

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Creación de una empresa para la confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú

Autor:

Loor Murillo Diego David

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio
Carrera de Administración de Empresas

Tutor:

Ing. Quijije Anchundia Diomedes Ricardo, PhD.

Manta – Manabí – Ecuador

20 de agosto 2024

CERTIFICADO DEL TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Looz Murillo Diego David, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es **"CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA CONFECCIÓN Y VENTA DE ROPA ECOLÓGICA HECHA A BASE DE TELA DE BAMBÚ"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22 de Julio de 2024.

Lo certifico,


 Ing. Ricardo Quijije Anchundia
 Docente Tutor

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el Informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

CERTIFICADO DE PLAGIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

DIEGO LOOR COMPILATIO

1%
Textos sospechosos



< 1% Similitudes

0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: DIEGO LOOR COMPILATIO.docx
ID del documento: 82b3cbf32284319eca798b95b06e45c976826932
Tamaño del documento original: 2,03 MB

Depositante: Diómedes Quijije Anchundia
Fecha de depósito: 22/7/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 22/7/2024

Número de palabras: 14.302
Número de caracteres: 95.385

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/sign/n/procedure-9172-2020060609099-6401198-sig ned.pdf 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)
2	repositorio.uniajc.edu.co https://repositorio.uniajc.edu.co/server/apa/core/bitstreams/24314572-a1ed-4c18-bff1-7053868bff8... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #5ea69c El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
2	201.159.223.2 http://201.159.223.2/bitstream/123456789/368/3/Proyecto de grado-Belen Duenas C..pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
3	appscvsmovil.supercias.gob.ec https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guias/suarios/images/guias/societario/cons_cesa/CONSTIT...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)
4	TESIS FINAL DELGADO DELGADO ALEXIS ALEXANDER -Con Autor- (malla ... #25a6ce El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Loor Murillo Diego David, con cédula de identidad N°1351668528, declaro que el presente trabajo de titulación: “Creación de una empresa para la confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú” cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, Carrera de Administración de Empresas sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.

Diego Loor

Loor Murillo Diego David

C.I.: 1351668528

E-mail: e1351668528@live.uleam.edu.ec

Telf: 0963801646

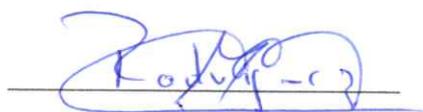
APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros registrados como tribunal de Grado dan por aprobado el trabajo final de titulación elaborado por el Sr. Looor Murillo Diego David estudiante de la carrera Administración de Empresas, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinantes por la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Por la presente firman:



Eco. César Alarcón Chávez, Mg.
Presidente del tribunal



Ing. Oswaldo Rodríguez Durán, PhD.
Miembro del tribunal



Ing. Carlos Vélez Chávez, Mg.
Miembro del tribunal

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios por estar siempre presente en mi vida y en mi corazón, siendo mi gran fuente de inspiración y representación de mis deseos, sueños y metas por cumplir.

Agradezco a mis padres por ser una guía y ayudarme en continuar por este camino sin permitir salirme del rumbo, a pesar de todos mis tropiezos, siempre me ayudaron a levantarme y a continuar sin importar los obstáculos.

Agradezco a mis grandes amigos del colegio, en especial a Bryan Tamayo, Valentina Alarcón y Nicole Alarcón por brindarme su amistad, siempre escucharme, darme ánimos y apoyarme aún en los momentos más difíciles.

Agradezco a mis compañeros, en especial a Joel Catagua, Jamileth Alcívar y María Zambrano por siempre apoyarme, brindarme su compañerismo, estar pendientes de mi progreso, darme ánimos cuando sentía que todo se venía cuesta arriba y por soportarme en mis chistes y mis locuras.

Finalmente, agradezco a mi tutor y a mis profesores por siempre guiarme durante esta etapa de mi vida, contribuyendo en el desarrollo de mi carrera y en mi formación profesional.

- Loor Murillo Diego David

DEDICATORIA

Se la dedico a mis padres, por su amor y apoyo incondicional brindado que me han hecho la persona que soy, estoy orgulloso de ellos y quiero que ellos se sientan orgullosos de mí.

Se la dedico a mis amigas Valentina Alarcón y Nicole Alarcón porque las aprecio mucho y también porque se están esforzando en sus respectivas carreras, quiero que sepan que, con el esfuerzo y la dedicación necesaria, podrán lograr lo que se propongan.

Una dedicatoria especial a mi amigo Bryan Tamayo porque él no pudo continuar con sus estudios por problemas personales, esto también es suyo.

Finalmente, me la dedico a mí mismo por el esfuerzo y la dedicación que le he dedicado a mis estudios, porque sé que me lo merezco.

- Loor Murillo Diego David

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	2
CERTIFICADO DE PLAGIO.....	3
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	4
APROBACIÓN DEL TRABAJO	5
AGRADECIMIENTO	6
DEDICATORIA.....	7
RESUMEN	17
ABSTRACT	18
INTRODUCCIÓN.....	19
CAPÍTULO I.....	20
1. Descripción del proyecto	20
1.1 Planteamiento del problema	20
1.1.1 Formulación del problema.....	21
1.2 Objetivos del proyecto.....	21
1.2.1 Objetivo general	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
1.3 Justificación	22
1.4 Delimitación del proyecto	23
1.4.1 Delimitación geográfica	23
1.4.2 Delimitación temporal	23
1.4.3 Delimitación social	23
CAPÍTULO II.....	24
2. Planteamiento estratégico	24

2.1 Nombre de la empresa	24
2.2 Logo de la empresa.....	24
2.3 Slogan de la empresa	24
2.4 Visión	25
2.5 Misión.....	25
2.6 Valores empresariales.....	25
2.7 Análisis interno del proyecto	26
2.8 Producto diferenciador	27
CAPÍTULO III	28
3. Estudio de mercado	28
3.1 Análisis externo del proyecto	28
3.2 Segmento del mercado.....	29
3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix	29
3.3.1 Producto.....	30
3.3.2 Precio	30
3.3.3 Plaza	30
3.3.4 Promoción.....	30
3.4 Análisis competitivo (Porter)	31
3.4.1 Poder de negociación de los proveedores.....	31
3.4.2 Poder de negociación de los clientes	32
3.4.3 Entrada potencial de nuevos competidores	32
3.4.4 Desarrollo potencial de productos sustitutos	33
3.4.5 Rivalidad entre empresas competidoras	33
3.5 Tipos y técnicas de investigación	33
3.6 Población y segmentación de búsqueda	34

	10
3.7 Análisis e interpretación de la información obtenida de la encuesta.....	35
CAPÍTULO IV	47
4. Descripción del producto.....	47
4.1 Características del producto.....	47
4.2 Análisis comparativo con productos similares	52
CAPÍTULO V	53
5. Estudio técnico	53
5.1 Descripción de las características de localización del negocio	53
5.1.1 Macro localización	53
5.1.2 Micro localización	53
5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo.....	53
5.3 Diagrama de procesos.....	55
5.4 Capacidad de producción.....	56
5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios.....	56
5.6 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo	58
5.7 Listado de proveedores.....	58
CAPÍTULO VI	60
6. Estudio organizacional	60
6.1 Organigrama estructural	60
6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona	60
6.3 Previsión de RRHH	62
CAPÍTULO VII.....	63
7. Estudio legal y societario.....	63
7.1 Marco legal.....	63
7.1.1 Ley de Compañías	63

	11
7.1.2 Código de Trabajo	64
7.1.3 Ley de Régimen Tributario Interno	65
7.1.4 Ley Orgánica de Aduanas	65
7.2 Requisitos para su legitimidad.....	66
7.2.1 Inscripción al SRI	66
7.2.2 Permiso del cuerpo de bomberos.....	67
7.2.3 Patente municipal	68
7.2.4 Registro de marca SENADI	68
CAPÍTULO VIII	70
8. Estudio económico y financiero	70
8.1 Costo unitario de producción.....	70
8.2 Estructura de costos y gastos	71
8.3 Proyección de ventas	73
8.4 Proyección de precios.....	75
8.5 Plan de inversión	76
8.6 Líneas de financiamiento.....	77
8.7 Flujo de caja proyectado (5 años).....	79
8.8 Estado de resultados proyectado (5 años).....	80
8.9 Estado de situación financiera proyectado (5 años)	81
CAPÍTULO IX	82
9. Evaluación financiera	82
9.1 WACC o Tasa de descuento.....	83
9.2 VAN	85
9.3 TIR.....	86
9.4 Relación beneficio/costo (RBC).....	87

9.5 Razones financieras	87
9.5.1 Liquidez	87
9.5.2 Endeudamiento	88
9.5.2 Rentabilidad.....	88
9.6 Periodo de recuperación de la inversión.....	89
9.7 Punto de equilibrio	90
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS	95
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

¿Cuál es su género?	35
¿Cada cuánto tiempo suele comprar vestimenta?.....	36
¿En qué tienda suele comprar ropa?	37
¿Está dispuesto a adquirir ropa de una nueva marca?	38
¿Qué aspectos suele considerar al comprar vestimenta?	39
¿Cuánto dinero paga por una camiseta / blusa?.....	40
¿Qué color de camiseta / blusa prefiere comprar?.....	41
¿Qué tipo de estilo le gusta adquirir en una camiseta?.....	42
¿Por cuál medio compra la vestimenta?	43
¿Cuáles son las mayores preocupaciones que tiene al comprar vestimenta?	45
Medidas de la camisa y camiseta por talla	47
Medidas de la blusa por talla	49
Análisis comparativo con productos similares	52
Capacidad de producción.....	56
Listado de máquinas y equipos.....	57
Listado de herramientas y utensilios	57
Listado de materiales y materia prima.....	58
Funciones según las responsabilidades de cada persona	61
Previsión de RRHH para el primer periodo sin fondos de reserva.....	62
Previsión de RRHH para el segundo periodo con fondos de reserva.....	62
Costo unitario de producción.....	70
Resumen de materiales y materia prima.....	71
Servicios básicos de producción.....	71

Mantenimiento de Equipos de producción	71
Gastos de administración.....	72
Útiles de oficina.....	72
Gastos de computación.....	72
Gastos de mantenimiento de equipos administrativos.....	73
Gastos de marketing	73
Mercado objetivo.....	73
Proyección de consumo mensual.....	74
Proyección de ingresos mensuales	74
Proyección de ingresos anuales	74
Proyección de precios de la camisa	75
Proyección de precios de la camiseta	75
Proyección de precios de la blusa.....	75
Proyección de precios anual	76
Plan de inversión	76
Estructura de la inversión	77
Origen de fondos	77
Estructura accionaria	77
Plan de inversión y origen de fondos	78
Tabla de amortización del crédito bancario.....	78
Flujo de caja proyectado.....	79
Estado de resultados proyectado.....	80
Estado de situación financiera proyectado	81
Flujo de Fondos Netos.....	82
Tasa de Riesgo del Accionista.....	83

Tasa Mínima Atractiva de Retorno	83
Periodo de recuperación de la inversión.....	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Logo de la empresa.....	24
Análisis de segmentación para la empresa	29
Variables del Marketing Mix.....	29
Las cinco fuerzas de Porter.....	31
Resultado pregunta #1	35
Resultado pregunta #2	36
Resultado pregunta #3	37
Resultado pregunta #4	38
Resultado pregunta #5	39
Resultado pregunta #6	40
Resultado pregunta #7	42
Resultado pregunta #8	43
Resultado pregunta #9	44
Resultado pregunta #10	45
Camisas.....	47
Camisetas.....	48
Blusas	49
Ubicación geográfica de la localización del proyecto	53
Bosquejo del área de trabajo.....	54
Diagrama de procesos.....	55

Tela de lyocell de bambú.....	58
Máquinas de costura JUKI	59
Agujas Groz-Beckert	59
Organigrama estructural	60
Gráfica del punto de equilibrio.....	92

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento se realizó con la finalidad de proponer la creación de una empresa dedicada a la confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú, debido a que este es un material que es muy poco conocido y comercializado en el país, y mucho menos en la ciudad de Manta, por lo que es una oportunidad considerable para dar a conocer los beneficios que otorga la tela de bambú y comercializar productos que se encuentren hechos a base de este material en el país, para ello se realizó un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de las personas ecuatorianas y si el producto puede ser aceptado y es viable introducir prendas con este material en el mercado, también se realizó un estudio técnico y organizacional para determinar el modo de funcionamiento de este negocio, con los puestos y requerimientos necesarios de personal y los recursos que se necesitan para llevarlo a cabo, finalmente, se procedió a realizar un estudio financiero con su respectiva evaluación para determinar la rentabilidad y los beneficios que generará el desarrollar esta empresa en Ecuador para atraer accionistas que se encuentren dispuestos a invertir en el negocio para ponerlo en marcha.

Palabras clave: Empresa, ecológico, confección, bambú, ropa.

ABSTRACT

The present entrepreneurial project was carried out with the aim of proposing the creation of a company dedicated to the manufacture and sale of ecological clothing made from bamboo fabric. This is because bamboo is a material that is very little known and commercialized in the country, much less in the city of Manta. Therefore, it represents a significant opportunity to raise awareness of the benefits of bamboo fabric and to commercialize products made from this material in the country. To this end, a market study was conducted to understand the tastes and preferences of Ecuadorian people and to assess whether the product could be accepted and if it is feasible to introduce garments made from this material into the market. A technical and organizational study was also carried out to determine the operating mode of this business, including the necessary positions and personnel requirements, as well as the resources needed to carry it out. Finally, a financial study with its respective evaluation was conducted to determine the profitability and benefits of developing this company in Ecuador, in order to attract shareholders who are willing to invest in the business to get it started.

Keywords: Company, eco-friendly, manufacturing, bamboo, clothing.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del proyecto de emprendimiento busca desarrollar una empresa para producir y comercializar prendas de vestir hechas con tela de bambú, basada en la detección de la necesidad de vestir prendas cómodas e ideales para el calor.

El objetivo del proyecto es determinar la manera más adecuada de estructurar una empresa encargada de la confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú, buscando un nivel de factibilidad considerable que pueda ser atractivo para conseguir accionistas que estén dispuestos a invertir en la idea de negocio para llevarla a cabo con todas las actividades de ley.

El proyecto desarrolla un estudio de mercado para conocer las posibilidades que puede tener el negocio de ser acogido por las personas y la comunidad en general, un estudio técnico para conocer los recursos que se necesitan para llevar a cabo las actividades de la empresa, un estudio organizacional para conocer quiénes y cómo se van a llevar a cabo las operaciones de la empresa, un estudio legal para conocer los permisos y requerimientos necesarios de la ley ecuatoriana y, finalmente, un estudio financiero junto a través de sus respectivos ingresos y egresos con su respectiva evaluación para conocer la viabilidad y rentabilidad económica del negocio.

CAPÍTULO I

1. Descripción del proyecto

1.1 Planteamiento del problema

La vestimenta es uno de los elementos convencionales más comercializados de primera necesidad a nivel mundial, siendo así que eran utilizados por los *homo sapiens* desde hace 170.000 años.

Si bien se sabe que la ropa se creó originalmente para cubrirse del frío, con el pasar de la historia se convirtió en un estándar global, formando parte de las leyes y la moral de los seres humanos, por lo que incluso se lo utiliza en épocas de calor, épocas en la que a muchas personas no les gusta cubrirse demasiado, principalmente por la temperatura que alcanza y la incomodidad que esto genera, por lo que es necesario tener siempre en el armario prendas de vestir adecuadas para la temporada.

El algodón es el material más utilizado para la fabricación de tela y se la utiliza para un sinnúmero de necesidades, sin embargo, su producción requiere de grandes cantidades de agua, por lo que la masiva producción de algodón que existe en la actualidad genera que se consuman cantidades exageradas de agua cada año. Para producir 1 kg de algodón, aproximadamente el equivalente a una camiseta y un par de jeans se utiliza en promedio 1,931 litros de agua de riego y 6,003 litros de agua de lluvia, además de ser la responsable del 11% de pesticidas y el 25% de insecticidas que se utilizan en todo el mundo (Meijer & Seffelaar, 2023). Por otra parte, las fibras sintéticas como el poliéster están hecho a base de PET, los cuáles no son nada amigables con el medio ambiente, estando conformados por 64% de petróleo, 23% de derivados líquidos del gas natural y 13% de aire, además de no ser biodegradable (López, 2016).

La industria textil, así como una de las más grandes e importantes, es también una de las más contaminantes de todo el mundo, la cantidad de agua y de componentes tóxicos que se necesitan para la creación de textiles es demasiado alta, es debido a ello que suelen buscarse alternativas más amigables con el medio ambiente, y es así como empezó a utilizarse la fibra de bambú en las regiones asiáticas para la elaboración de tela.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el proceso para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú?

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo general

Diseñar el proceso para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú.

1.2.2 Objetivos específicos

Realizar el estudio de mercado para conocer los niveles de aceptación del producto por parte del público objetivo.

Elaborar el estudio técnico para medir los procesos de producción y comercialización a través de la mano de obra, materiales y equipo.

Diseñar el estudio organizacional para definir los puestos de trabajo y las actividades necesarias de la empresa.

Estructurar el estudio financiero para calcular la rentabilidad económica del negocio.

1.3 Justificación

La historia de la industria textil ecuatoriana se remonta de la época de la colonia, donde se elaboraban textiles con lana de oveja hasta alcanzar la industrialización, y fue en la mitad del siglo XX que se introdujo el algodón, convirtiéndose en el material más utilizado para la industria textil y de confección. A día de hoy, la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador menciona que esta industria es la tercera más grande del país en el sector manufacturero, aportando un total del 7% del PIB manufacturero nacional.

Además de esto, se conoce que la industria textil no deja de crecer en la actualidad, la autora Larios, R. (2019), menciona en su artículo que el 60% de los ciudadanos alemanes y chinos admiten poseer más ropa de la que necesitan; todo esto se debe a la tendencia de “temporadas” que han provocado las marcas más conocidas a nivel internacional como Zara o Gucci, aprovechando las estaciones del año para promocionar sus productos y venderlos acorde a ellos, generando entre el público un mayor impulso de compra por la disponibilidad de los mismos, de ahí que se busquen prendas que probablemente no se necesiten y se acumulen en el armario.

Esta es una tela altamente ecológica la cuál es 100% biodegradable y que no requiere de grandes cantidades de agua ni mucho menos de componentes químicos tóxicos para su elaboración, además la tela de bambú posee propiedades antibacterianas debido al gen único “bambú quinona”, la cual tiene funciones naturales bacteriostáticas, anti-ácaros, anti-olor y protección ultravioleta. La tela es igual de cómoda para el cuerpo al igual que la tela de algodón, además de esto, la tela de bambú posee más espacio entre las fibras, lo que permite que la tela tenga una mayor transpiración y una mayor absorción de agua, lo que lo convierte en una prenda ideal para las temporadas de calor.

En el Ecuador no existen realmente productos textiles sustentables que incentiven o fomenten a la ciudadanía buscar o utilizar otro tipo de productos y transformarlo en una tendencia para que se conviertan en los productos estándares con el pasar del tiempo, y eso es lo que se buscará con el proyecto de emprendimiento acerca de la creación de una empresa para la confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú, proponer un producto sostenible de primera necesidad para motivar a las personas a investigar o adquirir más tipos de productos amigables con el medio ambiente.

Este textil es elaborado principalmente en China, donde se encuentran la gran mayoría de empresas que trabajan con esta materia prima, en especial la empresa Shaoxin City Ohyeahtex Textile Co., Ltd., con su tela de lyocell de bambú para la fabricación de camisetas ecológicas y cómodas para las personas.

1.4 Delimitación del proyecto

1.4.1 Delimitación geográfica

El estudio acerca de la creación de la empresa estará enfocada para los ciudadanos de la costa ecuatoriana.

1.4.2 Delimitación temporal

El proyecto de estudio se llevará a cabo durante el segundo semestre de 2023 y tendrá proyecciones de hasta 5 años.

1.4.3 Delimitación social

La empresa tendrá como finalidad satisfacer las necesidades de una vestimenta fresca y cómoda para las temporadas de calor a las personas de la costa ecuatoriana.

CAPÍTULO II

2. Planteamiento estratégico

2.1 Nombre de la empresa

Confeccionadora Ecológica EcoFashion S. A.

2.2 Logo de la empresa

Tal y como se aprecia en la Figura 1, el logo de la empresa se trata de una gota de agua con una hoja en el medio diseñada por Emily Manzano (2021), la hoja verde hace referencia a su biodegradabilidad y cuidado por el medio ambiente y la gota hace referencia al ahorro de agua que conllevan el realizar prendas de vestir, y telas en general, con fibra de bambú en lugar de utilizar el tradicional algodón.

Figura 1

Logo de la empresa



Autora: Manzano, E. (2021)

2.3 Slogan de la empresa

El slogan de la empresa es “la naturaleza te cubre”, esta hace referencia al uso del bambú y su enfoque ecológico para desarrollar prendas de vestir a partir de esta tela que permite el ahorro de agua y químicos requeridos para su cultivo.

2.4 Visión

Ser la empresa líder a nivel nacional en la elaboración y comercialización de ropa ecológica de calidad para incentivar una tendencia medioambiental dentro del territorio ecuatoriano en 2029.

2.5 Misión

Somos una empresa que elabora ropa ecológica en la ciudad de Manta que cree y participa en el desarrollo comercial protegiendo el medio ambiente, con altos estándares de calidad en el mercado, buscando la adaptación a las nuevas realidades, y la superación en el ámbito de consumo de recursos y la sostenibilidad.

2.6 Valores empresariales

Respeto. Entender las decisiones y opiniones de los demás, buscando un acuerdo mutuo dentro de un ambiente de armonía.

Honestidad. Ser sincero con lo que se debe o no se debe hacer, la transparencia es la clave del entendimiento.

Responsabilidad. Cumplir con las actividades de la forma y en el tiempo establecido, buscando altos niveles de compromiso.

Comunicación. Informar y comunicar los procesos y actividades que se desarrollan en la empresa, así como también de los cambios pertinentes que se generen.

Trabajo en equipo. Ayudar mutuamente entre las personas que trabajan dentro del mismo ambiente, generando lazos de confianza y amabilidad.

Liderazgo. Motivar e inspirar a los demás a través de la confianza y el respeto, aumentando las expectativas y el rendimiento de los empleados.

Calidad. Desarrollar los productos a través de los parámetros y estándares establecidos por la empresa de la forma más precisa posible.

Sostenibilidad. Mejorar el entorno medioambiental a través de nuestra producción para mantener una mejor calidad de vida a largo plazo.

2.7 Análisis interno del proyecto

➤ Fortalezas

- **Producto innovador.** La prenda de vestir será hecha con una tela que no es común ver en Ecuador, la cual posee una serie de características que llamará la atención del público objetivo.
- **Producto sostenible.** La tela de bambú es mucho más amigable con el ecosistema que la tela de algodón, permitiendo generar una producción en masa sin la destrucción del medioambiente.
- **Producto de calidad.** La calidad no depende solo del tipo de tela, también del nivel de la confección, la cual será realizada por una persona con experiencia y estudios en confección y corte.

➤ Debilidades

- **Falta de variedad de productos.** Van a ser tres únicos productos en distintas tallas y en cuatro colores, los cuales serán la camisa, la camiseta para hombres y la blusa para mujer en rojo, azul, blanco y negro.

- **Falta de servicio de entrega propio.** La empresa no se encargará de llevar el producto a compradores fuera de la ciudad, debe contratar el servicio entrega a otras empresas.
- **Capital financiero limitado.** No se cuenta con capital propio para desarrollar el negocio, y posee un costo de inversión considerablemente alto, principalmente por el costo de la materia prima y sus costos de importación.

2.8 Producto diferenciador

El elemento diferenciador del producto es que la tela de los productos está hecha a base de bambú, la cual es una tela bastante cómoda, convencional y amigable con el medioambiente, esta tela es 100% biodegradable por lo que su descomposición no genera ningún tipo de contaminación en el medioambiente.

Aparte de esto, la tela de bambú posee un mayor espacio entre las fibras, lo que hace que la prenda de vestir sea más cómoda, transpirable y absorbente al sudor, además de poseer genes que ayudan a combatir el mal olor, las bacterias y tener mayor protección a los rayos UV, convirtiéndola en una prenda ideal para las temporadas de calor de la costa ecuatoriana.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

3.1 Análisis externo del proyecto

➤ Oportunidades

- **Tendencia medioambiental.** Cada vez más personas buscan o prefieren productos que estén enfocados en la sostenibilidad y que no sean tan contaminantes como los productos convencionales.
- **Calentamiento global.** El producto está diseñado para ser cómodo y transpirable, con una gran capacidad de absorción y protección ultravioleta, ideal para un clima con altas temperaturas.
- **Tendencia en línea.** Debido al aprovechamiento de la tecnología y los cambios que generó la pandemia, el comercio en línea se utiliza más que nunca, siendo una vía clave para que personas de toda la costa ecuatoriana puedan adquirir el producto.

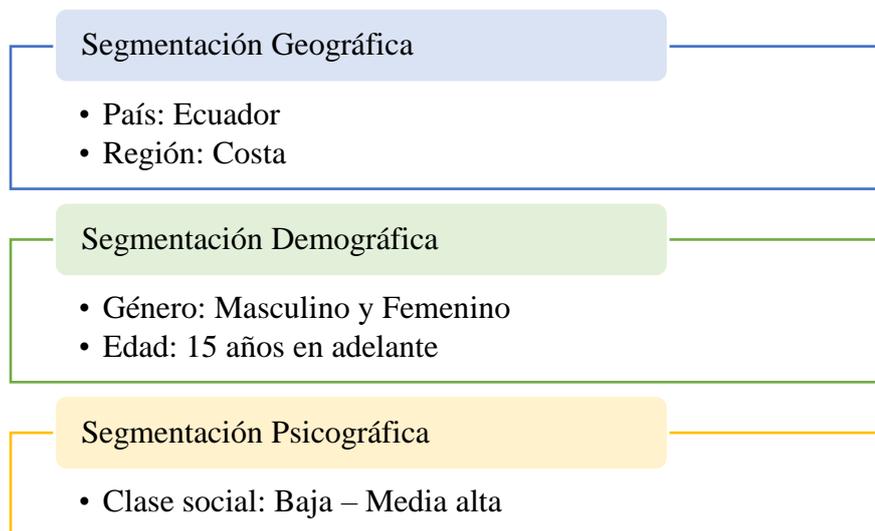
➤ Amenazas

- **Material poco industrializado.** La elaboración de tela de bambú es un proceso que no está tan desarrollado, generando que sus costos no sean tan económicos, además de que no se pueda conseguir en el país, teniendo que importarlo desde China, generando un aumento en sus precios y el tiempo de entrega debido al proceso y costo de su importación.
- **Desconfianza.** Hoy en día existe mucha gente que desconfía de la comercialización en línea por la abundante cantidad de estafas que suceden día a día en esta modalidad, provocando una sensación de miedo y duda para comprar en línea al ser una empresa nueva y desconocida.

3.2 Segmento del mercado

Figura 2

Análisis de segmentación para la empresa



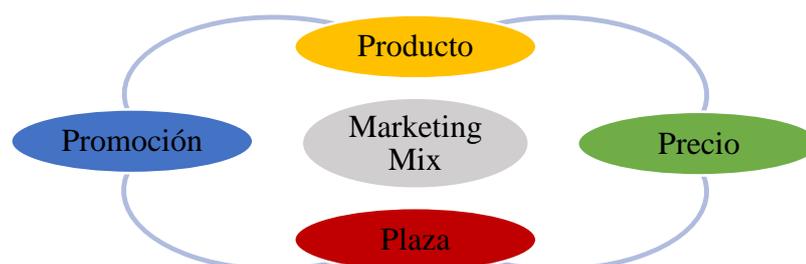
Nota: La figura representa los tipos de segmentación acordes para el estudio de mercado

3.3 Estudio de las variables del Marketing Mix

El autor Cabezas, E. (2023) menciona que el Marketing Mix se trata de una estrategia enfocada en los aspectos internos de una empresa para definir aspectos básicos de las mismas, buscando la fidelización y retención del cliente a través de ellas. Conocida también como las 4 P's, es una estrategia desarrollada por McCarthy en 1960, definiendo cuatro aspectos que toda empresa debe considerar: producto, precio, plaza y promoción.

Figura 3

Variables del Marketing Mix



Nota: La figura demuestra los 4 aspectos del Marketing Mix

3.3.1 Producto

Las camisetas y blusas hechas a base de tela de bambú son una prenda de vestir suave y cómoda, la tela es muy transpirable y posee gran capacidad de absorción, ideal para las épocas de altas temperaturas; además de poseer componentes antibacteriales y anti ácaros, por lo que se mantiene limpia por más tiempo de forma natural.

3.3.2 Precio

La camisa poseerá un valor de \$20, la camiseta un valor de \$15 y la blusa un valor de 13\$ por prenda más los costos de envío.

3.3.3 Plaza

La comercialización de los productos se realizará a través de una tienda web.

3.3.4 Promoción

Aprovechando la oportunidad de las redes sociales, la empresa realizará acuerdos con varios influencers del país, regalándoles las prendas de vestir para que las modelen y hablen sobre ella, dándolas a conocer a la comunidad virtual que poseen, generando un interés por el producto, de la misma manera, se publicitará la tienda y la empresa a través de redes sociales con fotografías y videos que llamen la atención de las personas.

Así mismo, se llevarán a cabo ofertas de apertura para incentivar a los potenciales clientes que conozcan el producto, tales como descuentos y ofertas de tiempo limitado.

Otro aspecto fundamental de promoción será donar los excedentes de la tela de bambú que queden de la fabricación de las prendas a instituciones y talleres de confección y de manualidades, con la finalidad de que más personas conozcan este tipo de productos sostenibles junto con la empresa que los ofertará.

3.4 Análisis competitivo (Porter)

Las 5 fuerzas de Porter se tratan un modelo muy utilizado para identificar y analizar los niveles de competitividad que existen dentro del mercado. Fue desarrollado por Michael Porter en 1980 y consta de 5 elementos para determinar la posición de una empresa dentro de la industria.

Figura 4

Las cinco fuerzas de Porter



Nota: La figura demuestra las 5 fuerzas de Michael E. Porter

3.4.1 Poder de negociación de los proveedores

Este poder hace referencia a la capacidad que tienen los proveedores de influenciar los precios de la materia prima y los insumos que la empresa debe adquirir para desarrollar sus actividades de forma adecuada, en la cual hay distintos elementos que es necesario tomar en cuenta dentro de la empresa:

Disponibilidad de opciones: La materia prima no se puede encontrar en Ecuador, por contraparte, en China hay diversas empresas que fabrican y comercializan la tela, y sus precios dependen de ciertos factores, como el peso o la cantidad de metros, siendo una de las empresas más rentables Shaoxin City Ohyehtex Textile Co., Ltd.

Volumen de compra: La empresa posee distintos precios de la materia prima, para conseguirla al precio más barato es necesario comprar al por mayor, para se deben comprar 10 rollos de tela, llegando a costar de esta manera \$232 cada rollo.

3.4.2 Poder de negociación de los clientes

Este aspecto se refiere a la capacidad que pueden tener los clientes de influir sobre los precios y las condiciones de compra de las camisetas, en la cual hay factores clave a considerar dentro de la empresa:

Volumen de compra: La cantidad de prendas compradas puede darle a la empresa un mayor control respecto a los precios del producto, ya que sus compras son más significativas para la empresa, dándoles la capacidad de obtener mejores precios al ser compras más grandes y frecuentes.

Disponibilidad de opciones: Si bien las opciones de comprar ropa son muy abundantes, es muy novedoso encontrar prendas hecha con tela de bambú y los beneficios que esta ofrece que ninguna otra empresa puede ofrecer.

3.4.3 Entrada potencial de nuevos competidores

La moda es una industria muy rentable, es por eso que existen tantas tiendas de ropa tan solo en la ciudad de Manta, además de esto, la tendencia medioambiental es cada vez más grande y cada vez más empresas buscan aplicarla, así como también pueden surgir nuevas empresas con este enfoque principal para poseer un valor agregado dentro del mercado, por lo que es normal que, a través del tiempo, empiecen a aparecer otras empresas especializadas en ropa de bambú, eucalipto o algún otro tipo de tela que pueda ser sostenible y que pueda brindar la funcionalidad de la ropa convencional.

3.4.4 Desarrollo potencial de productos sustitutos

Esta fuerza se refiere a la capacidad de desarrollo de productos alternativos que puedan satisfacer las necesidades que nuestro producto busca satisfacer, si bien telas como el algodón o el poliéster son muy comercializadas a nivel nacional, no poseen los beneficios de frescura y comodidad que ofrece la tela de bambú.

Como desarrollo de un producto sustituto, existe otro tipo de tela que puede competir con la tela de bambú respecto a sostenibilidad y comodidad, la cual es la tela hecha con base del árbol de eucalipto, sin embargo, no es tela que se produzca en el país, además de que no existen empresas conocidas en Ecuador que vendan ropa hecha a base de este tipo de tela.

3.4.5 Rivalidad entre empresas competidoras

La rivalidad que existe en este mercado es bastante fuerte, existiendo muchos elementos que diferencian a unas empresas de las otras, tales como el precio, la calidad, los detalles, la creatividad, entre otros.

Sin embargo, la empresa posee una ventaja competitiva, y es que ninguna otra empresa en el sector ofrece ropa hecha a base de tela de bambú, lo que se convierte en una ventaja competitiva que puede hacer destacar al negocio, al enfocarse en aspectos clave como la sostenibilidad y un producto fresco y cómodo de utilizar.

3.5 Tipos y técnicas de investigación

La investigación de mercado será descriptiva y cuantitativa, en la que se va a determinar la forma de la demanda que existe en este mercado, y la técnica utilizada para la recolección de datos será la encuesta realizada de forma digital.

3.6 Población y segmentación de búsqueda

Para realizar la encuesta se determinó la cantidad de habitantes que existen en la región de la costa Ecuatoriana, conformada por siete provincias. Según el Instituto de Estadísticas y Censos (2022), posee un total de 7'604,781 habitantes, y considerando el rango de edad que es de 15 años para adelante, queda una población total de 5'201,181 personas, a la cual se le procede aplicar la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{Z^2 P \cdot Q + Ne^2}$$

En dónde:

- Z = Nivel de confianza
- P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada
- Q = Probabilidad de fracaso
- N = Población
- e = Error de muestreo

Significado:

- n = ?
- Z = 95% → 1.96
- P = 0.5
- Q = 1 – p = 1 – 0.5 = 0.5
- N = 5'201,181
- e = 0.05

Remplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(5'201,181)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 5'201,181(0.05)^2}$$

$$n = \frac{4'995,214.23}{13,003.91}$$

$$n = 384 \text{ Encuestas}$$

Dando como resultado 384 encuestas a realizar.

3.7 Análisis e interpretación de la información obtenida de la encuesta

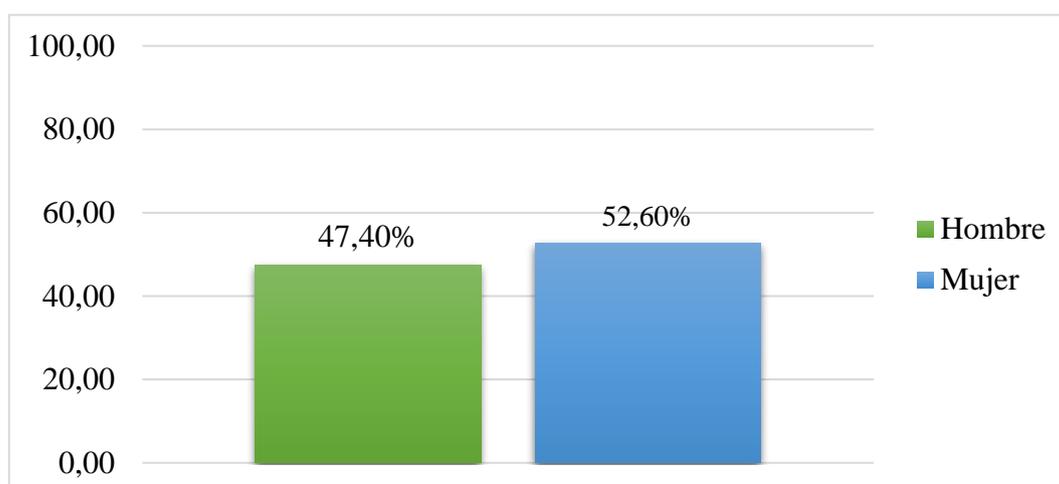
Tabla 1

¿Cuál es su género?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Hombre	182	47,40%
Mujer	202	52,60%
Total	384	100%

Figura 5

Resultado pregunta #1



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, un total de 186 personas son hombres y 198 personas son mujeres, es decir que un 48.44% de los encuestados son hombres y un 51.56% son mujeres, estando nivelados en partes iguales. Lo cual nos demuestra que la realización de las prendas deberá de realizarse en cantidades similares entre camisetas para hombres y blusas para mujeres.

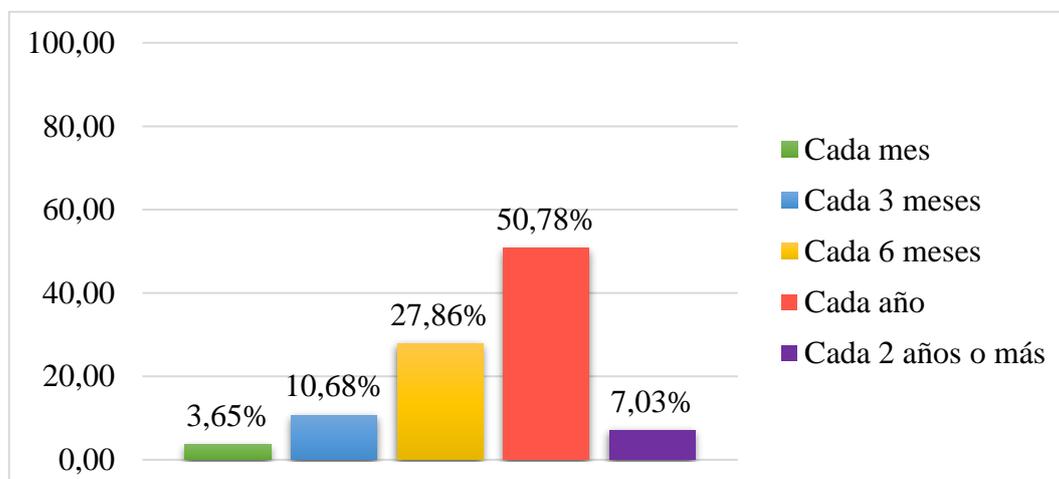
Tabla 2

¿Cada cuánto tiempo suele comprar vestimenta?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Cada mes	14	3,65%
Cada 3 meses	41	10,68%
Cada 6 meses	107	27,86%
Cada año	195	50,78%
Cada 2 años o más	27	7,03%
Total	384	100%

Figura 6

Resultado pregunta #2



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, poco más de la mitad de las personas compran ropa una vez al año, con un porcentaje del 50.78%, seguido por personas que compran ropa cada 6 meses con un 27.86% y siendo menos relevante las opciones de compra mensual, trimestral y de cada dos años o más, teniendo un total de 3.65%, 10.68% y 27.86% respectivamente. Según los datos obtenidos, se aprecia que hay una tendencia de compra de menos a más en un periodo de un mes a dos años, ofreciéndonos una pauta de que si es viable el proyecto en el ámbito de la producción y la comercialización.

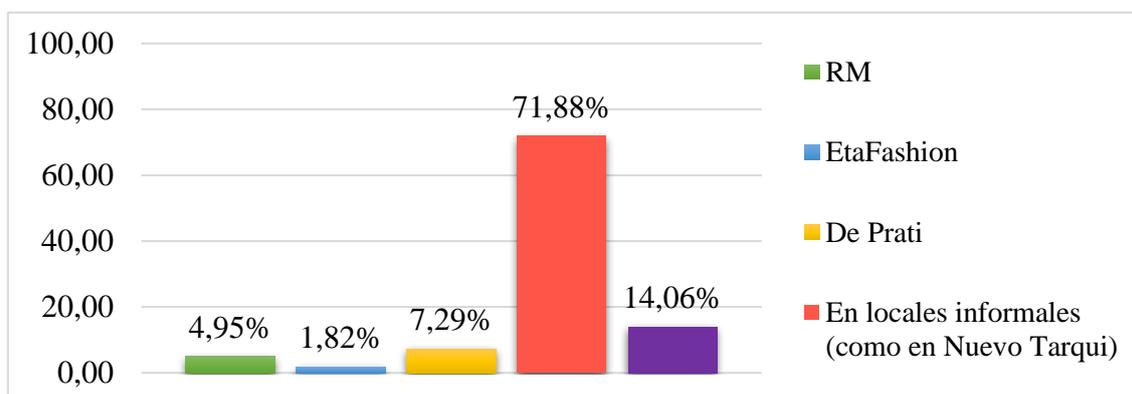
Tabla 3

¿En qué tienda suele comprar ropa?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
RM	19	4,95%
EtaFashion	7	1,82%
De Prati	28	7,29%
En locales informales (como en Nuevo Tarqui)	276	71,88%
Otro	54	14,06%
Total	384	100%

Figura 7

Resultado pregunta #3



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, la gran mayoría de personas prefiere comprar vestimenta en locales informales, como en Nuevo Tarqui, con un total del 71.88% de las encuestas, seguido por otras tiendas no mencionadas entre las opciones con un 14.06%; por su parte, la tienda formal más preferida por el público está De Prati con un 7.29%, seguido por RM con un 4.95% y EtaFashion con un 1.82% siendo la menos habitual. Si el 71.88% de los clientes compran en el mercado informal significa que hay una alta oportunidad de atraer el cliente a través de los mecanismos de marketing de las redes sociales.

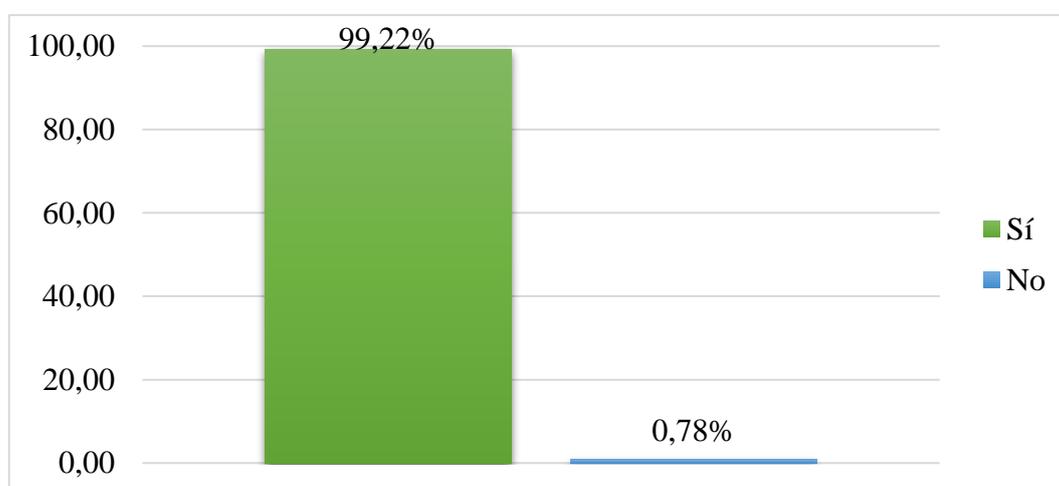
Tabla 4

¿Está dispuesto a adquirir ropa de una nueva marca?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Sí	381	99,22%
No	3	0,78%
Total	384	100%

Figura 8

Resultado pregunta #4



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, prácticamente cualquier persona se encuentra dispuesta a adquirir vestimenta de una nueva marca, con un total del 99.22% de las encuestas a favor de esta pregunta, lo que indica que cualquier persona podría estar dispuesta a darle la oportunidad a EcoFashion de probar su vestimenta.

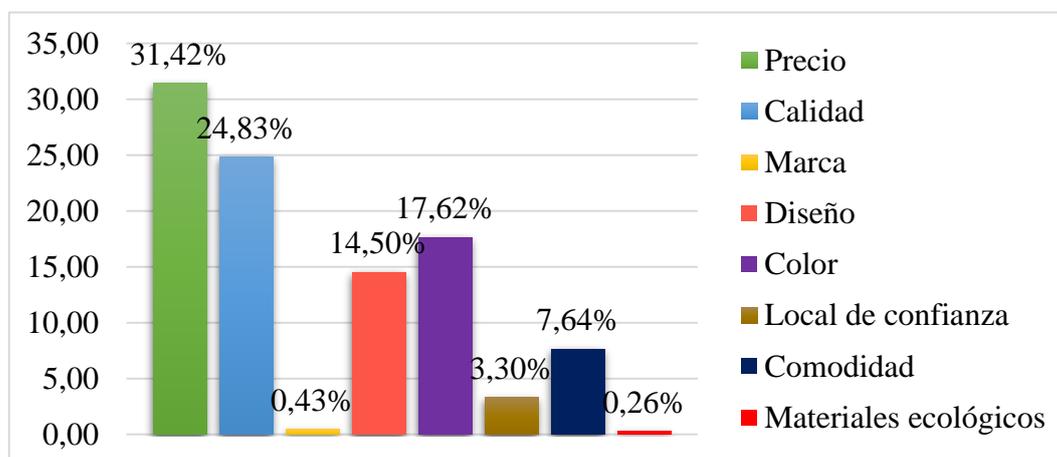
Tabla 5

¿Qué aspectos suele considerar al comprar vestimenta?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Precio	362	31,42%
Calidad	286	24,83%
Marca	5	0,43%
Diseño	167	14,50%
Color	203	17,62%
Local de confianza	38	3,30%
Comodidad	88	7,64%
Materiales ecológicos	3	0,26%
Total		100%

Figura 9

Resultado pregunta #5



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, el aspecto que más consideran las personas al momento de comprar ropa es el precio, siendo elegida por el 31.42% de las personas, seguido por la calidad con el 24.83%, el color con el 17.62% y el diseño con el 14.50%; los aspectos menos considerados fueron la comodidad con el 7.64% de los encuestados, tener un local de confianza con el 3.30%, la marca con el 0.43% y los materiales ecológicos con apenas el 0.26% de los votos. Esto nos permite saber que la empresa deberá enfocarse principalmente en sus estándares de calidad y precios para satisfacer las necesidades de los clientes y mantener su fidelización.

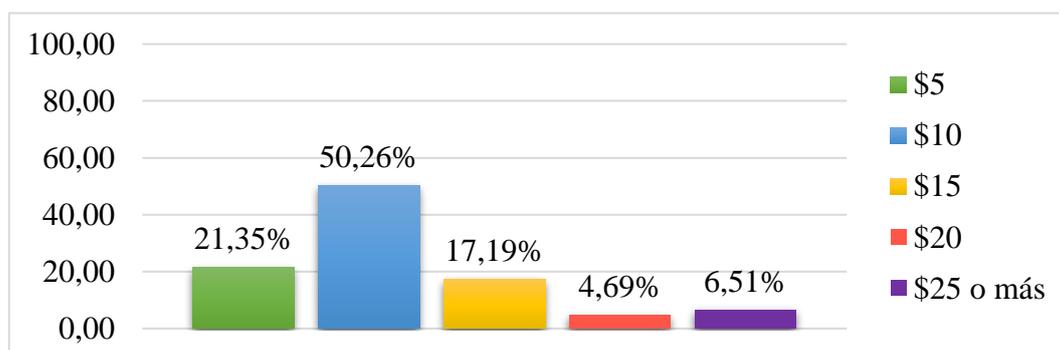
Tabla 6

¿Cuánto dinero paga por una camiseta / blusa?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
\$5	82	21,35%
\$10	193	50,26%
\$15	66	17,19%
\$20	18	4,69%
\$25 o más	25	6,51%
Total	384	100%

Figura 10

Resultado pregunta #6



Fuente: Posibles clientes

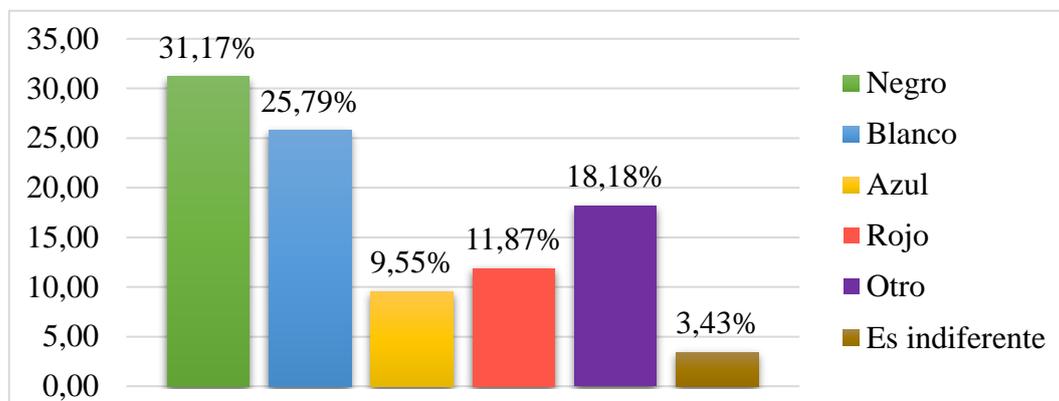
Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, un total de 193 personas adquieren una camiseta o blusa por un precio de \$10, representando un 50.26% de las personas, y siendo el precio más estándar del mercado, seguido por personas que prefieren ahorrar dinero pagando \$5 por una camiseta o blusa, siendo el 21.35% de los encuestados y un 17.19% de personas que acostumbran a pagar \$15 por ellas, por otra parte, la opción menos elegida fue pagar \$20 con un 4.69% de los votos, seguido por las personas más adineradas que acostumbran a pagar \$25 o más, siendo el 6.51% de los encuestados. Estos resultados nos dejan ver que hay un mercado considerable que está dispuesta a pagar por los precios que la empresa tiene planeado ofrecer, por lo que los índices de precio no serán ningún impedimento para desarrollar el proyecto.

Tabla 7

¿Qué color de camiseta / blusa prefiere comprar?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Negro	336	31,17%
Blanco	278	25,79%
Azul	103	9,55%
Rojo	128	11,87%
Otro	196	18,18%
Es indiferente	37	3,43%
Total		100%

Figura 11*Resultado pregunta #7*

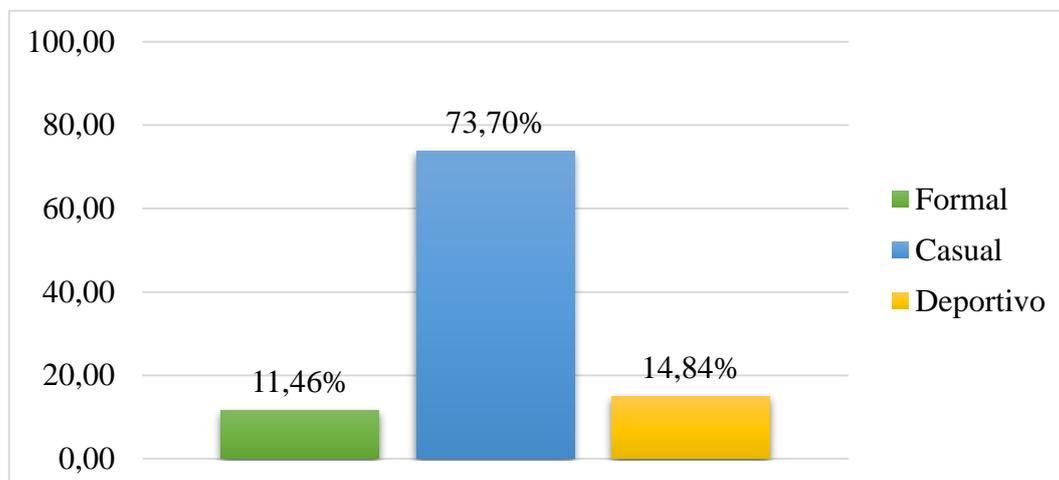
Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, los dos colores preferidos por el público para adquirir una camiseta son el negro y el blanco, con un 31.17% y 25.79% de los votos respectivamente; por su parte el rojo y el azul tuvieron aproximadamente la mitad de los votos que los colores neutros, con un 11.87% y 9.55% de los votos respectivamente, un 18.18% de las personas prefieren utilizar otro color no mencionado en la encuesta y a un 3.43% de las personas les es indiferente el color de la ropa que compran. Aquí podemos apreciar que hay un gran mercado que está interesada en comprar prendas de vestir con los colores que la empresa tendrá disponible en su tienda.

Tabla 8*¿Qué tipo de estilo le gusta adquirir en una camiseta?*

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Formal	44	11,46%
Casual	283	73,70%
Deportivo	57	14,84%
Total	384	100%

Figura 12*Resultado pregunta #8*

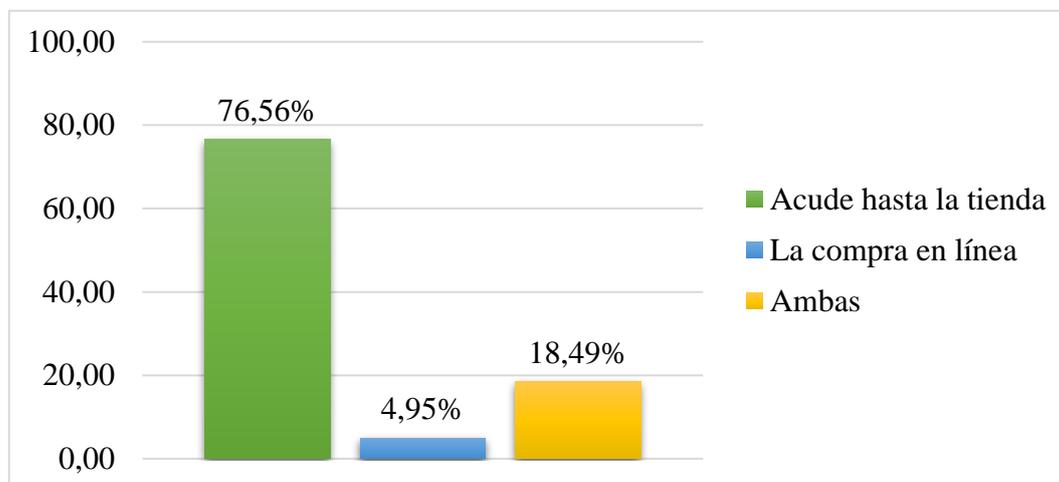
Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de las personas prefieren comprar vestimenta casual, siendo un 73.70% de las personas que prefieren adquirir este tipo de atuendos; las otras dos opciones fueron muy poco votadas, con un 11.46% de personas que prefieren ropa formal y un 14.84% que prefieren la ropa deportiva. El factor del estilo también está a favor de la empresa, siendo las prendas casuales que venderá la empresa, la preferida por el mercado objetivo.

Tabla 9*¿Por cuál medio compra la vestimenta?*

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Acude hasta la tienda	294	76,56%
La compra en línea	19	4,95%
Ambas	71	18,49%
Total	384	100%

Figura 13*Resultado pregunta #9*

Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de las personas prefieren acudir hasta la tienda para adquirir sus prendas de vestir, siendo un 76.56% de los encuestados que lo hacen, a diferencia de las personas que prefieren comprarlo solamente en línea, con un total del 4.95% de las personas y en medio de estas dos opciones están las personas que prefieren hacerlo de ambas formas, con un 18.49% de los encuestados. En este aspecto no existe un mercado tan grande que compre vestimenta de forma virtual, por lo que será necesario implementar medidas estratégicas en este aspecto para captar clientes y mejorar los estándares digitales para que más personas se animen a comprar ropa en línea.

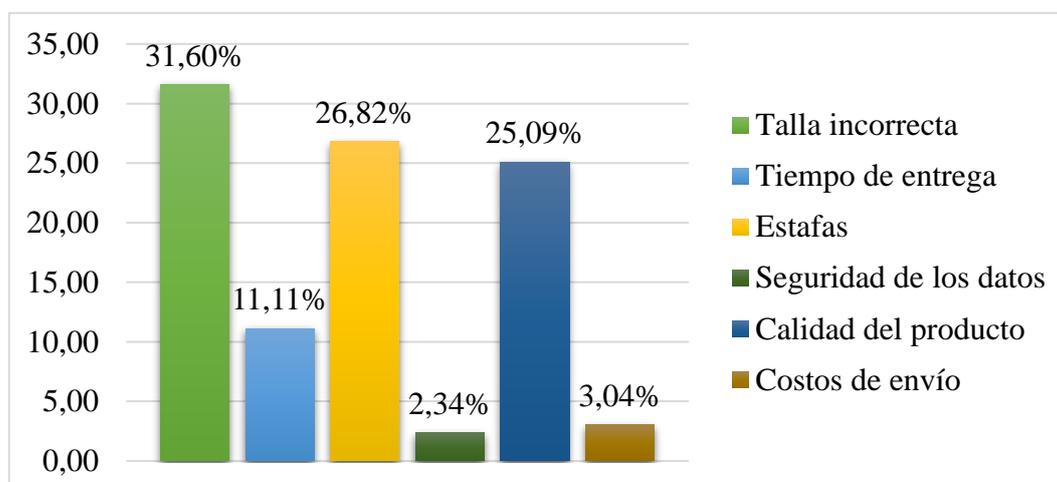
Tabla 10

¿Cuáles son las mayores preocupaciones que tiene al comprar vestimenta?

Indicadores	Respuestas	Porcentaje
Talla incorrecta	364	31,60%
Tiempo de entrega	128	11,11%
Estafas	309	26,82%
Seguridad de los datos	27	2,34%
Calidad del producto	289	25,09%
Costos de envío	35	3,04%
Total		100%

Figura 14

Resultado pregunta #10



Fuente: Posibles clientes

Análisis de los resultados:

De acuerdo con los datos obtenidos, hay tres factores que más les preocupa a las personas al momento de adquirir vestimenta en línea, la más preocupante es la talla incorrecta, representando un total del 31.60% de los encuestados, seguida por las estafas con el 26.82% y la calidad del producto con el 25.09%, otra preocupación que posee la

gente, aunque menor que las anteriores, es el tiempo de entrega del producto, siendo un total del 11.11%, y los factores que menos le preocupa a las personas son la seguridad de los datos y los costos de envío, representando un total del 3.04% y 2.34% respectivamente. Con estos datos sabemos cuáles son los factores en los que la empresa se deberá de enfocar para minimizar las preocupaciones de los clientes y hacer que se sientan más seguros de comprar en nuestra tienda en línea.

CAPÍTULO IV

4. Descripción del producto

4.1 Características del producto

Las prendas de vestir hechas a base de tela de bambú se van a encontrar disponibles en distintas tallas basadas en el Método de Graduación Europeo, el cual también es utilizado en Latinoamérica, a través de las tallas S, M, L y XL, y con las siguientes medidas:

Tabla 11

Medidas de la camisa y camiseta por talla

Medida	S	M	L	XL
Alto	65 cm	68 cm	71 cm	74 cm
Ancho	49 cm	51 cm	54 cm	57 cm

Figura 15

Camisas



Fuente: Freepik



Fuente: Freepik

Figura 16

Camisetas



Fuente: Freepik



Fuente: Freepik

Tabla 12

Medidas de la blusa por talla

Medida	S	M	L	XL
Alto	54 cm	57 cm	60 cm	63 cm
Ancho	43 cm	46 cm	49 cm	52 cm

Figura 17

Blusas



Fuente: Freepik



Fuente: Freepik



Fuente: Freepik

La tela está hecha de lyocell de bambú, esta es una tela elaborada de forma semi química con productos que no son tóxicos para el ser humano, inclusive posee la certificación Oeko tex que lo avala. Está hecha a base de 90% de lyocell de bambú y 10% de spandex.

Las prendas de vestir que se elaboran con la tela de bambú son cómodas como las que están hechas con tela del algodón, esto debido al espacio que posee entre sus fibras, a su vez, gracias a esto la tela posee una mejor transpirabilidad que la tela de algodón, lo que le permite al cuerpo respirar y ventilarse mejor, además de poseer mejor nivel de absorción, ideal para las temporadas de calor.

El bambú posee un gen único, el cual se le conoce como “quinona”, este gen proporciona a la tela propiedades anti olores y anti ácaros, lo que le permite mantenerse limpia sin ensuciarse demasiado rápido.

Otras de sus propiedades son que poseen un mayor nivel de protección contra los rayos ultravioleta, lo que le permite resistir mejor el calor y reducir el tiempo de quemadura de la piel generados por los rayos del sol.

Finalmente, esta es una tela muy flexible que mantiene muy bien su forma natural, por lo que no es fácil de arrugarse y, por ende, no necesita plancharse.

Las prendas van a estar disponibles en los colores azul, rojo, blanco y negro, considerando la capacidad de compra y las políticas de los proveedores, estos son los cuatro colores seleccionados que la empresa plantea vender.

4.2 Análisis comparativo con productos similares

Tabla 13

Análisis comparativo con productos similares

Factores críticos de éxito	Pond.	EcoGreen		RM		EtaFashion	
		Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
Publicidad	0,16	4	0,64	2	0,32	4	0,64
Servicio al cliente	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Comercialización en línea	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Calidad del producto	0,18	4	0,72	4	0,72	4	0,72
Competitividad de precios	0,16	3	0,48	4	0,64	3	0,48
Nivel tecnológico	0,12	4	0,48	3	0,36	4	0,48
Sostenibilidad	0,11	4	0,44	3	0,33	3	0,33
Total	1		3,57		3,18		3,46

Nota: Las ponderaciones y calificaciones fueron asignados con base a las experiencias personales de ser cliente de las empresas comparadas.

Fuente: RM & EtaFashion (2023)

A nivel teórico, la empresa EcoFashion S. A. es ligeramente superior a sus competidores comparados con una puntuación total de 3.57, quedando por delante de EtaFashion con 3.46 y RM con 3.18.

En comparación a RM, se puede denotar que EcoFashion posee mejores calificaciones en los factores críticos de publicidad, nivel tecnológico y sostenibilidad, y una calificación menor en la competitividad de precios, demostrando a niveles generales una puntuación total considerablemente más alta que RM.

En cuanto a EtaFashion, la empresa EcoFashion solamente la supera en el factor crítico de sostenibilidad, en los demás factores ambas empresas se encuentran igualadas, resultando en una puntuación ligeramente más alta para EcoFashion.

CAPÍTULO V

5. Estudio técnico

5.1 Descripción de las características de localización del negocio

5.1.1 Macro localización

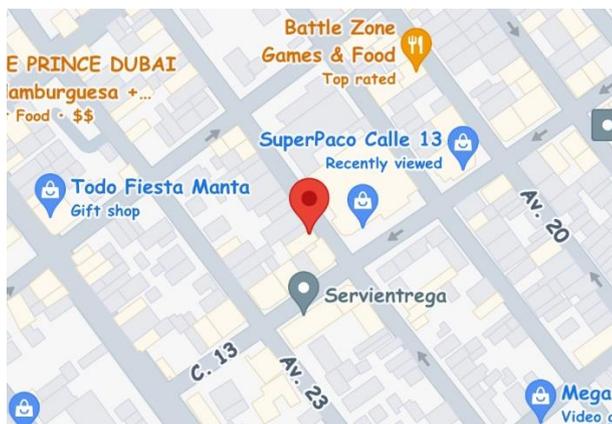
El taller de producción se encontrará en la ciudad de Manta, en la provincia de Manabí – Ecuador, en la parroquia Manta, cerca de local de servicios Servientrega con la finalidad de ahorrar costos de viaje hacia dicho local para realizar las entregas.

5.1.2 Micro localización

La dirección en la que estará ubicado el local será en la avenida 22 y la calle 13, un lugar cómodo y fácilmente accesible para llegar al lugar de trabajo.

Figura 18

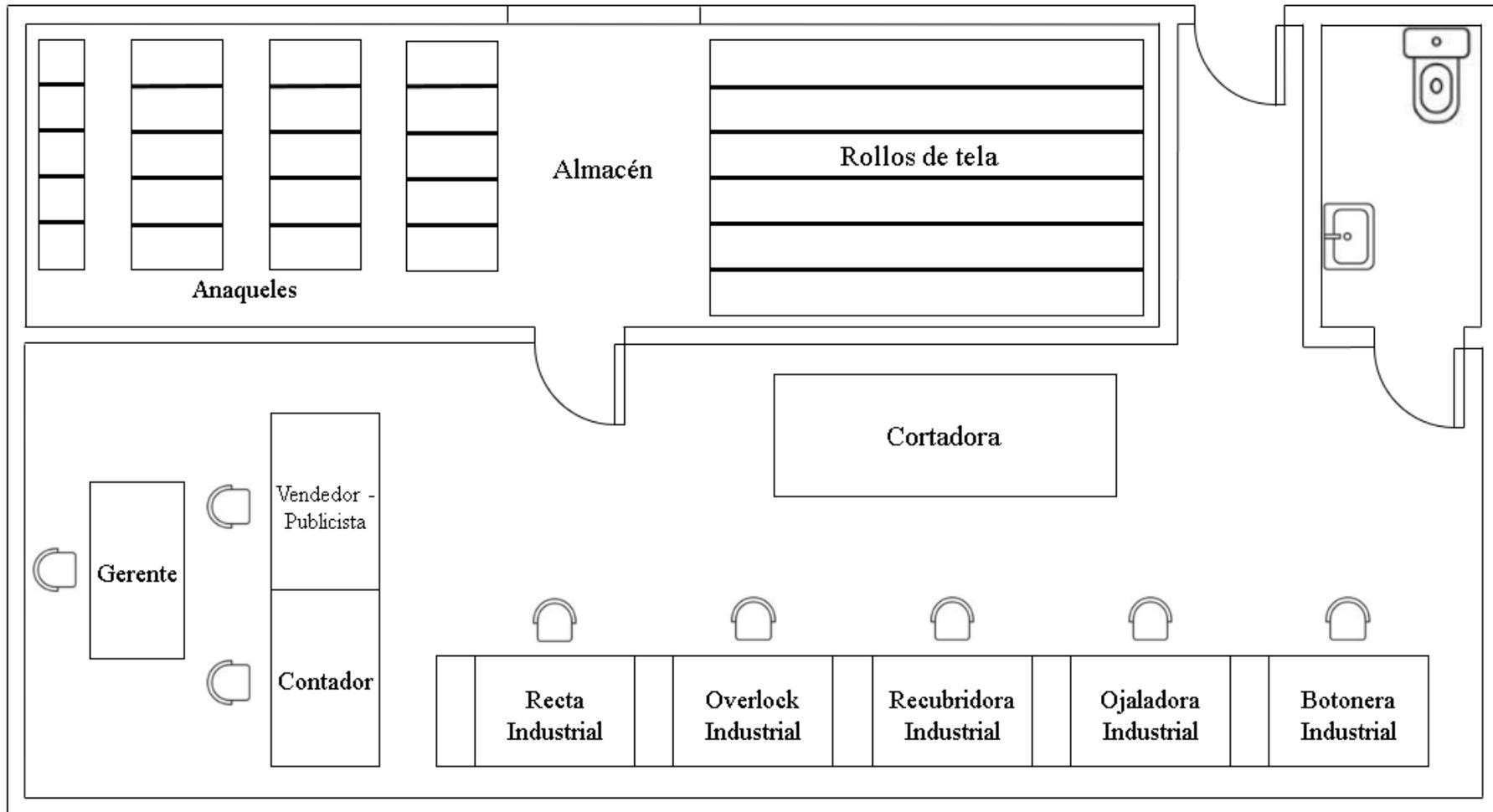
Ubicación geográfica de la localización del proyecto



Fuente: Google Maps (2023)

5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

La forma en la que se distribuyen las partes del taller de trabajo será de la siguiente manera para gestionar de forma más eficiente los movimientos de trabajo y permitir un desarrollo más fluido en la fabricación de los productos de la empresa.

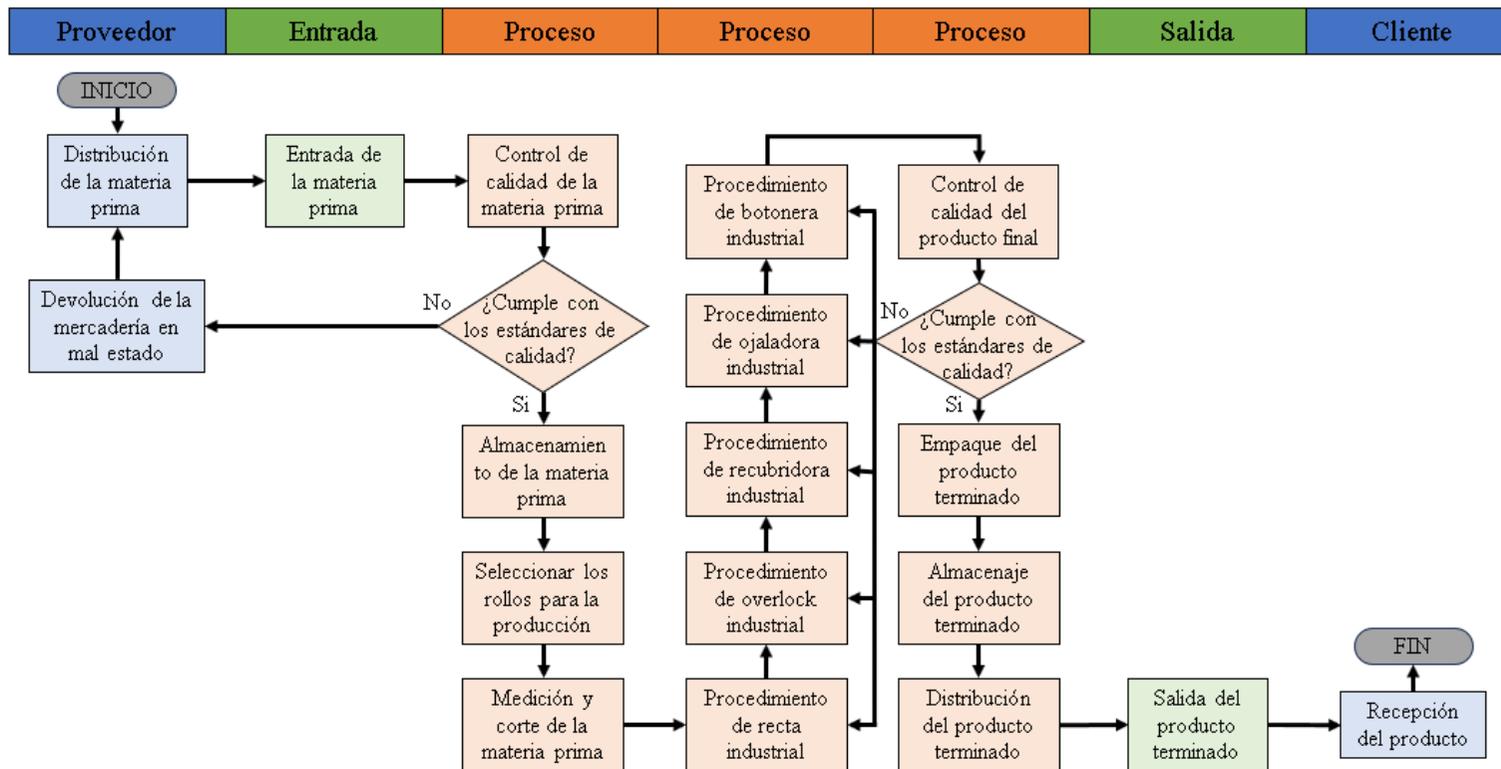
Figura 19*Bosquejo del área de trabajo*

5.3 Diagrama de procesos

Para realizar el flujograma de procesos de la producción de las prendas de vestir, se utilizó el modelo SIPOC el cual se encuentra dividido en cinco partes diferentes, las cuales son proveedor, entrada, proceso, salida y cliente.

Figura 20

Diagrama de procesos



5.4 Capacidad de producción

Para calcular la capacidad de producción se establece 1 operador en el taller, el cual es el encargado de todo el proceso de producción, estableciéndose un nivel de producción de 45 prendas en una jornada laboral de 8 horas y 5 días por semana, generando una capacidad de producción de la siguiente manera:

Tabla 14

Capacidad de producción

Demanda	7.480	7.779	8.090	8.414	8.751
Capacidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teórica	11.340	11.340	11.340	11.340	11.340
Nominal	9.639	9.639	9.639	9.639	9.639
Real	78%	81%	84%	87%	91%

Tal y como se puede apreciar en la tabla 14, la capacidad teórica, la cual es la capacidad máxima de producción de la empresa en un entorno ideal, es de 11,340 prendas de vestir al año, y se estableció una capacidad nominal, la cual es una capacidad realista de producción, del 85%, resultando en un total de 9,639 prendas por año, esto quiere decir que en el año 1 se estará utilizando el 78% de la capacidad instalada para cumplir con la demanda del mercado, y en el año 5 se estará utilizando el 91% de la capacidad para satisfacer a la demanda proyectada.

5.5 Listado de máquinas, equipos, herramientas y utensilios

A continuación, proceden a enlistarse toda la maquinaria y el equipamiento necesario dentro del taller para que se puedan desarrollar todas las actividades pertinentes de la empresa con total normalidad y comodidad:

Tabla 15*Listado de máquinas y equipos*

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Cortadora Kingter 4 Pulgadas	Unidad	1	\$ 510,00	\$ 510,00
Máquina Recta Industrial	Unidad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Máquina Overlock Industrial	Unidad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Máquina Recubridora Industrial	Unidad	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Máquina Ojaladora Industrial	Unidad	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Máquina Botonera Industrial	Unidad	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Mesa 90 x 50	Unidad	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Mesa 120 x 50	Unidad	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Mesa 150 x 50	Unidad	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Anaquele 40 x 200 x 300	Unidad	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Anaquele 80 x 200 x 300	Unidad	3	\$ 675,00	\$ 2.025,00
Silla Giratoria	Unidad	6	\$ 75,00	\$ 450,00
Bote de basura	Unidad	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Computadora Ryzen 5600g	Unidad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Computadora Ryzen 7600g	Unidad	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Impresora	Unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Moto	Unidad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Aire acondicionado	Unidad	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Dispensador de agua	Unidad	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Total				\$ 13.920,00

Las herramientas son esenciales para la producción en la empresa, está contemplada por las agujas necesarias para utilizar las máquinas, tijeras para manipular los hilos y un kit de primeros auxilios en casos de emergencia.

Tabla 16*Listado de herramientas y utensilios*

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Agujas Groz Beckert DB x 1	Caja	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Agujas Groz Beckert B 27	Caja	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Agujas Groz Beckert UY 128 GAS	Caja	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Tijeras	Unidad	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Kit de primeros auxilios	Unidad	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total				\$ 160,00

5.6 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

Las materias primas son los insumos que se van a utilizar para transformarlas en los productos que la empresa planea vender a través de sus procesos de producción, en la cual se ha contemplado un total de 100 rollos de tela, 200 rollos de hilo y 7,480 etiquetas para desarrollar 7,480 prendas de vestir en un año de producción.

Tabla 17

Listado de materiales y materia prima

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Rollos de tela	Unidad	100	\$ 255,20	\$ 25.520,00
Rollos de hilo	Unidad	187	\$ 1,00	\$ 187,00
Botones	Unidad	1226	\$ 0,05	\$ 61,30
Etiquetas	Unidad	7480	\$ 0,10	\$ 748,00
Empaque	Unidad	7480	\$ 0,05	\$ 374,00
Total				\$ 26.890,30

5.7 Listado de proveedores

- Shaoxin City Ohyeahtex Textile Co., Ltd es el principal proveedor de EcoFashion S. A., puesto que esta es la empresa encargada de proveer la tela de bambú que se necesita para producir las prendas de vestir.

Figura 21

Tela de lyocell de bambú



Fuente: Ohyeahtex

- Juki America, Inc es la marca de las maquinarias que se necesitan para producir las prendas de vestir con una precisión y calidad excelente, pero que realmente se pueden conseguir en cualquier parte por internet.

Figura 22

Máquinas de costura JUKI



Fuente: Macoser

- Inducon es la empresa que vende los tipos de agujas especiales que necesitan las máquinas para trabajar con normalidad.

Figura 23

Agujas Groz-Beckert



Fuente: Groz-Beckert

- Finalmente, las etiquetas necesarias para coser en la ropa se realizarán bajo pedido a la Etiquetadora GuioviTex.

CAPÍTULO VI

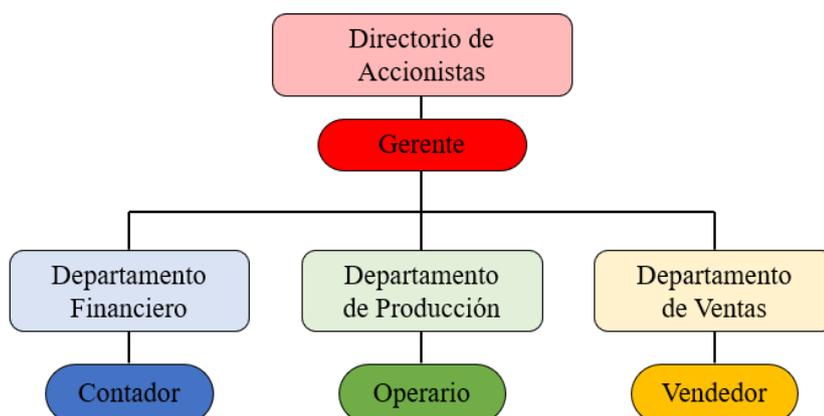
6. Estudio organizacional

6.1 Organigrama estructural

El organigrama estructural es la representación de la jerarquía que tendrá la empresa cuando se encuentre constituida, la cual está encabezada por el directorio de accionistas, los dueños de la empresa, seguido por un gerente, y los trabajadores necesarios para cumplir con todas las actividades necesarias.

Figura 24

Organigrama estructural



6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

Cabe mencionar que la empresa estará constituida en una sociedad anónima, la cual estará conformada por socios inversionistas, cuya junta estará representada por un gerente al frente de la misma, cuyas funciones son:

- Examinar el funcionamiento de la microempresa.
- Convocar y presidir juntas ordinarias y extraordinarias.
- Comunicar decisiones aprobadas por la Junta Directiva.
- Representar a la compañía en relación objeto necesario que demande.

Para asegurar un desarrollo y cumplimiento de las actividades con calidad, todos los trabajadores contratados deberán de cumplir con ciertos requisitos y estándares, y conocer todas sus funciones pertinentes.

Tabla 18

Funciones según las responsabilidades de cada persona

Cargo	Formación	Habilidades	Funciones
Gerente	Tercer nivel de administración de empresas	Liderazgo, capacidad analítica, ética profesional y toma de decisiones bajo presión	Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la empresa y evaluar resultados para la toma de decisiones
Contador	Tercer nivel en Contabilidad y Auditoría	Compromiso y honestidad	Cumplir con todos los movimientos contables de la empresa
Operario	Curso de Corte y Confección	Habilidades de costura, paciencia y perseverancia	Producir todos los productos, desde el corte de la tela hasta el almacenamiento de los productos
Vendedor - Publicista - Delivery	Bachiller - Curso de Conducción	Habilidades sociales, paciencia y persuasión	Atender a los clientes a través de la página y redes sociales, negociar las promociones con influencers y entregar los productos vendidos

6.3 Previsión de RRHH

La nómina es uno de los costos más importantes de toda empresa, puesto que los trabajadores son los que se encargan de hacer funcionar la empresa, por lo que es necesario recompensarles con una remuneración justa con todos sus beneficios:

Tabla 19

Previsión de RRHH para el primer periodo sin fondos de reserva

Puesto	Sueldo \$		Beneficios de ley \$				Sueldo + Beneficios
	Mes	Año	Décimo 3er S	Décimo 4to S	Vacaciones	Aporte P	
Gerente	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 460,00	\$ 300,00	\$ 802,80	\$ 9.962,80
Contador	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 550,00	\$ 460,00	\$ 275,00	\$ 735,90	\$ 9.170,90
Operario	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 460,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 8.379,00
Vendedor	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 230,00	\$ 615,48	\$ 7.745,48
Total	\$ 2.110,00	\$ 25.320,00	\$ 2.110,00	\$ 1.840,00	\$ 1.055,00	\$ 2.823,18	\$ 35.258,18

Tabla 20

Previsión de RRHH para el segundo periodo con fondos de reserva

Puesto	Sueldo \$		Beneficios de ley \$					Sueldo + Beneficios
	Mes	Año	Décimo 3er S	Décimo 4to S	Vacaciones	Fondos R	Aporte P	
Gerente	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 460,00	\$ 300,00	\$ 599,76	\$ 802,80	\$ 10.562,56
Contador	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 550,00	\$ 460,00	\$ 275,00	\$ 549,78	\$ 735,90	\$ 9.720,68
Operario	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 460,00	\$ 250,00	\$ 499,80	\$ 669,00	\$ 8.878,80
Vendedor	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 230,00	\$ 459,82	\$ 615,48	\$ 8.205,30
Total	\$ 2.110,00	\$ 25.320,00	\$ 2.110,00	\$ 1.840,00	\$ 1.055,00	\$ 2.109,16	\$ 2.823,18	\$ 37.367,34

CAPÍTULO VII

7. Estudio legal y societario

7.1 Marco legal

El marco legal es el conjunto de leyes, normas y regulaciones, que toda empresa está en la obligación de cumplir para ser reconocida por la ley ecuatoriana, del mismo modo, son leyes que están sujetas al cambio, los cuales pueden beneficiar o dificultar aspectos del funcionamiento normal de la empresa, por lo que es necesario siempre estar atentos y alinearse con lo que se constate en la ley (Tanenblatt, 2024).

Estas pueden ser la Ley de Compañías, el Código de Trabajo, la Ley de Régimen Tributario Interno, entre otros.

7.1.1 Ley de Compañías

En base a lo que dicta el art. 2 de la Ley de Compañías (2023), se reconocen un total de seis compañías dentro del territorio ecuatoriano, de entre los cuales el negocio se constituirá en una Sociedad por Acciones Simplificadas (S. A. S), la cual siempre poseerá naturaleza mercantil, independientemente de sus actividades de operación y tendrá su domicilio principal dentro del país como lo dicta el art. 5.

Según el Portal Único de Trámites Ciudadanos (2024), la Sociedad por Acciones Simplificadas es un tipo de compañía que se utiliza para impulsar el crecimiento económico a través de la formalización de los emprendimientos para facilitar la accesibilidad de créditos y ampliar las capacidades operativas del negocio.

La Sociedad por Acciones Simplificadas no posee un monto mínimo requerido de constitución, pueden tener de uno a más accionistas y se deben de constituir en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en lugar del Registro Mercantil, como se lo realiza con los demás tipos de compañías, para ello es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Reserva de denominación (ver trámite en línea Reserva de Denominación).
- Acto o contrato constitutivo.
- Nombramiento(s) de Representante Legal.
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, Correo electrónico, Teléfono convencional y/o teléfono celular, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia(s) de cédula o pasaporte.

7.1.2 Código de Trabajo

En cuanto a lo que se establece en las leyes del Código de Trabajo (2014), el art. 8 determina el contrato individual el cual se basa en un convenio donde una persona se dedica a prestar sus servicios a otra bajo su dependencia, a cambio de una remuneración justa acorde a los servicios realizados para mantener una buena relación a largo plazo y evitar el surgimiento de problemas futuros.

En lo que respecta el art. 11, la contratación del personal se la realizará de manera individual por tiempo indefinido, siendo esta el tipo de modalidad de contratación más utilizado, la cual se basa en la prestación del servicio en mano de obra del empleado al empleador, a cambio de una remuneración que no puede ser mejor al Sueldo Básico Unificado.

7.1.3 Ley de Régimen Tributario Interno

Conforme a lo que se establece en los art. 1 y 2 de la Ley de Régimen Tributario Interno, todas las sociedades nacionales y extranjeras son objeto de impuestos y estos se tratan de los ingresos obtenidos provenientes del trabajo, capital o de ambas.

Con base a lo que dicta el art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno, todas las sociedades se encuentran obligadas a llevar la contabilidad y realizar la declaración de impuestos en base a los beneficios generados por la empresa.

En lo que respecta al Impuesto al Valor Agregado, el art. 52 establece que se graba el IVA al valor de un bien que se encuentre en cualquier etapa de su comercialización, el cual actualmente es del 15%, y, con base a los puntos señalados en el art. 54, la comercialización de prendas de vestir es objeto de impuesto y no aplica para la exoneración del mismo.

7.1.4 Ley Orgánica de Aduanas

Debido a que la empresa necesita importar la materia prima para el desarrollo de los productos, debe de acogerse a la Ley Orgánica de Aduanas (2001), en la cual establece en su art. 2 que la zona aduanera es toda la zona del territorio nacional marcado por sus fronteras, por lo que el negocio, al encontrarse dentro del territorio ecuatoriano y ser importador, debe acogerse a esta ley.

Con base a lo que dicta el art. 9, los tributos al comercio exterior son los derechos arancelarios, los impuestos establecidos en leyes especiales y las tasas por los servicios aduaneros, siendo el hecho generador la entrada o salida de los bienes al país tal y como se establece en el art. 12.

7.2 Requisitos para su legitimidad

Para que el negocio pueda realizar todas sus actividades con total normalidad, es necesario cumplir con una serie de requisitos exigidos por la ley, estos pueden realizarse dentro de la ciudad de Manta, que es donde estará constituida la empresa, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad pide, en primera instancia, el permiso de comercialización de los bienes que la empresa ofertará al mercado, así que, para su funcionamiento comercial, debe de cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe contar con el número del Registro Único de Contribuyentes.
- Necesita el permiso vigente por parte del Cuerpo de Bomberos.
- Haber cancelado la patente municipal.
- Arrendada – Contrato de arriendo.
- Obtener el permiso de funcionamiento.

7.2.1 Inscripción al SRI

En base a lo que menciona el Portal Único de Trámites Ciudadanos (2024), se necesita cumplir con una serie de requisitos y realizar una serie de pasos para inscribir la compañía en el Servicio de Rentas Internas, la cuales son los siguientes:

Requisitos:

- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Escritura pública de constitución.
- Hoja con información general y de los accionistas.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud de inscripción y actualización general del RUC.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.

Proceso:

1. Acudir al centro de atención del SRI.
2. Solicitar y esperar turno.
3. Acudir a la ventanilla de atención.
4. Presentar los requisitos y documentación de respaldo.
5. Recibir contestación.

7.2.2 Permiso del cuerpo de bomberos

Obtener el permiso del cuerpo de bomberos es otra de las obligaciones que toda empresa que funcione dentro del país necesita realizar para desarrollar sus actividades pertinentes con total normalidad, en la cual también es necesario cumplir con una serie de requisitos y pasos para obtener el permiso:

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.

Proceso:

1. Acercarse a las oficinas del cuerpo de bomberos.
2. Solicitar y esperar turno.
3. Acudir a la ventanilla de atención.
4. Presentar los requisitos.
5. Pago de permiso.

7.2.3 Patente municipal

La patente municipal es otro de los requisitos obligatorios que se deben cumplir para comenzar con las operaciones de la empresa, cumpliendo con sus requisitos y procesos, los cuales son los siguientes:

Requisitos:

- Estar inscrito en el Servicio de Rentas Internas.
- Debe llenar el formulario de inscripción.
- Firmar el acuerdo de responsabilidad.
- Copia de cedula de ambos lados.
- Copia de certificado de votación de ambos lados.
- Factura de servicio básico.
- Permiso del cuerpo de bomberos.

Proceso:

1. Acercarse a las instalaciones del GAD Manta.
2. Solicitar y esperar turno.
3. Acudir a ventanilla de atención.
4. Presentar la documentación solicitada.
5. Pago de la patente.

7.2.4 Registro de marca SENADI

Finalmente, el último requisito necesario para el funcionamiento de las operaciones del negocio es el registro de marca del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, y para obtenerla se debe cumplir con una serie de requisitos y su procedimiento para obtenerla:

Requisitos:

- Solicitud de Registro de signos distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en digital en formato JPG.

Proceso:

1. Acercarse a las oficinas del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y solicitar asesoría en ventanilla.
2. Generar la solicitud en línea con los requisitos.
3. Pagar la tasa correspondiente.
4. Iniciar el proceso del registro de la marca.
5. Retirar título.

CAPÍTULO VIII

8. Estudio económico y financiero

8.1 Costo unitario de producción

El costo unitario de producción sirve para determinar la cantidad de dinero que se necesita para desarrollar un producto, este se obtiene de dividir todos los costos fijos y variables de la empresa generados en un año natural por la cantidad de productos que se conseguirán producir en ese año con ese dinero.

Tabla 21

Costo unitario de producción

Costos Fijos	Publicidad y Marketing	\$ 3.240,00
	Servicios Básicos	\$ 112,27
	Mantenimiento	\$ 981,50
	Gastos Generales	\$ 4.821,34
	Materiales de Oficina	\$ 38,72
	Materiales de Computación	\$ 1.136,60
	Sueldos y Salarios	\$ 35.258,18
	Total	\$ 45.588,60
Costos Variables	Materia Prima	\$ 26.890,30
	Total	\$ 26.890,30
Costo total de producción		\$ 72.478,90
Número de camisetas vendidas al año		7.480
Costo total unitario		\$ 9,69

Tal y como se muestra en la tabla 21, los costos fijos que la empresa genera en un año son de un total de \$45,588.60 y los costos variables son de \$26,890.30, generando un costo total por año de \$72,478.90 para una producción total de 7,480 prendas de vestir al año, realizando los cálculos previamente mencionados, obtenemos un costo total unitario de \$9,69 en promedio por cada prenda de vestir producida.

8.2 Estructura de costos y gastos

La estructura de costos y gastos se la utiliza para determinar la cantidad de dinero que se necesita utilizar para llevar a cabo todas las operaciones que requiere la empresa para funcionar y determinar la rentabilidad del negocio a través del tiempo.

Costos. Son aquellos elementos financieros que se consideran necesarios para la elaboración de los productos en la empresa.

Tabla 22

Resumen de materiales y materia prima

Ítem	Valor por mes	Valor por año
Rollos de tela	\$ 2.126,67	\$ 25.520,00
Rollos de hilo	\$ 15,58	\$ 187,00
Botones	\$ 5,11	\$ 61,30
Etiquetas	\$ 62,33	\$ 748,00
Empaque	\$ 31,17	\$ 374,00
Total	\$ 2.240,86	\$ 26.890,30

Tabla 23

Servicios básicos de producción

Ítem	Valor por mes	Valor por año
Electricidad	\$ 9,36	\$ 112,27
Total	\$ 9,36	\$ 112,27

Tabla 24

Mantenimiento de Equipos de producción

Ítem	Valor	Porcentaje	Valor por mes	Valor por año
Cortadora Kingter 4 Pulgadas	\$ 510,00	10%	\$ 4,25	\$ 51,00
Máquina Recta Industrial	\$ 450,00	5%	\$ 1,88	\$ 22,50
Máquina Overlock Industrial	\$ 700,00	5%	\$ 2,92	\$ 35,00
Máquina Recubridora Industrial	\$ 950,00	5%	\$ 3,96	\$ 47,50
Moto	\$ 2.000,00	25%	\$ 41,67	\$ 500,00
Total			\$ 54,67	\$ 656,00

Gastos. Son todos aquellos elementos que se consideran necesarios para la administración de la empresa y que son independientes de la producción de la misma.

Tabla 25*Gastos de administración*

Ítem	Valor por mes	Valor por año
Electricidad	\$ 42,58	\$ 510,94
Agua potable	\$ 19,20	\$ 230,40
Servicio de internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Imprevistos	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total	\$ 401,78	\$ 4.821,34

Tabla 26*Útiles de oficina*

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Valor Anual
Juego de grapadora y perforadora	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Cajas de clips	2	\$ 1,10	\$ 2,20
Cajas de grapas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Notas adhesivas (paquetes)	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Folders	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Imprevistos	10%	\$ 3,52	\$ 3,52
Total		\$ 19,62	\$ 38,72

Tabla 27*Gastos de computación*

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Valor Anual
Papel para imprimir (A4)	4	\$ 3,15	\$ 12,60
Tinta para impresora	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Tienda online	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Microsoft Office 360	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 1.136,60

Tabla 28*Gastos de mantenimiento de equipos administrativos*

Ítem	Valor	Porcentaje	Valor por mes	Valor por año
Equipos de Oficina	\$ 485,00	5%	\$ 2,02	\$ 24,25
Equipos de Computación	\$ 2.680,00	5%	\$ 11,17	\$ 134,00
Muebles y Enseres	\$ 3.345,00	5%	\$ 13,94	\$ 167,25
Total			\$ 27,13	\$ 325,50

Tabla 29*Gastos de marketing*

Ítem	Valor por mes	Valor por año
Publicidad y promoción de ventas	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Publicidad por influencers	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total	\$ 270,00	\$ 3.240,00

8.3 Proyección de ventas

Para determinar la proyección de ventas de la empresa se utilizaron los datos del mercado objetivo, de la población de la costa ecuatoriana, la cual es de 7'604,781 habitantes y se consideran a las personas dentro del rango de edad de 15 años en adelante, obteniendo un resultado de 5'201,181 personas, a esta cantidad se le procedió a aplicarle los datos estadísticos obtenidos de la encuesta, dejando un resultado de 144,869 clientes potenciales, sobre el cual la empresa está en la capacidad de cubrir el 5,16% del mercado.

Tabla 30*Mercado objetivo*

Mercado	Porcentaje	Personas
Mercado total	100,00%	7.604.781
Población mayor de 15 años	68,39%	5.201.181
Personas dispuestas en adquirir una nueva marca	99,22%	5.160.612
Personas que pagarían \$20 por prenda	28,39%	1.465.098
Personas que prefieren los colores que oferta la empresa	81,81%	1.198.596
Personas que prefieren un estilo casual y formal	85,16%	1.020.725
Personas que compran ropa en línea	23,44%	239.258
Capacidad de atención	3,13%	7.480

Con base a la capacidad de atención gestionada que puede cubrir la empresa, se procedió a calcular el nivel de la demanda mensual utilizando los datos obtenidos en la encuesta acerca de la frecuencia de consumo de la segunda pregunta, obteniendo así un resultado de 623 prendas a realizar por mes.

Tabla 31

Proyección de consumo mensual

Producto	Porcentaje	Mensual	Anual
Camisa	18,88%	118	1412
Camiseta	38,45%	240	2876
Blusa	42,67%	266	3192
Total	100%	623	7480

Teniendo dicho resultado, se procedió a realizar la proyección de ingresos mensuales y anuales de la empresa, tomando como base los datos obtenidos de la encuesta acerca del género de las personas y del estilo de las prendas de vestir, siendo un 18.88% para las camisas, un 38.45% para las camisetas y un 42.67% para las blusas.

Tabla 32

Proyección de ingresos mensuales

Detalle	Cantidad	Precio	Ingreso mensual
Camisa	118	\$ 20,00	\$ 2.353,71
Camiseta	240	\$ 15,00	\$ 3.595,16
Blusa	266	\$ 13,00	\$ 3.457,62
Total	623		\$ 7.052,78

Tabla 33

Proyección de ingresos anuales

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camisa	\$ 28.244,48	\$ 29.814,87	\$ 31.472,58	\$ 33.222,46	\$ 35.069,62
Camiseta	\$ 43.141,89	\$ 45.540,58	\$ 48.072,63	\$ 50.745,47	\$ 53.566,92
Blusa	\$ 41.491,45	\$ 43.798,38	\$ 46.233,57	\$ 48.804,15	\$ 51.517,66
Total	\$ 112.877,82	\$ 119.153,83	\$ 125.778,78	\$ 132.772,08	\$ 140.154,21
15% IVA	\$ 16.931,67	\$ 17.873,07	\$ 18.866,82	\$ 19.915,81	\$ 21.023,13
Total	\$ 95.946,15	\$ 101.280,75	\$ 106.911,96	\$ 112.856,27	\$ 119.131,08

Cabe recalcar que, se ha proyectado un incremento en el volumen de las ventas en un 4% por cada año transcurrido y un aumento en los precios del 1.5% en referencia de la inflación del país. Debido a esto, se proyectan unos ingresos totales de \$95,946.15 para el primer año de operaciones y un total de \$119,131.08 para el quinto año.

8.4 Proyección de precios

El precio de venta al público de las camisas, las camisetas y las blusas son distintas, con base a las costumbres y las tendencias actuales del mercado, la camisa generará un margen de ganancia de 41.76%, teniendo un costo de precio de venta al público de \$20, la camiseta generará un margen de ganancia del 70.77%, con un precio de \$15, y la blusa generará un margen de ganancia del 52.31%, con un precio de \$13.

Tabla 34

Proyección de precios de la camisa

Detalle	Precio
Camisa	\$ 14,11
(+) Margen de Ganancia	41,76%
Precio Total	\$ 20,00

Tabla 35

Proyección de precios de la camiseta

Detalle	Precio
Camiseta	\$ 8,78
(+) Margen de Ganancia	70,77%
Precio Total	\$ 15,00

Tabla 36

Proyección de precios de la blusa

Detalle	Precio
Blusa	\$ 8,54
(+) Margen de Ganancia	52,31%
Precio Total	\$ 13,00

Tal y como se mencionó anteriormente, a partir del segundo año se refleja un incremento de los precios en un total del 1.5% por año durante los cinco años proyectados, estando basados en los datos estadísticos de la inflación del territorio ecuatoriano, tal y como se puede observar en la tabla 37

Tabla 37

Proyección de precios anual

Detalle	Precio año 1	Precio año 2	Precio año 3	Precio año 4	Precio año 5
Camisa	\$ 20,00	\$ 20,30	\$ 20,60	\$ 20,91	\$ 21,23
Camiseta	\$ 15,00	\$ 15,23	\$ 15,45	\$ 15,69	\$ 15,92
Blusa	\$ 13,00	\$ 13,20	\$ 13,39	\$ 13,59	\$ 13,80

8.5 Plan de inversión

La inversión total para llevar a cabo el presente proyecto e iniciar con las operaciones es de un total de \$25,742.63, el cual está dividido en partes acordadas para cubrir los activos necesarios, siendo un 40.87% destinado para el capital de trabajo, un 54.70% para el activo fijo y un 4.43% en el activo diferido.

Tabla 38

Plan de inversión

Inversión	Valor	Participación
Activo Corriente		
Capital de Trabajo	\$ 10.521,63	40,87%
Activo Fijo		
Equipos de Oficina	\$ 485,00	54,70%
Equipos de Computación	\$ 2.680,00	
Muebles y Enseres	\$ 3.345,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 7.570,00	
Activo Diferido		
Inversión Diferida	\$ 1.141,00	4,43%
Total	\$ 25.742,63	100%

Tabla 39*Estructura de la inversión*

Aplicación	Valor	Porcentaje
Inversión Fija	\$ 14.080,00	54,70%
Inversión Diferida	\$ 1.141,00	4,43%
Capital de Trabajo	\$ 10.521,63	40,87%
Total	\$ 25.742,63	100%

8.6 Líneas de financiamiento

Para la financiación del proyecto se ha determinado obtener dos fuentes de ingreso, gran parte de esta financiación está planteada ser suministrada a través de socios este será en gran medida con aportación de los socios, siendo este del 80.58% del capital necesario, y el 19.42% faltante para la financiación será cubierto a través de un préstamo bancario, también para ser acreedor de las utilidades que genere la empresa.

Tabla 40*Origen de fondos*

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	\$ 20.742,63	80,58%
Crédito Bancario	\$ 5.000,00	19,42%
Total	\$ 25.742,63	100%

Debido a la naturaleza del negocio, de constituirse como sociedad anónima, se establecen al menos dos inversionistas de los cuales se puede dividir al 50% el monto de la inversión de cada persona.

Tabla 41*Estructura accionaria*

Detalle	Monto	Porcentaje
Accionista 1	\$ 10.371,31	50%
Accionista 2	\$ 10.371,31	50%
Total	\$ 20.742,63	100%

Tabla 42*Plan de inversión y origen de fondos*

Inversión Fija	Aporte	Crédito	Total
Equipos de Oficina	\$ -	\$ 485,00	\$ 485,00
Equipos de Computación	\$ -	\$ 2.680,00	\$ 2.680,00
Muebles y Enseres	\$ 1.510,00	\$ 1.835,00	\$ 3.345,00
Maquinaria y Equipo	\$ 7.570,00	\$ -	\$ 7.570,00
Inversión diferida	\$ 1.141,00	\$ -	\$ 1.141,00
Total	\$ 10.221,00	\$ 5.000,00	\$ 15.221,00

Capital de Trabajo	Aporte	Crédito	Total
Materia prima	\$ 6.722,58	\$ -	\$ 6.722,58
Mantenimiento	\$ 81,79	\$ -	\$ 81,79
Servicios básicos	\$ 9,36	\$ -	\$ 9,36
Sueldos y salarios	\$ 2.938,18	\$ -	\$ 2.938,18
Gastos administrativos	\$ 499,72	\$ -	\$ 499,72
Gastos de venta	\$ 270,00	\$ -	\$ 270,00
Total	\$ 10.521,63	\$ -	\$ 10.521,63

Inversión Total = Inversión Fija + Capital de Trabajo	\$ 25.742,63
--	---------------------

Con base a lo que se puede apreciar en la tabla 39, el préstamo bancario es un total de \$5,000.00, al cual se le ha establecido una tasa de interés del 16.00% a un lapso de 5 años, para lo cual la amortización del préstamo queda de la siguiente manera:

Tabla 43*Tabla de amortización del crédito bancario*

Periodo	Saldo Inicial	Pago de Interés	Pago de Capital	Cuota Total	Saldo Final
0					
1	\$ 5.000,00	\$ 800,00	\$ 727,05	\$ 1.527,05	\$ 4.272,95
2	\$ 4.272,95	\$ 683,67	\$ 843,37	\$ 1.527,05	\$ 3.429,58
3	\$ 3.429,58	\$ 548,73	\$ 978,31	\$ 1.527,05	\$ 2.451,26
4	\$ 2.451,26	\$ 392,20	\$ 1.134,84	\$ 1.527,05	\$ 1.316,42
5	\$ 1.316,42	\$ 210,63	\$ 1.316,42	\$ 1.527,05	\$ -

8.7 Flujo de caja proyectado (5 años)

Dentro del flujo de caja proyectado se refleja la liquidez de los ingresos y egresos que la empresa puede tener, es un documento de vital importancia para los inversionistas, ya que les permite analizar la liquidez del negocio para hacer frente a futuros problemas y decisiones financieras de la misma.

Tabla 44

Flujo de caja proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operativos						
Ventas Netas		\$ 95.946,15	\$ 101.280,75	\$ 106.911,96	\$ 112.856,27	\$ 119.131,08
Total Ingreso Operativo		\$ 95.946,15	\$ 101.280,75	\$ 106.911,96	\$ 112.856,27	\$ 119.131,08
Egresos Operativos						
Costos de Fabricación (-Dep)		\$ 22.856,76	\$ 23.199,61	\$ 23.547,60	\$ 23.900,81	\$ 24.259,33
Gastos de Venta		\$ 3.240,00	\$ 3.288,60	\$ 3.337,93	\$ 3.388,00	\$ 3.438,82
Gastos Adm y Gener (-A D)		\$ 42.348,60	\$ 45.124,62	\$ 45.801,49	\$ 46.488,52	\$ 47.185,84
Total Egreso Operativo		\$ 68.445,36	\$ 71.612,83	\$ 72.687,02	\$ 73.777,33	\$ 74.883,99
Superavit o (D) Operat./Año		\$ 27.500,79	\$ 29.667,92	\$ 34.224,94	\$ 39.078,94	\$ 44.247,09
Superavit o (D) Operat./Acum		\$ 27.500,79	\$ 57.168,71	\$ 91.393,65	\$ 130.472,59	\$ 174.719,68
Ingresos no Operativos						
Crédito	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 20.742,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Ingreso no Operativo	\$ 25.742,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egreso no Operativo						
Inv. Fija	\$ 14.080,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inv. Diferida	\$ 1.141,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Principal		\$ 727,05	\$ 843,37	\$ 978,31	\$ 1.134,84	\$ 1.316,42
Gastos Financieros		\$ 800,00	\$ 683,67	\$ 548,73	\$ 392,20	\$ 210,63
Pago Imp Renta y Part. Empl			\$ 9.068,95	\$ 9.896,70	\$ 11.597,54	\$ 13.413,85
Total Egreso no Operativo	\$ 15.221,00	\$ 1.527,05	\$ 10.596,00	\$ 11.423,75	\$ 13.124,58	\$ 14.940,90
Superavit o (D) no Operat./Año	\$ 10.521,63	\$ -1.527,05	\$ -10.596,00	\$ -11.423,75	\$ -13.124,58	\$ -14.940,90
Superavit o (D) no Operat./Acum	\$ 10.521,63	\$ 8.994,58	\$ -1.601,42	\$ -13.025,17	\$ -26.149,75	\$ -41.090,65
Superavit o (D) Total/Año	\$ 10.521,63	\$ 25.973,74	\$ 19.071,93	\$ 22.801,19	\$ 25.954,36	\$ 29.306,19
Superavit o (D) Total/Acum	\$ 10.521,63	\$ 36.495,37	\$ 55.567,30	\$ 78.368,49	\$ 104.322,84	\$ 133.629,03

Tal y como se puede apreciar en la tabla 44, se consigue generar liquidez dentro de todos los periodos proyectados de la empresa, permitiéndole a los inversionistas enfrentar posibles deudas y recuperar la inversión.

8.8 Estado de resultados proyectado (5 años)

Dentro del estado de resultados proyectados se puede apreciar el nivel de ingresos y egresos que tendrá la empresa dentro de los próximos años, este documento es importante para analizar el nivel de utilidades que puede generar la empresa a través de los años.

Tabla 45

Estado de resultados proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por Ventas	\$ 95.946,15	\$ 101.280,75	\$ 106.911,96	\$ 112.856,27	\$ 119.131,08
Costo de Producción	\$ 22.856,76	\$ 23.199,61	\$ 23.547,60	\$ 23.900,81	\$ 24.259,33
Margen Bruto	\$ 73.089,39	\$ 78.081,15	\$ 83.364,36	\$ 88.955,45	\$ 94.871,75
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios	\$ 35.258,18	\$ 37.927,85	\$ 38.496,76	\$ 39.074,22	\$ 39.660,33
Depreciacion	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80
Amortizacion	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20
Materiales de Oficina	\$ 38,72	\$ 39,30	\$ 39,89	\$ 40,49	\$ 41,10
Materiales de Computacion	\$ 1.136,60	\$ 1.153,65	\$ 1.170,95	\$ 1.188,52	\$ 1.206,35
Gastos Básicos	\$ 4.933,60	\$ 5.007,61	\$ 5.082,72	\$ 5.158,96	\$ 5.236,34
Gastos de Mantenimiento	\$ 981,50	\$ 996,22	\$ 1.011,17	\$ 1.026,33	\$ 1.041,73
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 3.240,00	\$ 3.288,60	\$ 3.337,93	\$ 3.388,00	\$ 3.438,82
Total Gastos Operativos	\$ 47.271,60	\$ 50.096,22	\$ 50.822,42	\$ 51.559,51	\$ 52.307,66
Utilidad Operacional	\$ 25.817,79	\$ 27.984,92	\$ 32.541,94	\$ 37.395,94	\$ 42.564,09
Gastos Financieros					
Intereses sobre Préstamo	\$ 800,00	\$ 683,67	\$ 548,73	\$ 392,20	\$ 210,63
Utilidad antes de Participación	\$ 25.017,79	\$ 27.301,25	\$ 31.993,21	\$ 37.003,74	\$ 42.353,46
15% Participacion de Empleados	\$ 3.752,67	\$ 4.095,19	\$ 4.798,98	\$ 5.550,56	\$ 6.353,02
Utilidad antes del Impuesto	\$ 21.265,12	\$ 23.206,06	\$ 27.194,23	\$ 31.453,18	\$ 36.000,44
25% Impuesto a la Renta	\$ 5.316,28	\$ 5.801,52	\$ 6.798,56	\$ 7.863,29	\$ 9.000,11
Utilidad Neta	\$ 15.948,84	\$ 17.404,55	\$ 20.395,67	\$ 23.589,88	\$ 27.000,33

Tal y como se puede apreciar en la tabla 45, dentro de todos los años la empresa posee un superávit de utilidad neta, proyectados en base a un aumento anual del 4% de las ventas y un 1.5% de los costos de operación y gastos operativos a partir del segundo año, tal y como se muestran en la tabla 33 y tabla 37 respectivamente.

8.9 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

Esta proyección permite visualizar el estado financiero de la empresa al inicio de cada año, identificando el nivel de activos, pasivos y patrimonio que poseerá la empresa desde el año 1 hasta el año 5.

Tabla 46

Estado de situación financiera proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Caja	\$ 10.521,63	\$ 36.495,37	\$ 55.567,30	\$ 78.368,49	\$ 104.322,84	\$ 133.629,03
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente	\$ 10.521,63	\$ 36.495,37	\$ 55.567,30	\$ 78.368,49	\$ 104.322,84	\$ 133.629,03
Activos Fijos						
Inversión Fija	\$ 14.080,00	\$ 14.080,00	\$ 14.080,00	\$ 14.080,00	\$ 14.080,00	\$ 14.080,00
Depreciación Acumulada (-)		\$ -1.454,80	\$ -2.909,60	\$ -4.364,40	\$ -5.819,20	\$ -7.274,00
Total Activo Fijo Neto	\$ 14.080,00	\$ 12.625,20	\$ 11.170,40	\$ 9.715,60	\$ 8.260,80	\$ 6.806,00
Activos Diferidos						
Gastos Preoperativos	\$ 1.141,00	\$ 1.141,00	\$ 1.141,00	\$ 1.141,00	\$ 1.141,00	\$ 1.141,00
Amortización Acumuladas (-)	\$ -	\$ -228,20	\$ -456,40	\$ -684,60	\$ -912,80	\$ -1.141,00
Total Activo Diferido Neto	\$ 1.141,00	\$ 912,80	\$ 684,60	\$ 456,40	\$ 228,20	\$ -
Total Activos	\$ 25.742,63	\$ 50.033,37	\$ 67.422,30	\$ 88.540,49	\$ 112.811,84	\$ 140.435,03
Pasivos Corrientes						
Utilidades por Pagar	\$ -	\$ 3.752,67	\$ 4.095,19	\$ 4.798,98	\$ 5.550,56	\$ 6.353,02
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ -	\$ 5.316,28	\$ 5.801,52	\$ 6.798,56	\$ 7.863,29	\$ 9.000,11
Total Pasivo Corriente	\$ -	\$ 9.068,95	\$ 9.896,70	\$ 11.597,54	\$ 13.413,85	\$ 15.353,13
Pasivo a Largo Plazo						
Crédito Bancario	\$ 5.000,00	\$ 4.272,95	\$ 3.429,58	\$ 2.451,26	\$ 1.316,42	\$ -
Total Pasivo a Largo Plazo	\$ 5.000,00	\$ 4.272,95	\$ 3.429,58	\$ 2.451,26	\$ 1.316,42	\$ -
Total Pasivos	\$ 5.000,00	\$ 13.341,90	\$ 13.326,28	\$ 14.048,80	\$ 14.730,27	\$ 15.353,13
Patrimonio						
Capital	\$ 20.742,63	\$ 20.742,63	\$ 20.742,63	\$ 20.742,63	\$ 20.742,63	\$ 20.742,63
Utilidad Ejercicio Anterior	\$ -	\$ -	\$ 15.948,84	\$ 33.353,39	\$ 53.749,06	\$ 77.338,94
Utilidad Ejercicio Actual	\$ -	\$ 15.948,84	\$ 17.404,55	\$ 20.395,67	\$ 23.589,88	\$ 27.000,33
Total Patrimonio	\$ 20.742,63	\$ 36.691,47	\$ 54.096,01	\$ 74.491,68	\$ 98.081,57	\$ 125.081,90
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 25.742,63	\$ 50.033,37	\$ 67.422,30	\$ 88.540,49	\$ 112.811,84	\$ 140.435,03

Tal y como se puede apreciar en la tabla 46, los activos de la empresa aumentan significativamente en comparación con los pasivos de la empresa que únicamente son las utilidades, el impuesto a la renta y el crédito bancario por pagar.

CAPÍTULO IX

9. Evaluación financiera

La evaluación financiera es una herramienta utilizada para determinar y analizar los riesgos y beneficios que pueden tener los accionistas para determinar y decidir si les es conveniente o no invertir su dinero en el negocio. Empezando con el flujo de fondos netos, es una proyección que permite revisar si la empresa generará más ingresos que gastos dentro de los años establecidos para tomar decisiones económicas de ajuste o inversión en base a ellas, el cual también es un documento importante que se utiliza para calcular el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Retorno de la Inversión (ROI), indicadores importantes para que el accionista pueda revisar la rentabilidad del negocio y la atractiva inversión de la misma.

Tabla 47

Flujo de Fondos Netos

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	-	\$15.948,84	\$17.404,55	\$20.395,67	\$23.589,88	\$27.000,33
(+) Depreciación	-	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80	\$ 1.454,80
(+) Amortización	-	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20	\$ 228,20
(-) Activos Fijos	\$ 15.221,00	-	-	-	-	-
(-) Capital Operativo	\$ 10.521,63	-	-	-	-	-
(+) Recuperación de capital de trabajo	-	-	-	-	-	-
(+) Crédito recibido	-	-	-	-	-	-
(-) Pago del Capital	-	\$ 727,05	\$ 843,37	\$ 978,31	\$ 1.134,84	\$ 1.316,42
Flujo Fondos Netos	-\$25.742,63	\$16.904,79	\$18.244,17	\$21.100,36	\$24.138,04	\$27.138,71

Tal y como se aprecia en la tabla 47, siempre se aprecia un valor positivo en el periodo de inversión, siendo el primer año un total de \$16,904.79 y un total de \$27,138.71 en el quinto año, lo que permite ver que el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el Retorno de la Inversión serán positivas.

9.1 WACC o Tasa de descuento

El WACC, conocido también como la Tasa de Descuento o el Coste Promedio Ponderado de Capital, se trata de la tasa de descuento que se utiliza para descontar el Flujo de Fondos Netos al momento de valorar el proyecto y obtener el Valor Actual Neto del mismo, sin embargo, para ello se necesitan dos datos adicionales, los cuales son la tasa de riesgo del accionista y la tasa mínima atractiva de retorno, que se muestran a continuación:

Tabla 48

Tasa de Riesgo del Accionista

Tasa	%
Tasa de inflación anual	1,66%
Tasa sin riesgo	1,55%
Tasa de riesgo país	12,61%
TMAR del Accionista	15,82%

Tabla 49

Tasa Mínima Atractiva de Retorno

Fuentes de Financiamiento	Monto Total	Valor Esperado	Costo (%)	Factor de Ponderación	Ponderación (%)
Accionistas	\$ 20.742,63	\$ 3.280,88	15,82%	80,58%	12,74%
Préstamo Bancario	\$ 5.000,00	\$ 800,00	16,00%	19,42%	3,11%
Total	\$ 25.742,63	\$ 4.080,88		100%	15,85%

Una vez habiendo calculado estos valores, se utilizarán para desarrollar la siguiente fórmula y determinar el coste promedio ponderado de capital:

$$WACC = (TMAR * We) + [Wd * (1 - T) * i]$$

En dónde:

- WACC = Coste Promedio Ponderado de Capital
- TMAR = Tasa de Riesgo del Accionista
- We = Porcentaje de Inversión de los Socios
- Wd = Porcentaje de Financiamiento Bancario
- i = Tasa de Interés del Banco
- T = Tasa Mínima atractiva de Retorno

Significado:

- **TMAR** = 15.82%
- **We** = 80.58%
- **Wd** = 19.42%
- **i** = 16.00%
- **T** = 15.85%

Reemplazando:

$$WACC = (15.82\% * 80.58\%) + [19.42\% * (1 - 15.85\%) * 16.00\%]$$

$$WACC = 15.36\%$$

Resultando en la conclusión de que se debe utilizar una tasa del 15.36% para descontar el Flujo de Fondos Netos y obtener el Valor Actual Neto de la empresa.

9.2 VAN

El Valor Actual Neto se trata de una herramienta financiera la cual es utilizada para determinar el valor presente de un proyecto, esta permite medir la liquidez obtenida en una empresa a través de descontar los egresos y la inversión realizada de los ingresos, resultando en la rentabilidad que podrán obtener los inversionistas a lo largo de la proyección, para ello se realiza el siguiente procedimiento:

$$VAN = \frac{Flujo1}{(1 + WACC)} + \frac{Flujo2}{(1 + WACC)^2} + \frac{Flujo3}{(1 + WACC)^3} + \frac{Flujo4}{(1 + WACC)^4} + \frac{Flujo5}{(1 + WACC)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{16,904.79}{(1 + 15.36)} + \frac{18,244.17}{(1 + 15.36)^2} + \frac{21,100.36}{(1 + 15.36)^3} + \frac{24,138.04}{(1 + 15.36)^4} + \frac{27,138.71}{(1 + 15.36)^5} - 25,742.63$$

$$VAN = \frac{16,904.79}{1.15} + \frac{18,244.17}{1.33} + \frac{21,100.36}{1.54} + \frac{24,138.04}{1.77} + \frac{27,138.71}{2.04} - 25,742.63$$

$$VAN = 14,653.95 + 13,709.26 + 13,744.35 + 13,629.55 + 13,283.53 - 25,742.63$$

$$VAN = 69,020.64 - 25,742.63$$

$$VAN = \$43,283.01$$

Con base al resultado obtenido, se puede observar que el Valor Actual Neto del negocio es de un total de \$43,283.01, lo que resulta en una inversión atractiva considerando que la inversión es de \$25,742.63, es decir, el retorno de la inversión es 2.00 veces mayor que la inversión requerida para llevar a cabo el negocio.

9.3 TIR

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta financiera cuya función es la de evaluar la rentabilidad del negocio en la proyección y no el valor del dinero, considerándose como la tasa máxima que el negocio puede alcanzar para que sea rentable. En el caso de este negocio, se trata de una Tasa Interna de Retorno de 68.85% y la utilizada para llevar a 0 el Valor Actual Neto a través del siguiente proceso:

$$VAN = \frac{Flujo1}{(1 + TIR)} + \frac{Flujo2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Flujo3}{(1 + TIR)^3} + \frac{Flujo4}{(1 + TIR)^4} + \frac{Flujo5}{(1 + TIR)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{16,904.79}{(1 + 68.85)} + \frac{18,244.17}{(1 + 68.85)^2} + \frac{21,100.36}{(1 + 68.85)^3} + \frac{24,138.04}{(1 + 68.85)^4} + \frac{27,138.71}{(1 + 68.85)^5} - 25,742.63$$

$$VAN = \frac{16,904.79}{1.69} + \frac{18,244.17}{2.85} + \frac{21,100.36}{4.81} + \frac{24,138.04}{8.13} + \frac{27,138.71}{13.72} - 25,742.63$$

$$VAN = 10,012.01 + 6,399.51 + 4,383.53 + 2,969.94 + 1,977.63 - 25,742.63$$

$$VAN = 25,742.63 - 25,742.63$$

$$VAN = 0$$

Con base a los resultados obtenidos, se puede concluir que la Tasa Interna de Retorno sí es del 68.85%, siendo la tasa que lleva el Valor Actual Neto hasta 0, lo que se traduce en que el valor y la rentabilidad del proyecto son viables.

9.4 Relación beneficio/costo (RBC)

La Relación Beneficio / Costo se trata de un indicador que permite revisar que tan rentable es el negocio en términos de porcentaje, realizándose una comparación entre el Valor Actual Neto del proyecto con el Costo de la Inversión, de esta manera se puede conocer el Retorno de la Inversión, y se lo obtiene con la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio/Costo} = \frac{\text{Valor Actual Neto}}{\text{Costo de la Inversión}} = \frac{\$43,278.01}{\$25,742.63} = 1.68$$

De acuerdo con el resultado obtenido, podemos observar que el beneficio de la inversión es 1.68 veces mayor que el costo de la inversión, lo cual indica lo tentativo que puede ser para los inversionistas el invertir su dinero en este proyecto.

9.5 Razones financieras

9.5.1 Liquidez

La razón financiera de liquidez se trata de un indicativo que permite medir la capacidad que tiene el negocio de cubrir sus obligaciones a largo plazo, lo cual resulta de dividir el Activo Corriente con el Pasivo Corriente de la siguiente manera:

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$10,521.63}{\$5,000.00} = 210.43\%$$

Tal y como lo muestra la ecuación, se puede apreciar que el negocio posee una liquidez del 210.43%, lo que permite deducir que desde el primer periodo la empresa se encuentra en la capacidad de cumplir con sus obligaciones a largo plazo.

9.5.2 Endeudamiento

La razón financiera de endeudamiento se trata de un indicativo que permite medir el nivel de deuda acerca del negocio y que compromete las operaciones de este, para obtener este valor se debe dividir el Pasivo a Largo Plazo sobre el Capital Total del negocio, resultando de la siguiente manera:

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Capital Total}} = \frac{\$5,000.00}{\$25,742.63} = 19.42\%$$

Tal y como se puede observar, el nivel de apalancamiento de la empresa es de un 19.42%, lo que permite identificar que se realizó una financiación mixta para no alcanzar el 100% de apalancamiento y conseguir una estabilidad del pago de la deuda con los niveles de ingreso.

9.5.2 Rentabilidad

La razón financiera de rentabilidad se trata de un indicativo que permite medir el margen de ganancia de la empresa dentro de un determinado periodo, lo que le permite al accionista tomar decisiones sobre reinversiones con la empresa, para obtener este dato hay que dividir la utilidad neta del período con las ventas netas del mismo de la siguiente manera:

$$\text{Margen de Ganancia} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \frac{\$15,948.84}{\$95,946.15} = 16.62\%$$

Tal y como se muestra el resultado, el margen de ganancia es de un 16.62% en relación con las ventas del negocio, el cual es un porcentaje muy aceptable de rentabilidad para los inversionistas.

9.6 Periodo de recuperación de la inversión

Para el accionista es muy importante conocer el momento en el que se recuperará el valor invertido para llevar a cabo las operaciones de la empresa, este puede ser calculado al actualizar el flujo neto en flujo neto descontado a través de la tasa de descuento, y así medir la cantidad de tiempo que tardará la empresa en recuperar la inversión:

Tabla 50

Periodo de recuperación de la inversión

Años	Inversión	Flujo Neto	Neto Descontado	Descontado Acumulado	Recuperación
0	-\$ 25.742,63				-\$ 25.742,63
1		\$ 16.904,79	\$ 14.653,95	\$ 14.653,95	-\$ 11.088,67
2		\$ 18.244,17	\$ 13.709,26	\$ 28.363,21	\$ 2.620,58
3		\$ 21.100,36	\$ 13.744,35	\$ 42.107,56	\$ 16.364,94
4		\$ 24.138,04	\$ 13.629,55	\$ 55.737,11	\$ 29.994,48
5		\$ 27.138,71	\$ 13.283,53	\$ 69.020,64	\$ 43.278,01

Habiéndose actualizado los fondos netos con la tasa de descuento, se procede a aplicar la siguiente fórmula para calcular el período de retorno de la inversión:

$$PR = a + \left[\frac{b - c}{d} \right]$$

Dónde:

- a = Año anterior de retorno de la inversión
- b = Total de inversión
- c = Suma de flujos años de anteriores al de retorno de la inversión
- d = Flujo en que se cubre la inversión

Significado:

- $a = 1$
- $b = 25,742.63$
- $c = 14,653.95$
- $d = 13,709.26$

Reemplazando:

$$PR = 1 + \left[\frac{25,742.63 - 14,653.95}{13,709.26} \right]$$

$$PR = 1.81$$

Y de esta manera obtenemos la información de que el retorno de la inversión será en 1.81 años, es decir, en 1 año, 9 meses y 2 semanas, resultando en un periodo de tiempo considerablemente corto para recuperar la inversión, convirtiéndose en una propuesta tentativa para los inversionistas.

9.7 Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio hace referencia a la cantidad de unidades que son necesarias a vender por mes para cubrir los costos fijos requeridos para las operaciones de la empresa, es decir, la cantidad exacta de ventas que se necesitan realizar para que la empresa no genere pérdidas, pero tampoco ganancias.

Este valor financiero debe calcularse tanto en cantidad de camisetas/blusas necesarias a vender, como la cantidad de dinero que representan estas ventas, y se las realizan a través de las siguientes fórmulas:

Punto de equilibrio en cantidades:

$$PE_Q = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE_Q = \frac{3,799.05}{15.09 - 3.59}$$

$$PE_Q = \frac{3,799.05}{11.50}$$

$$PE_Q = 330$$

Punto de equilibrio en dólares:

$$PE_{\$} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}} \right)}$$

$$PE_{\$} = \frac{3,799.05}{1 - \left(\frac{3.59}{15.09} \right)}$$

$$PE_{\$} = \frac{3,799.05}{1 - 0.24}$$

$$PE_{\$} = \frac{3,799.05}{0.76}$$

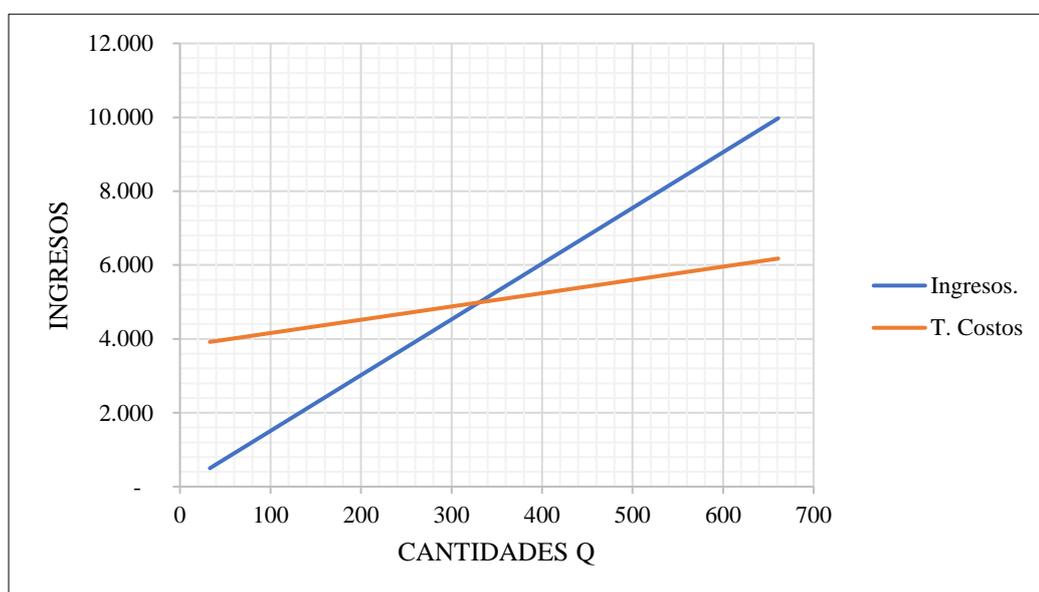
$$PE_{\$} = \$4,987.10$$

Con base a los resultados obtenidos, podemos determinar que es necesario vender una cantidad de 330 unidades al mes, lo que se traduce en generar \$4,987.10 para cubrir los costos fijos de la empresa y llegar al punto de equilibrio entre pérdidas y ganancias.

Para finalizar, en la figura 25 se demuestra el plano elaborado para analizar el punto de equilibrio, en el cual se puede observar y distinguir las 330 prendas de vestir que se necesitan vender al mes para alcanzar los costos totales y llegar al punto en el que no se pierde ni se gana utilidades, y que, a partir de esa cantidad, todas las ventas se traducirán en utilidades menos su respectivo costo de producción por prenda.

Figura 25

Gráfica del punto de equilibrio



CONCLUSIONES

La realización de este proyecto de emprendimiento demuestra diversos signos de que su rentabilidad y factibilidad que pueden alcanzarse si se ejecutan como es debido.

El estudio de mercado demuestra que hay una gran cantidad de personas que están dispuestas a adquirir el producto, además, con los beneficios que esta tela ofrece de ser perfecta para zonas templadas, y su enfoque ecológico, se puede generar una buena marca y publicidad que llamen la atención de la costa y el país ecuatoriano.

El estudio técnico demuestra todos los insumos y el proceso de producción necesario para llevar a cabo una adecuada gestión del área productiva a través de un bosquejo del área de trabajo ideado para permitir una producción fluida y sin contratiempos, optimizando movimientos ineficientes de producción.

El estudio organizacional demuestra el nivel jerárquico que debe adoptar la empresa dentro de sus cuatro trabajadores establecidos, así como sus funciones y requisitos que deben de tener dichas personas para generar un funcionamiento estable y profesional de la empresa.

El estudio financiero con su respectiva evaluación demuestra que se puede alcanzar una rentabilidad considerable con una proyección de producción y ventas anuales realistas, convirtiéndose en una empresa con crecimiento potencial y tener posibilidades de introducirse en el mercado textil gracias a su factor diferenciador que tiene buenos índices de ser aceptado por la sociedad ecuatoriana, la tela de bambú.

RECOMENDACIONES

Al ser una marca y una empresa completamente nueva, será necesario implementar estrategias agresivas de publicidad y captación de clientes para cumplir con los estándares de proyección de ventas, aprovechando todos los beneficios que ofrece la tela y su enfoque sostenible para realzar la marca y hacerla conocida.

Uno de los factores a tener en cuenta es que, al ser una tela especializada para épocas de calor, es necesario tomar en consideración que, en las épocas más frescas del año, se pueda contemplar una reducción de las ventas del mismo, por la cantidad de personas que compren el producto específicamente por el calor, generando una etapa de “fuera de temporada”, por lo que hay que tenerlo en consideración en los resultados financieros de la empresa para no reducir su rentabilidad.

La empresa puede mantener un crecimiento a largo plazo al poseer una gran capacidad de expansión al poder introducir más variedad de colores, diseños e incluso otras líneas de productos como pantalonetas o calcetines para continuar innovando y seguir reinventándose, de esta manera, podrá mantenerse en la vanguardia y ampliará su posición en el mercado con un crecimiento seguro y sostenible.

Para finalizar, cabe recalcar que quedan abierto más espacios en el área de producción, al ser una sola persona la que manipula las máquinas, para aumentar su capacidad a largo plazo, o en caso de que el proyecto llegue a tener más éxito del esperado y poder estar preparados para cumplir con la demanda del mercado objetivo.

López, C. (2016). *Reciclado del plástico [PET*] para la. UTN*. Obtenido de https://www.edutecne.utn.edu.ar/trabajo_final/reciclado_PET.pdf

Meijer, T., & Seffelaar, C. (2023). *Bambú: El Tejido del Futuro*. Bamigo. Obtenido de https://bamigo.com/media/wysiwyg/PDF/ES_Bambu_el_tejido_del_futuro.pdf

Ohyeahtex. (2023). *Lyocell fabric*. Obtenido de <https://www.ohyahtex.com/product/9/>

Portal Único de Trámites Ciudadanos. (2024). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gadmc-manta>

Tanenblatt, E. (2024). *Marco legal y regulatorio*. Detons. Obtenido de <https://www.dentons.com/es/find-your-dentons-team/practices/public-policy-and-regulation>

ANEXOS

Anexo 1

Formato de encuesta

Cuestionario de encuesta para la creación de una empresa de confección y venta de ropa ecológica hecha a base de tela de bambú

Pregunta #1 ¿Cuál es su género?

Indicadores	Respuestas
Hombre	
Mujer	

Pregunta #2 ¿Cada cuánto tiempo suele comprar vestimenta?

Indicadores	Respuestas
Cada mes	
Cada 3 meses	
Cada 6 meses	
Cada año	
Cada 2 años o más	

Pregunta #3 ¿En qué tienda de ropa suele comprar ropa?

Indicadores	Respuestas
RM	
EtaFashion	
DePraty	
En locales informales (como en Nuevo Tarqui)	
Otro	

Pregunta #4 ¿Está dispuesto a adquirir ropa de una nueva marca?

Indicadores	Respuestas
Sí	
No	

Pregunta #5 ¿Qué aspectos suele considerar al comprar vestimenta?

Indicadores	Respuestas
Precio	
Calidad	
Marca	
Diseño	
Color	
Local de confianza	
Comodidad	
Materiales ecológicos	

Pregunta #6 ¿Cuánto dinero paga por una camiseta / blusa?

Indicadores	Respuestas
\$5	
\$10	
\$15	
\$20	
\$25 o más	

Pregunta #7 ¿Qué color de camiseta / blusa prefiere comprar?

Indicadores	Respuestas
Negro	
Blanco	
Azul	
Rojo	
Otro	
Es indiferente	

Pregunta #8 ¿Qué tipo de estilo le gusta adquirir en una camiseta / blusa?

Indicadores	Respuestas
Formal	
Casual	
Deportivo	

Pregunta #9 ¿Por cuál medio compra la vestimenta?

Indicadores	Respuestas
Acude hasta la tienda	
La compra en línea	
Ambas	

Pregunta #10 ¿Cuáles son las mayores preocupaciones que tiene al comprar vestimenta en línea?

Indicadores	Respuestas
Talla incorrecta	
Tiempo de entrega	
Estafas	
Seguridad de los datos	
Calidad del producto	
Costos de envío	