesgo	1.15%	Hoy	4,750.28	Hace 5 Años	2,217.86
Rendimiento del Mercado	16.45%				
Beta	0.74				
Beta Apalancada	0.98				
Riesgo País	12.00%				
Tasa de Impuestos	22.00%				
Participación Trabajadores	15%				
Escudo Fiscal	33.70%				
Razón Deuda/Capital	1.00				
Costo Deuda Actual	11.00%				

TASAS DE DESCUENTO	
WACC	18.29%
CAPM	29.30%

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO		EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA	
VAN	7,464.87	VAN	\$2,218.12
IR	1.46	IR	1.28
TIR	27.26%	TIR	34.06%

AÑO	0	1	2	3	4	5
Flujos del Proyecto	(16,347.76)	(5,932.04)	705.24	8,284.67	13,718.68	37,787.82
Flujo del Inversionista	(7,845.26)	(7,857.71)	(1,273.07)	6,247.63	11,616.11	35,612.14

Año	Flujo de Caja	Valor Presente Neto	Acumulado
0	(16,347.76)	-	-
1	(5,932.04)	(5,209.94)	(5,209.94)
2	705.24	544.00	(4,665.95)
3	8,284.67	5,612.57	946.62
4	14,766.69	8,788.15	9,732.77
5	37,787.82	19,746.76	29,479.53

Falta recuperar	6,614.99
Recuperación total	0.334991
Periodo Recuperación	4.33

7.4 ÍNDICES FINANCIEROS

El siguiente cuadro muestra los índices financieros de liquidez, apalancamiento, razones de actividad y de rentabilidad que tiene el proyecto desde el año 1 hasta el año 5:

Tabla 16: Índices Financieros del proyecto

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razones de liquidez						
Razón circulante	veces	9.22	6.41	6.62	8.59	27.40
Razones de apalancamiento						
Razón de deuda a capital	veces	2.79	2.65	0.64	0.23	0.04
Cobertura del efectivo	veces	(7.49)	0.33	21.75	58.88	272.82
Razones de actividad						
Período de cuentas por cobrar	días	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00
Período de cuentas por pagar	días	10.05	11.25	12.65	11.65	2.07
Período de inventario	días	4.01	3.92	3.91	3.72	
Ciclo operativo	días	4.01	3.93	3.91	3.72	0.00
Ciclo del efectivo	días	(6.04)	(7.32)	(8.74)	(7.93)	(2.06)
Razones de rentabilidad						
Margen de utilidad	%	-0.18	-0.01	0.10	0.13	0.18
ROA	%	-0.62	-0.03	0.45	0.46	0.48
ROE	%	-2.34	-0.11	0.73	0.57	0.49

CONCLUSIONES

- La industria manufacturera ha tenido un constante crecimiento gracias al apoyo que ha dado el gobierno implementando impuestos que disminuyan la importación de productos y que pueden ser elaborados en el país. Esto muestra que es una oportunidad invertir en un negocio nacional que desarrolle productos dentro del país con insumos locales.
- Debido al aumento de campañas que empresas, organizaciones, y marcas, han realizado a nivel mundial sobre la importancia del reciclaje, se ha evidenciado que los clientes han direccionado sus preferencias de consumo a productos ecológicos, biodegradables, que apoyen al medio ambiente y el reciclaje.
- Después del análisis macroeconómico realizado, se pudo destacar que la industria manufacturera de confección de mochilas y carteras, es una plaza poco desarrollada en el país, ya que se tienen los materiales necesarios para la elaboración y confección pero no existe una oportunidad para el emprendimiento y crecimiento. Ahora, con el apoyo que está dando el gobierno a las empresas pymes en el país, permite que la mano de obra local aumente y la producción de productos nacionales crezca.
- Realizado el estudio de mercado, las carteras y mochilas de Ecobag's no tienen un competidor directo establecido en el mercado, lo que da una ventaja de presentar los productos con valor agregado. También se tienen potenciales clientes para la compra y además los acuerdos con proveedores son rentables debido a que la materia prima para los bolsos es materia textil jean de las fábricas ecuatorianas.
- Mediante análisis cualitativo realizado a expertos y mercado se pudo obtener comentarios que el mercado de textil reciclado es muy potencial en el país por las campañas que se está realizando de reciclaje, prefiere Primero lo Nuestro y apoya las marcas nacionales. Esto ha impulsado el crecimiento de demanda de productos nacionales.
- La plaza, promoción, producto y precio se desenvuelve de acuerdo a la investigación de mercados realizada, es por esto que se determina un producto que sea de uso en todas las ocasiones, que permita transportar los objetos, sea llamativo, único y además sea eco-amigable con el medio ambiente.
- Se establecen carteras y mochilas elaboradas con textil jean reciclado, que pueden ser personalizadas por el cliente y además a precios asequibles de \$15, \$25 y \$30. Van a estar ubicadas en un local comercial independiente en el norte de la ciudad de Quito, con un mercado potencial objetivo de mujeres entre 15 y 25 años, que gusten de la moda y también apoyen al medio ambiente.
- La confección de los productos Ecobag's es muy sencilla, ya que solo se requiere de la materia prima tela jean que será comprada a las fábricas del país. Son 3 modelos estándares para que el cliente pueda personalizarlos a su gusto y para la confección solo se requiere un costurero y una máquina de coser, misma que puede elaborar hasta 340 unidades al mes.
- El costo de confección de los productos es relativamente bajo, carteras de \$15 con un costo de \$4.48, carteras de \$25 con un costo de \$5.82 y mochilas de \$30 con un costo de \$8.08.

- Para poder llegar a todos los cliente, se implementa estrategias de marketing que se enfoca en dar a conocer el diferenciador de las mochilas y carteras, las características y beneficios comparados a la competencia y a los productos sustitutos. La publicidad se realiza a través de redes sociales, mail masivos y material impreso. Además la principal estrategia de marketing será impulsar el producto y sus características diferenciadoras, como producto de confección nacional, con insumos nacionales, amigable con el ambiente porque utiliza materia prima ya industrializada que forma parte de las prendas de vestir jean mal confeccionadas por las fábrica, diseño único con la posibilidad de cambiarlo, se adapta el producto a sus gustos, apoya al medio ambiente y aporta a las 3R del Milenio.
- Al momento de determinar la competencia en el mercado local se pudo notar que las barreras de entrada al mercado son bajas ya que no existen restricción a empresas nacionales, pero se tiene ventaja en comparación a empresas internacionales ya que tienen impuestos y barreras que limitan su ingreso a Ecuador.
- Después del análisis del macro y micro entorno se determinó que la ciudad de Quito es el lugar óptimo para la producción y venta de los productos de la empresa. Se evidenció que las condiciones socioeconómicas del país y los incentivos que entidades gubernamentales brindan a microempresarios, nos permiten tener un panorama óptimo para el desarrollo del negocio. A pesar de la crisis económica que el país está enfrentando, la empresa oferta productos necesarios para el día a día, a un precio cómodo y de durabilidad.
- Para poner en marcha el funcionamiento de la empresa, se ha estimado un tiempo aproximado de tres meses, en los que principalmente se desarrollará una evaluación de los proveedores de los insumos, y la adquisición de la maquinaria.
- La inversión total será de \$17,005.00, teniendo en cuenta el arriendo del local comercial donde se exhibirán los productos, también se toman en cuenta los gastos generales, administrativos y de confección.
- El presente proyecto logró determinar la factibilidad de establecer una empresa de diseño, confección y comercialización de carteras y mochilas elaboradas con material textil reciclado en la ciudad de Quito. Para ello se logró identificar que el VAN de la empresa es de \$2,218.12, con una TIR de 34.06%.

REFERENCIAS

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2015). *Ecuador abrió la primera planta de reciclaje de desechos electrónicos*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de <http://www.andes.info.ec/es/a%C3%B1o-2012-agosto-2012/ecuador-abri%C3%B3-primera-planta-reciclaje-desechos-electr%C3%B3nicos.html>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015). Recuperado el 6 de febrero de 2016, de <http://www.aite.com.ec/>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Valor Agregado Bruto por Industrias - PIB*. Recuperado el 9 de septiembre de 2015, de www.bce.fin.ec
- Banco Mundial. (2015). *Países: Ecuador*. Recuperado el 21 de enero de 2016, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>
- Castillo, M. (2012). *Consultoría para la realización de un estudio de caracterización de residuos sólidos urbanos domésticos y asimilables a domésticos para el Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de http://www.emaseo.gob.ec/documentos/pdf/Caracterizacion_residuos.pdf
- Diario El Comercio. (2015). *2015 el Año del Reciclaje en el Ecuador*. Recuperado el 10 de enero de 2016, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/reciclaje-ecuador-contaminacion-basura-playas.html>
- Diario El Comercio. (2015). *El Gobierno incrementó los aranceles para maquinaria*. Recuperado el 21 de enero de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/alza-aranceles-maquinaria-gobierno.html>
- Diario El Comercio. (2015). *El reciclaje en los hogares del país creció en los últimos cinco años*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/reciclaje-hogares-ecuador-crecimiento-inec.html>
- Diario El Universo. (2015). *El petróleo cae y complica la economía de Ecuador este 2015*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/04/nota/4396261/petroleo-cae-complica-economia-este-2015>
- Diario El Universo. (2015). *Extranjeros eligen a Guayaquil entre las 5 mejores ciudades para vivir, según BBC Travel*. Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/04/nota/4621061/extranjeros-eligen-guayaquil-5-mejores-ciudades-vivir-segun-bbc>
- Diario El Universo. (2015). *Preocupación en la industria textil por arancel a máquinas y repuestos*. Recuperado el 5 de enero de 2016, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/31/nota/4500251/preocupacion-industria-textil-arancel-maquinas-repuestos>
- Ecologismo. (2014). *Máquina para reciclar plástico*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de <http://ecologismos.com/maquina-para-reciclar-plastico/>

- Guía Textil del Ecuador. (2016). *Proveedores*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de <http://www.guiatextilec.com/proveedores.php?id=93>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Recuperado el 15 de diciembre de 2016, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Indicadores Laborales*. Recuperado el 20 de diciembre de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Informe_Ejecutivo_Mar15.pdf
- Kotler, P. (2015). *Estrategias de Precios*. Recuperado el 15 de enero de 2016, de <http://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Ministerio del Ambiente. (2016). *Ecuación del Medio Ambiente*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de <http://www.ambiente.gob.ec/ecuacion-del-medio-ambiente/>
- Porter, M. (2008). *Estrategia Competitiva*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- ProEcuador. (2012). *Análisis sectorial de textiles y confecciones*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Trade Map. (2015). *Baules, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los port.* Recuperado el 10 de marzo de 2016 de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||420239|||6|1|1|1|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). *TOTAL All products*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx

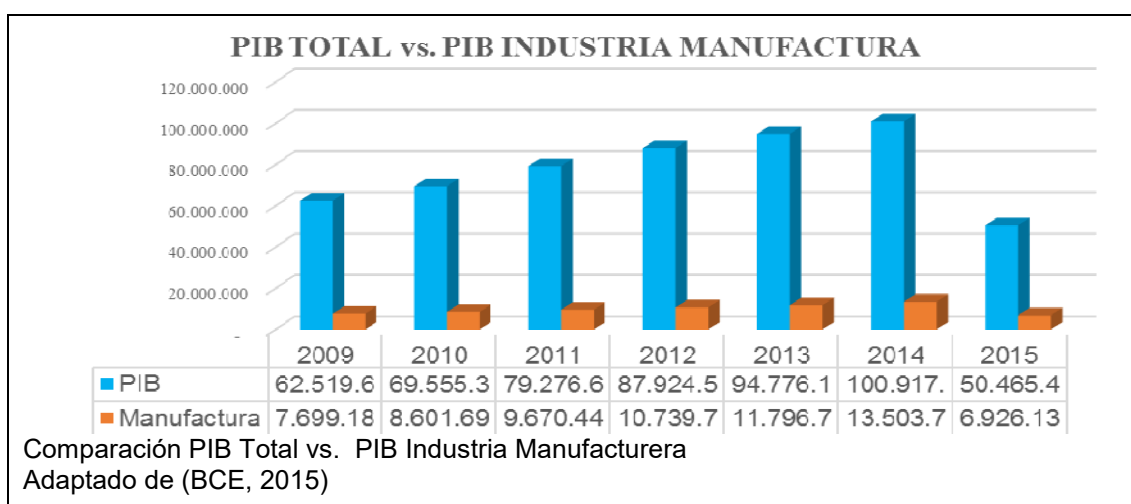
ANEXOS

ANEXO 1

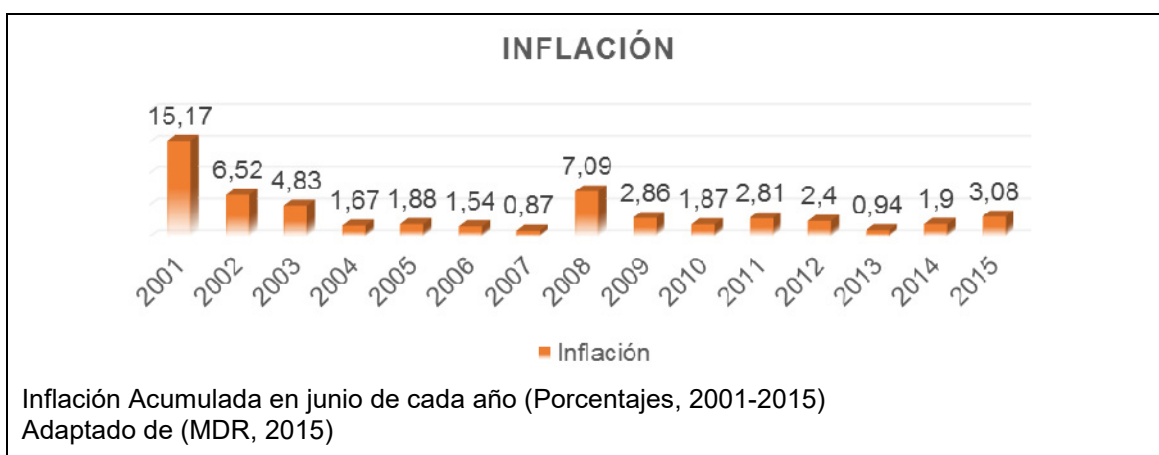
Sección C	•Industrias manufactureras
División 13	•Fabricación de Productos Textiles
Grupo 139	•Fabricación de Otros Productos Textiles
Clase 1392	•Fabricación de Artículos Confeccionados de Materiales Textiles, Excepto Prendas de Vestir
Producto 1392.01	•Fabricación de artículos confeccionados con cualquier tipo de material textil, incluidos tejidos (telas) de punto y ganchillo: frazadas, mantas de viaje, sobrecamas, cobijas, edredones, ropa de cama, sábanas, mantelería, toallas y artículos de cocina acolchados, edredones, cojines, pufés, almohadas, sacos de dormir, artículos para el baño, etcétera, incluido tejidos para mantas eléctricas.

Clasificación Nacional de Actividades Económicas
Adaptado del (INEC, 2012)

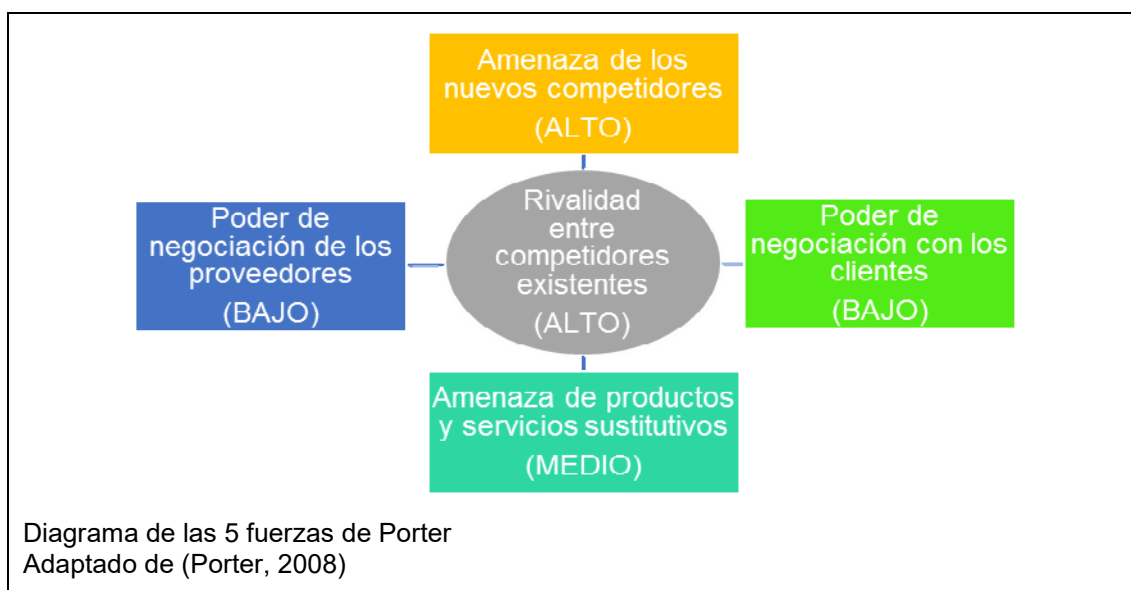
ANEXO 2



ANEXO 3



ANEXO 4



ANEXO 5

Esquema de entrevista con expertas

1. Fecha: 7 de Mayo del 2016
Lugar: Domicilio de la experta, Av. 6 de Diciembre y Colón
Hora: 09:00
 2. Fecha: 7 de Mayo del 2016
Lugar: Oficinas de la experta en Quito, Av. América y Barón de Carondelet
Hora: 12:30
- Se da el agradecimiento y explicación del motivo por el cual fue seleccionada.
 - Se realizó una breve descripción del plan de negocio que se desea implementar en la ciudad de Quito.
 - Se da la respectiva confidencialidad a la misma.
 - Preguntas realizadas al experto:
 - ¿Usted apoya el reciclaje?
 - ¿Cree que los ecuatorianos apoyamos al reciclaje?
 - ¿Qué problemas sabe o conoce de la industria nacional?
 - ¿El apoyo del Gobierno a la industria impulsa lo nacional?
 - ¿Cuál es su opinión de usar el textil reciclado para nuevos productos en el mercado?
 - ¿Cuál es su opinión o sugerencia para el plan de negocios que se está desarrollando?
 - ¿Cuál es su recomendación para poder ingresar al mercado nacional?
 - ¿Cuál cree que va a ser la aceptación y reacción del mercado de un nuevo producto con material reciclado al mercado de Quito?
 - ¿Cuáles cree que son las ventajas del producto hacia el mercado?
 - Alguna recomendación para el nuevo producto.

ANEXO 6

Esquema de Grupo Focal

Características del grupo focal

Duración:	1 hora
Entorno:	Relajado e Informal
Tamaño:	9 personas
Género de grupo:	homogéneo
Rango de edades:	entre 21 años y 40 años
Equipo usado:	filmadora de video

Introducción:

Dar la bienvenida a cargo del moderador, se pide a los participantes que se presenten. Además se dio una explicación del plan de negocio, descripción de los productos que se están analizando.

Se formulan preguntas abiertas y cerradas para poder obtener mayor información de los gustos y preferencias de los presentes.

Se realiza las siguientes preguntas:

- Accesorios que más utiliza para llevar sus artículos personales
- Frecuencia de compra que tiene de estos productos.
- Alguno de los presentes ha comprado productos reciclados y el motivo de compra.
- Estarían dispuestos a comprar este tipo de producto y cuánto estaría dispuesto a pagar.
- Material que sería de su preferencia para productos reciclados.
- Los lugares donde preferiría adquirir los productos.
- La información de publicidad y promociones por qué medio lo recibe.
- Qué hace para aportar al medio ambiente.

ANEXO 7

ENCUESTA REALIZADA A MERCADO

1. ¿Cuál de los siguientes accesorios utiliza usted para llevar sus artículos personales?

- a) Cartera
b) Mochila
c) Bolso
d) Otros _____

2. En base a la pregunta anterior, ¿Con qué frecuencia compra el accesorio de su preferencia?

- a) Cartera
✓ Una vez al mes
✓ Una vez cada 2 mes
✓ Una vez al trimestre
✓ Una vez al semestre
- b) Mochila
✓ Una vez al mes
✓ Una vez cada 2 mes
✓ Una vez al trimestre
✓ Una vez al semestre
- c) Bolso
✓ Una vez al mes
✓ Una vez cada 2 mes
✓ Una vez al trimestre
✓ Una vez al semestre
- d) Otro _____
✓ Una vez al mes
✓ Una vez cada 2 meses
✓ Una vez al trimestre
✓ Una vez al semestre

3. ¿Alguna vez ha comprado productos elaborados con material textil reciclado?

- a) Si
b) No

4. En caso de que su respuesta a la pregunta anterior fue positiva, ¿dónde lo adquirió?

5. ¿Estaría dispuesto a comprar carteras y mochilas elaboradas con material textil reciclado?

- a) Cartera
✓ Si
✓ No
- b) Mochila
✓ Si
✓ No

6. ¿Por qué razón compraría carteras y mochilas de material reciclado?

- a) Uso personal
b) Regalo
c) Moda
d) Modelo
e) Precio cómodo y accesible
f) Utilidad que le da

7. ¿Qué tipo de material de textil reciclado prefiere al adquirir carteras y mochilas?

- a) Jean
- b) Tela
- c) Algodón
- d) Cuero
- e) Otros (plástico, fundas)

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cartera o mochila elaborada con material de textil reciclado?

- a) Cartera
 - ✓ \$10 - \$20
 - ✓ \$21- \$30
 - b) Mochila
 - ✓ \$10 - \$20
 - ✓ \$21- \$30
- ✓ \$31 - \$40
 - ✓ Más de \$41
 - ✓ \$31 - \$40
 - ✓ Más de \$41

9. ¿Dónde prefiere usualmente adquirir una cartera o mochila?

- a) Centro comercial
- b) Almacén o local comercial independiente
- c) Por internet y/o catálogo
- d) Venta personal

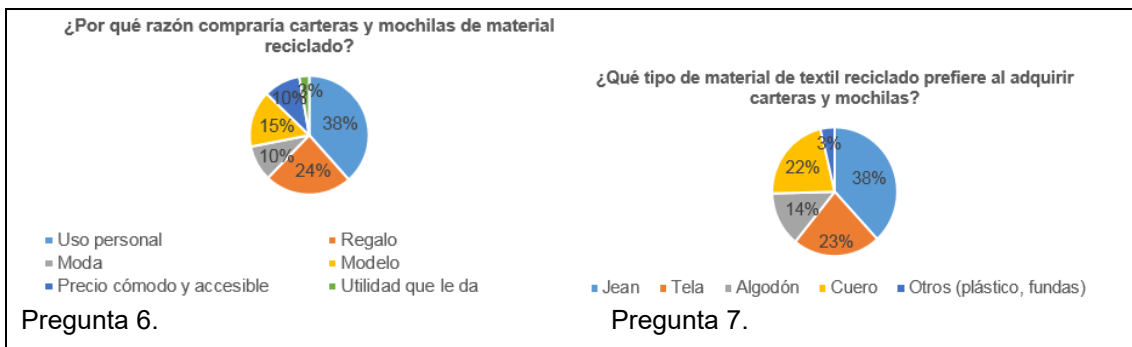
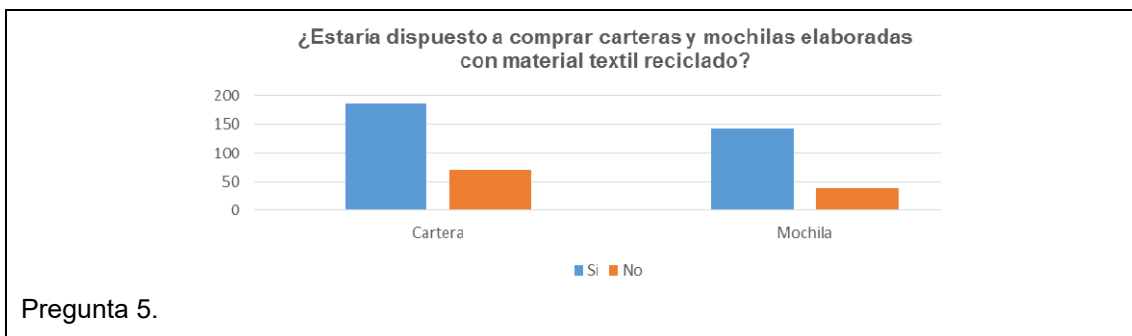
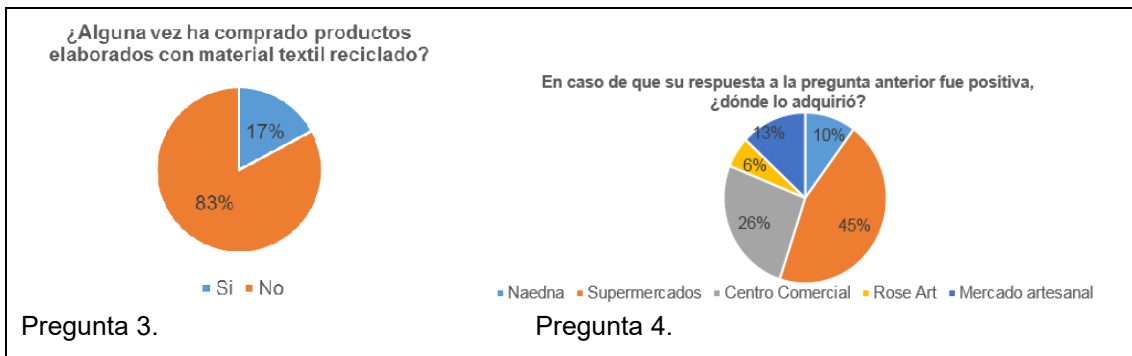
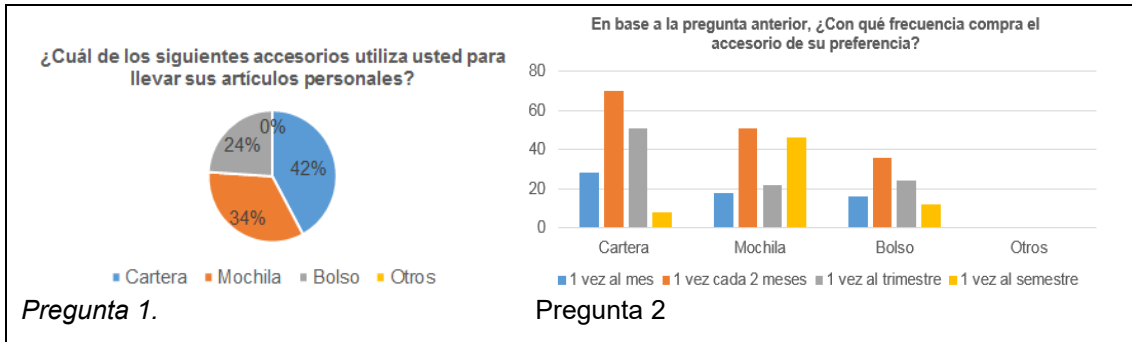
10. ¿Por qué medio usualmente usted recibe información sobre carteras o mochilas?

- a) Por correo electrónico o redes sociales
- b) Publicidad en televisión o radio
- c) Publicidad en medios escritos
- d) Recomendaciones de personas o referidos

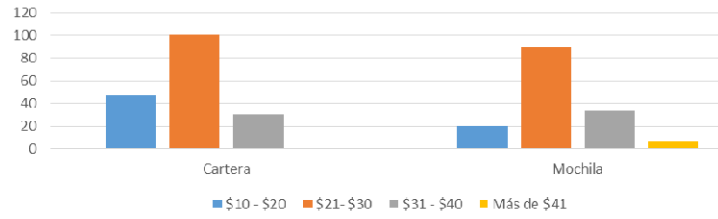
11. ¿Qué importancia le da usted al cuidado del medio ambiente y al reciclaje de materiales o productos?

ANEXO 8

RESULTADOS DE ENCUESTAS

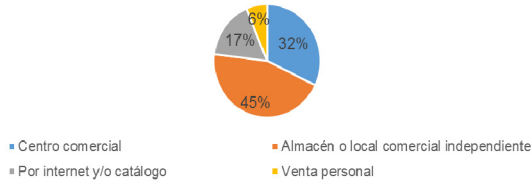


¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cartera o mochila elaborada con material de textil reciclado?



Pregunta 8.

¿Dónde prefiere usualmente adquirir una cartera o mochila?



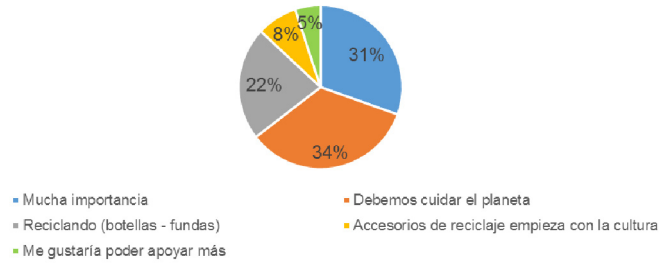
Pregunta 9.

¿Por qué medio usualmente usted recibe información sobre carteras o mochilas?



Pregunta 10

¿Qué importancia le da usted al cuidado del medio ambiente y al reciclaje de materiales o productos?



Pregunta 11.