



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### TESIS DE GRADO

#### TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Tesis presentada previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

Autor:

Palomo Iza Beatriz Taciana

Director:

Ing. Arias Figueroa Roberto Carlos

Latacunga – Ecuador

Diciembre - 2015

## **AUTORIA**

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....

Palomo Iza Beatriz Taciana

C.I. 050245965-4

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de Palomo Iza Beatriz Taciana de la carrera Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Diciembre del 2015

**El Director**

.....

**Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante: **PALOMO IZA BEATRIZ TACIANA**, con el título de tesis: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis. Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Diciembre del 2015

Para constancia firman:

.....  
Ing. Angelita Marlene Salazar Corrales

**PRESIDENTE**

.....  
Ing. Palma Corrales Eliana Nathalie

**MIEMBRO**

.....  
Ing. Borja Brazales Yadira Paola

**OPOSITOR**



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

## CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señora Egresada de la Carrera de Ingeniería Comercial: **PALOMO IZA BEATRIZ TACIANA**, cuyo título versa **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, diciembre del 2015

Atentamente,

**Lic. Marcia Janeth Chiluisa Chiluisa**  
**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**  
C.C. 0502214307

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme estar con vida, por tener a los seres que más quiero junto a mí, como es mi hija y mi esposo, y por guiarme por el camino correcto.

A mis padres por el cariño y apoyo incondicional, por inducirme a la dedicación y responsabilidad para alcanzar mis metas, a mis queridos hermanos por su apoyo incondicional en todo momento.

A la familia Acosta en especial a la Familia Acosta Soria mi eterno agradecimiento y gratitud por brindar su apoyo ilimitado en todo momento.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, a sus docentes en especial al Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa, Director de la presente investigación, por todo el apoyo brindado.

Palomo Iza Beatriz Taciana

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico con profundo amor y gratitud a Dios por que con su luz me supo guiar por el camino del bien y darme fuerza para la culminación del presente trabajo.

A toda mi familia por su amor y apoyo incondicional, a la familia Acosta Soria por su apoyo desinteresado y en especial a dos seres maravillosos y amados para mí como es mi preciosa hija y mi amado esposo por ser mi inspiración para alcanzar mis sueños.

A mis amigas y amigos por su apoyo incondicional.

Palomo Iza Beatriz Taciana

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	v
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vii
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPITULO I

#### FUNDAMENTO TEÓRICO

1.1.	Antecedentes de la Investigación.....	3
1.2.	Categorías Fundamentales.....	6
1.3.	Marco Teórico.....	7
1.3.1	Administración.....	7
1.3.1.1	Importancia de la Administración.....	7
1.3.1.2.	Fases de la Administración.....	8
1.3.1.2.1.	Planeación.....	8
1.3.1.2.2.	Organización.....	8
1.3.1.2.3.	Dirección.....	9
1.3.1.2.4.	Control.....	10
1.3.1.3.	Niveles Administrativos.....	11
1.3.1.3.1	Nivel Estratégico.....	11



1.3.1.3.2.	Nivel Táctico.....	11
1.3.1.3.3.	Nivel Operativo.....	11
1.3.1.4.2.	Especificidad.....	11
1.3.1.4.3.	Unidad del Proceso .....	12
1.3.1.4.4	Unidad Jerárquica .....	12
1.3.2.	Emprendimiento.....	12
1.3.2.1.	Importancia .....	12
1.3.2.2.	Tipos de Emprendedor .....	13
1.3.2.2.1.	Emprendedores visionarios .....	13
1.3.2.2.2.	Emprendedores por necesidad o sociales.....	13
1.3.2.2.3.	Emprendedores Persuasivos.....	13
1.3.2.2.4.	Emprendedores Inversores .....	13
1.3.2.2.4.	Emprendedores Especialistas .....	14
1.3.2.2.5.	Rastreadores de Oportunidades.....	14
1.3.2.2.6.	Emprendedores por Azar .....	14
1.3.2.3.	Ventajas y Desventajas de Ser Emprendedor .....	14
1.3.2.3.1.	Ventajas.....	14
1.3.2.3.2.	Desventajas .....	14
1.3.2.3.3.	Espíritu Emprendedor .....	15
1.3.2.2.4.	Cultura Emprendedora .....	16
1.3.2.4.	Generación de Idea.....	16
1.3.2.4.1.	Imaginación.....	16
1.3.2.4.2.	Identificación de la Idea.....	17
1.3.3.	Plan de Negocio .....	18
1.3.3.1.	Importancia del Plan de Negocios .....	18
1.3.3.2.	Ventajas de la Utilización de un Plan de Negocios. ....	18
1.3.3.3.	Beneficios del Plan de Negocios.....	19
1.3.3.4.	Etapas del Plan de Negocios .....	20
1.3.3.4.1.	Estudio de Mercado .....	20
1.3.3.4.2.	Estudio Técnico.....	23

1.3.3.4.3.	Estudio Organizacional .....	24
1.3.3.4.4.	Estudio Financiero .....	27
1.3.3.4.5	Estudio de Ingresos y Egresos .....	30
1.3.3.4.5.1.	Elementos del estudio de Ingresos y Egresos .....	31
1.3.3.4.6.	La Evaluación del Proyecto .....	32
1.3.3.4.6.1	Elementos de la Evaluación del Proyecto .....	33

## CAPITULO II

### ESTUDIO DE MERCADO

2.1.	Objetivos del Estudio de Mercado .....	35
2.2.	Actividad de investigación .....	36
2.2.3.	Problema .....	36
2.2.3.1.	Justificación .....	37
2.2.4.	Fuentes de Información.....	38
2.2.4.1.	Fuentes de información primaria .....	38
2.2.4.2.	Fuente de información secundaria .....	38
2.2.5.	Tipos de investigación .....	38
2.2.5.1.	Cuantitativa .....	39
2.2.5.2.	Cualitativa .....	39
2.2.6.	Método de Investigación.....	39
2.2.7.	Técnicas de investigación .....	40
2.2.7.1.	Encuestas.....	40
2.2.7.2.	Entrevista .....	40
2.2.8.	Instrumento de investigación .....	41
2.2.9.	Identificación del Mercado Meta .....	41
2.2.9.2.	Segmentación Geográfica .....	41
2.2.9.4.	Segmentación Psicográfica .....	44
2.2.11.	Prueba Piloto .....	46
2.2.12.	Muestra.....	47
2.2.13.	Plan Muestral .....	48
2.2.14.	Programación y desarrollo del trabajo de campo.....	49

2.2.15.	Distribución Muestral .....	50
2.2.16.	Tabulación de resultados.....	51
2.2.16.1.	Análisis e Interpretación de Resultados .....	52
2.2.17.	Definición del producto .....	62
2.2.18.	Características del tejido en lana pura.....	62
2.2.20.	Gustos y preferencias .....	64
2.3.	Análisis de la Demanda.....	64
2.3.1.	Demanda Actual.....	65
2.3.2.	Demanda proyectada.....	66
2.3.3.	Análisis de la oferta.....	68
2.3.4.	Oferta actual .....	70
2.3.5.	Oferta proyectada.....	71
2.3.6.	Determinación de la demanda Potencial Insatisfecha .....	72
2.4.	Análisis de precios .....	74
2.4.1.	Precios Proyectados .....	75
2.5.	Análisis de comercialización.....	76
2.6.	Estrategias de Comercialización .....	76
2.7.	Conclusiones del Estudio de Mercado .....	79

### CAPÍTULO III

#### ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO

3.1	Objetivos.. .....	81
3.1.1	Objetivo General .....	81
3.1.1.1	Objetivos Específicos.....	81
3.1.2.	Tamaño.....	82
3.1.2.1.	Tamaño y Mercado .....	82
3.1.3.	En función al Tamaño de Mercado .....	85
3.1.4.	En función de Materia Prima. ....	85
3.1.5.	En función a la Mano de Obra. ....	86
3.1.6.	En función a la Tecnología. ....	86
3.1.7.	Tamaño propuesto.....	90

3.1.8.	Plan de producción.....	91
3.1.9.	Localización.....	91
3.1.9.1.	Macro localización.....	92
3.1.9.2	Micro localización.....	93
3.1.10.	Ingeniería .....	94
3.1.10.1.	Procesos Productivos .....	94
3.1.10.2.	Descripción del Proceso Productivo .....	94
3.1.12.	Requerimientos del Proyecto .....	100
3.2.	Estudio Económico y Financiero .....	104
3.2.1.	Inversión Inicial .....	105
3.2.2.1.	Inversión Fija. ....	105
3.2.2.2.	Inversión Diferida .....	106
3.2.2.3.	Capital de Trabajo.....	106
3.2.3.	Cronograma de inversiones.....	108
3.2.4.	Financiamiento.....	109
3.2.4.1.	Financiamiento con Aporte Propio .....	109
3.2.5.1.	Presupuesto de Costos.....	110
3.2.5.2.	Clasificación de Costos.....	111
3.2.5.3.	Presupuesto de Ingresos .....	112
3.2.6.	Estados financieros.....	113
3.2.6.1.	Estado de pérdidas y ganancias.....	113
3.2.6.1.1.	Punto de Equilibrio .....	113
3.2.6.2.	Estado de Situación Financiera .....	115
3.2.6.2.1.	Flujo de Efectivo (Caja).....	117
3.2.7.	Análisis de los Estados Financieros .....	118
3.2.7.1	Razones de Liquidez .....	119
3.2.7.2.	Razones de Actividad.....	119
3.2.7.3	Razones de Rentabilidad.....	121
3.3.	Evaluación Financiera.....	123
3.3.1.	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	123

3.3.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	124
3.3.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	125
3.3.4.	Relación Costo Beneficio.....	126
3.3.5.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	127
3.4.	Propuesta Administrativa.....	128
3.4.1.	Razón Social .....	128
3.4.2.	Constitución Jurídica.....	130
3.4.4.	Misión .....	132
3.4.5.	Visión .....	132
3.4.6.	Valores corporativos .....	132
3.4.7.	Políticas .....	133
3.4.7.1.	Estructura Orgánica.....	135
3.4.7.2.	Organigrama Estructural .....	135
3.5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	140
3.5.1.	Conclusiones .....	140
3.5.2.	Recomendaciones.....	142
3.6.1.	Referencias Bibliográficas .....	144
	ANEXOS.....	145

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 2. 1	Variable Geografica .....	42
TABLA N° 2. 2	Segmentación por Edad.....	43
TABLA N° 2. 3	Población Economicamente Activa Año 2010.....	44
TABLA N° 2. 4	Variables Segmentacion del Mercado.....	45
TABLA N° 2. 5	La Población 2010.....	46
TABLA N° 2. 6	Resultado de la Prueba Piloto.....	47
TABLA N° 2. 7	Plan Muestral.....	49
TABLA N° 2. 8	Programación y Desarrollo de Trabajo de Campo .....	49
TABLA N° 2. 9	Cronograma de Actividades .....	50
TABLA N° 2. 10	Distribución Encuestas Cantón Salcedo.....	50
TABLA N° 2. 11	Uso de Ropa Tejida en Lana .....	52
TABLA N° 2. 12	Frecuencia de Uso de Ropa Tejida en Lana .....	53
TABLA N° 2. 13	Adquisición de Ropa Tejida en Lana .....	54
TABLA N° 2. 14	Creación de una Microempresa de Tejido de Lana.....	55
TABLA N° 2. 15	Aspectos Importantes de la Ropa Tejida en Lana.....	56
TABLA N° 2. 16	Referencia por la Ropa Tejida en Lana.....	57
TABLA N° 2. 17	Forma de Adquisición del Producto.....	58
TABLA N° 2. 18	Existencia de Mercado con Variedad de Ropa Tejida en Lana..	59
TABLA N° 2. 19	Medio de Comunicación .....	60
TABLA N° 2. 20	Precio a Pagar por Este Tipo de Prendas.....	61
TABLA N° 2. 21	Estimación de la Demanda.....	65
TABLA N° 2. 22	Demanda Actual Prendas/Año 2015 .....	66
TABLA N° 2. 23	Demanda Actual y Proyectada para el Cantón Salcedo .....	67
TABLA N° 2. 24	Número de Oferentes en el Mercado.....	68
TABLA N° 2. 25	Importaciones y Exportaciones del Año 2010 .....	69
TABLA N° 2. 26	Oferta Actual .....	70
TABLA N° 2. 27	Oferta Proyectada Años/Producción (Unidades) .....	71
TABLA N° 2. 28	Determinacion de la Demanda Insatisfecha .....	73

TABLA N° 2. 29 Precios de Productos en Lana en el Primer Año .....	74
TABLA N° 2. 30 Precios Proyectados.....	75
TABLA N° 2. 31 Estrategias de Comercialización .....	77
TABLA N° 3. 32 Demanda Actual prendas/año 2015.....	83
TABLA N° 3. 33 Demanda Insatisfecha Proyectada.....	84
TABLA N° 3. 34 Maquinaria y Equipo.....	87
TABLA N° 3. 35 Herramientas .....	88
TABLA N° 3. 36 Muebles y Enseres.....	89
TABLA N° 3. 37 Equipo de Cómputo.....	89
TABLA N° 3. 38 Adquisición Mensual de Lana.....	89
TABLA N° 3. 39 Proveedores de Lana Pura.....	90
TABLA N° 3. 40 Tamaño Propuesto.....	90
TABLA N° 3. 41 Plan de Producción Años / Cantidad en Prendas .....	91
TABLA N° 3. 42 Superficie de la Planta.....	98
TABLA N° 3. 43 Distribución de la Planta .....	99
TABLA N° 3. 44 Infraestructura .....	100
TABLA N° 3. 45 Maquinaria y Equipo.....	100
TABLA N° 3. 46 Muebles y Enseres.....	101
TABLA N° 3. 47 Muebles de Oficina .....	101
TABLA N° 3. 48 Equipo de Computó.....	101
TABLA N° 3. 49 Materiales e Insumos.....	102
TABLA N° 3. 50 Suministros y Materiales de Limpieza .....	102
TABLA N° 3. 51 Mano de Obra Directa.....	103
TABLA N° 3. 52 Costo de Materia Prima (Año 1) .....	103
TABLA N° 3. 53 Servicios Basicos.....	104
TABLA N° 3. 54 Gastos Diferidos (Constitución).....	104
TABLA N° 3. 55 Inversión Inicial (en dólares).....	107
TABLA N° 3. 56 Capital de Trabajo Neto Estimado (Mensual en Dólares).108	
TABLA N° 3. 57 Cronograma de Inversiones.....	108
TABLA N° 3. 58 Tabla de Depreciaciones .....	109

TABLA N° 3. 59 Estructura de Costos.....	110
TABLA N° 3. 60 Clasificación de Costos Fijos - Variable (Primer Año).....	111
TABLA N° 3. 61 Estructura de los Ingresos del Plan (Vida Útil 5 años) .....	112
TABLA N° 3. 62 Estado Proforma de Pérdidas y Ganancias.....	113
TABLA N° 3. 63 Cálculo del Punto de Equilibrio .....	114
TABLA N° 3. 64 Estado de Situación Financiera (En Dólares).....	116
TABLA N° 3. 65 Flujo de Caja .....	118
TABLA N° 3. 66 Capital de Trabajo .....	119
TABLA N° 3. 67 Rotación Activos Fijos .....	120
TABLA N° 3. 68 Rotación Activos Focales .....	120
TABLA N° 3. 69 Margen Utilidad Bruta .....	121
TABLA N° 3. 70 Margen Utilidad Neta.....	122
TABLA N° 3. 71 Rendimiento de la Inversión .....	123
TABLA N° 3. 72 Cálculo del Valor Actual Neto.....	125
TABLA N° 3. 73 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno .....	126
TABLA N° 3. 74 Relación Tosto - Beneficio.....	127
TABLA N° 3. 75 Período de Recuperación .....	128
TABLA N° 3. 76 Descripción de Funciones del Gerente .....	137
TABLA N° 3. 77 Descripción de Funciones del Dto. Producción.....	138
TABLA N° 3. 78 Descripción de Funciones del Dto. Comercialización .....	139



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1. 1 Categorías Fundamentales.....	6
GRÁFICO N° 2. 2 PEA .....	44
GRÁFICO N° 2. 3 Uso de Ropa Tejida en Lana .....	52
GRÁFICO N° 2. 4 Frecuencia de Uso de Ropa Tejida en Lana .....	53
GRÁFICO N° 2. 5 Adquisición de Ropa Tejida en Lana .....	54
GRÁFICO N° 2. 6 Creación de una Microempresa de Tejido de Lana .....	55
GRÁFICO N° 2. 7 Aspectos Importantes de la Ropa Tejida en Lana .....	56
GRÁFICO N° 2. 8 Preferencia por la Ropa Tejida en Lana .....	57
GRÁFICO N° 2. 9 Forma de Adquisición del Producto.....	58
GRÁFICO N° 2. 10 Existencia de Mercado con Variedad de Ropa Tejida en Lana.	59
GRÁFICO N° 2. 11 Medio de Comunicación .....	60
GRÁFICO N° 2. 12 Precio a Pagar por Este Tipo de Prendas.....	61
GRÁFICO N° 2. 13 Demanda Proyectada.....	67
GRÁFICO N° 2. 14 Ofertada Proyectada .....	72
GRÁFICO N° 2. 15 Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	73
GRÁFICO N° 2. 16 Canal de Distribucion.....	76
GRÁFICO N° 3. 17 Mapa de Macrolocalización .....	92
GRÁFICO N° 3. 18 Mapa de Microlocalización.....	93
GRÁFICO N° 2. 19 Flujograma del Proceso de Fabricación de Textiles en Lana ....	96
GRÁFICO N° 3. 20 Simbología Flujograma .....	97
GRÁFICO N° 3. 21 Distribución Área Administrativa .....	98
GRÁFICO N° 3. 22 Distribución del Área Operativa.....	99
GRÁFICO N° 3. 23 Punto de Equilibrio.....	115
GRÁFICO N° 3. 24 Organigrama Estructural Empresa “Moda en Lana”.....	135
GRÁFICO N° 3. 25 Organigrama Funcional Empresa “Moda en Lana” .....	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 2. 1 Productos a Fabricarce.....	63
FIGURA N° 3. 2 Logotipo.....	129
FIGURA N° 3. 3 Presentación.....	129



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS  
Latacunga – Ecuador

---

## TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TEJIDOS DE LANA PURA UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN MIGUEL, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”

**Autor:** Palomo Iza Beatriz Taciana

### RESUMEN

El estudio elaborado radica en forjar opciones que formen el crecimiento y desarrollo del país, mediante la creación de un plan de negocios que permita la producción y comercialización de prendas tejidas en lana pura, esta necesidad surge debido a que en los almacenes de ropa que hay en la ciudad de Salcedo, carecen de ropa tejidas en lana pura y los pocos que existen no son de calidad, no hay variedad y sus diseños no son exclusivos, esto hace que no se satisfaga las necesidades del consumidor. La metodología de la investigación que se utilizó fue la cuantitativa en la obtención de datos numéricos de la oferta y demanda, cualitativa se aplicó a través de las encuestas en la que se determinó las necesidades del consumidor. En la parte que concierne al estudio de mercado se diagnosticó la factibilidad de la idea, para lo cual se analizó el comportamiento de la demanda y la oferta además se identifica nuestro mercado meta a donde se va dirigir, mientras que en el estudio técnico se concretó la localización, tamaño y la ingeniería de los procesos para producir las prendas en lana pura y por último en el estudio financiero se realizó el análisis económico a través de los índices financieros llegando a la conclusión de que el proyecto es viable para su ejecución.

Descriptores: Mercado, consumidor, factibilidad



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS  
Latacunga – Ecuador

---

## TOPIC: “BUSSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY OF PURE TISSUE WOOL IN SALCEDO CITY, COTOPAXI PROVINCE”

Author: Palomo Iza Beatriz Taciana

### ABSTRACT

The study is focusing on options developed to form the growth and development of the country, by creating a business plan that allows for the production and marketing of wool garments. Lacking this need arises because in clothing stores there are in Salcedo.

There aren't wool clothes and the few that exist are not quality there isn't variety, their designs are not unique, the research methodology was used quantitative in getting numerical data on supply and demand, qualitative was applied through the surveys that consumer needs are determined. The market study concerns the feasibility of the idea was diagnosed, the behavior of the demand and supply our market also identifies where they will lead was analyzed, while in the technical study the location size and engineering of processes to produce concrete wool clothes.

Finally in the financial study economic analysis was performed using through financial indices reaching the conclusion that the project is viable for execution.

Descriptors: market consumer, feasibility.

## INTRODUCCIÓN

En un medio cambiante y de exigente mercado, se debe proyectar la imagen de una empresa cuyos productos satisfagan a los consumidores, por este motivo se crea, el Plan de negocios de tejidos en lana pura cuyo objetivo es promover a la creación de una empresa que produzca variedad de prendas tejidas en lana pura con modelos exclusivos.

Además este plan es diseñado para alcanzar el posicionamiento de la nueva empresa con respecto a los demás competidores y pasar a la etapa de crecimiento, logrando ganancias y utilidades.

Por lo tanto se desarrolló el estudio de mercado utilizando métodos de investigación cuantitativa en la que se determina el universo del estudio que se tomó de los datos del INEC del último censo de población, el mismo que indica que en el cantón existe 58.216 habitantes que representa la población motivo de estudio, en base a esta cifra se aplicó la fórmula de la muestra y se establece que se aplicara 144 encuestas a los posibles clientes.

La investigación está compuesta por tres capítulos; en el capítulo I se despliega el marco teórico en el que se analizan conceptos importantes y relevantes sobre el tema, se tomara citas textuales de diferentes autores los mismos que permiten tener un conocimiento más amplio y profundo de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolla la investigación de mercado con el fin de conocer cómo se encuentra el mercado a donde vamos a ofrecer el producto, se determina la oferta, la demanda, se realiza el análisis de precios, la investigación se desarrolla con la ayuda de los métodos y técnicas de investigación como es la encuesta que se aplicó a los posibles clientes del Cantón.

En el capítulo III, se realizó el estudio técnico donde se establece la mejor localización de la nueva empresa, además se desarrolla la propuesta administrativa

en donde se crea la misión, visión, políticas, estrategias que ayuden a cumplir los objetivos, y el estudio económico para conocer la factibilidad y la inversión inicial necesaria para su ejecución, se aplican fórmulas financieras para establecer el tiempo de recuperación de la inversión, el porcentaje de rentabilidad, proyecciones de ventas y otros indicadores económicos que permiten conocer la situación financiera de la empresa en un tiempo determinado.

Además para el presente plan de negocios se toma en cuenta las estrategias, de producto, precio, distribución, promoción y publicidad, este estudio va encaminado a la creación de una empresa reconocida y exitosa, y a la satisfacción de los clientes con variedad de prendas tejidas en lana pura.

# CAPITULO I

## FUNDAMENTO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes de la Investigación

(CAIDEDO, Paola 2014) en su tesis denominado **“Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Sistemas de Calentamiento de Agua a Base de Paneles Solares en el Cantón Pujilí en el periodo 2012-2013”** donde plantea como objetivo general determinar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa operativa, que mejor se adapte a los criterios de optimización de recursos, para lo cual utilizó métodos de investigación deductivo, además obtuvo información por medio de la aplicación de la encuesta a través de un instrumento llegando a la conclusión de conocer si el mercado en el que se enfocaba el proyecto era apto para su desarrollo económico y productivo, tanto por las características de la población como por el acceso a los recursos tecnológicos y de proveedores existentes en el mercado.

(PIEDRA, Doris 2014) en su tesis llamado **“Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Dedicada al Tratamiento de Desechos y Desperdicios Orgánicos de Plazas y Mercados para la Producción de Humus en el Cantón Pujilí Provincia de Cotopaxi periodo 2013-2014”** plantea como objetivo general realizar el estudio técnico y económico con la finalidad de conocer los recursos necesarios, la

localización, pero principalmente la viabilidad para la ejecución del proyecto, para esta investigación se utilizó el método inductivo, la encuesta, y entrevista, de acuerdo a los análisis realizados en la propuesta se puede apreciar que el proyecto ha generado una gran expectativa en las autoridades y habitantes del cantón por lo que reduce la contaminación de las plazas y mercados por la presencia de basura orgánica.

(BERMEO, Norma y otros, 2011) su tesis con el tema “**Plan de Negocios para la Creación de un Plantel Avícola de Producción y Comercialización de Huevos Bajo un Régimen de Alimentación sin Químicos en el Sector de Lasso Provincia de Cotopaxi**” señala como objetivo general efectuar un estudio financiero que permita determinar los ingresos y los gastos, la inversión inicial, la utilidad neta de la empresa. Para la misma que trabajo con investigación explicativa, cuantitativa, técnicas de investigación e instrumento de investigación, por medio de esta mencionan como conclusión que la evaluación financiera presenta resultados positivos lo que justifica la puesta en marcha del proyecto.

(GUZMAN, Diana 2013, Diana 2013) en su tesis denominado “**Plan de Negocios para la Creación de un Almacén de Repuestos Automotrices en la Ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi**” establece como objetivos establecer la inversión inicial para el desarrollo del almacén la misma que lo realizo utilizando el método inductivo, encuesta, observación y cuestionario logrando llegar a la conclusión de que la idea de innovar el mercado en nuestra ciudad impulsa la propuesta de desarrollar un plan de negocios, el cual permita satisfacer la demanda insatisfecha encontrada en los propietarios de automóviles.

(ZAPATA, Moses 2011) en su tesis con el tema “**Plan de Negocios para la Creación de un Complejo Turístico-Deportivo en el Barrio Rio blanco Bajo de Lasso Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi**” plasmó como objetivo general realizar una investigación de los requerimientos técnicos para la implantación del complejo turístico-deportivo que encaminara el comportamiento organizacional del



proyecto como parte necesaria dentro del proceso de elaboración del plan de negocio, para desarrollar esta investigación recurrió al método empírico y técnicas de investigación llegando a la conclusión de que la creación del complejo en la provincia Cotopaxi sector Lasso permitirá que las familias del lugar puedan disfrutar los mejores servicios turísticos beneficiando al turista nacional y extranjero.

## 1.2. Categorías Fundamentales

**GRÁFICO N° 1.1**  
**CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Beatriz Palomo

## **1.3. Marco Teórico**

### **1.3.1 Administración**

(NUÑO DE LEON, Pierina 2012). “La Administración es la unión integral de los conceptos de ciencia social, técnica y arte, que se ocupa de llevar a cabo un proceso dentro de un ciclo administrativo” (pág. 12).

(HAROLD Koontz, y otros, 2012). “La Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz” (pág. 04).

La administración es una disciplina y proceso, es disciplina de un organismo acumulado de conocimientos que incluye principios, teorías, conceptos, etc. Es un proceso ya que comprende funciones y actividades que los administradores deben llevar a cabo para lograr los objetivos de la organización.

La administración se define como una ciencia social que está formada de principios, técnicas y prácticas que ayuda a llevar las actividades, esfuerzos y recursos de una organización de forma sistemática para alcanzar los objetivos planteados.

#### ***1.3.1.1 Importancia de la Administración***

La Administración es un elemento muy importante dentro de una organización establecida o nueva, ya que es el fundamento que les permite ampliar su productividad y competitividad.

### ***1.3.1.2. Fases de la Administración***

#### ***1.3.1.2.1. Planeación***

(PALACIOS, Luis 2012). Manifiesta que “La Planeación es un proceso continuo que refleja los cambios del entorno y privilegia las buenas relaciones con sus clientes y competidores” (pág. 148)

Es la primera etapa muy importante que se debe tomar en cuenta para el éxito de una empresa, en esta etapa es donde se analiza y se registra metas, objetivos, misión y visión para alcanzar los resultados esperados en un tiempo determinado.

Los fundamentos de la planeación son:

- Determinar y registrar la misión, visión, los objetivos, la filosofía, las políticas, los principios, las creencias, la ética y las prioridades.
- Analizar el estado actual de la organización.
- Proveer al futuro para el cumplimiento de los objetivos.
- Señalar los caminos para alcanzar los objetivos
- Tomar las decisiones oportunas e implementar los planes de acción y evaluar los resultados.

#### ***1.3.1.2.2. Organización***

(PALACIOS, Luis 2012) que “La organización pone en orden los esfuerzos y la estructura para desarrollar las actividades necesarias, reuniendo los recursos en forma ordenada para su mejor aprovechamiento” (pág. 169)

La organización es la etapa que se encarga de ordenar de manera correcta las actividades laborales que realiza cada departamento de toda la empresa, aprovechando los recursos económicos y humanos de manera eficiente y eficaz.

La persona encargada de la organización debe involucrarse a profundidad en las actividades de la organización, conocer las funciones de cada departamento, conocer con la gente con quienes va a trabajar es decir, empezar y mantener buenas relaciones con el personal y poder tomar decisiones correctas para el cumplimiento de los objetivos.

Los fundamentos de la organización son:

- Mantener buenas relaciones laborales con el recurso humano.
- Dividir de manera justa y señalar de forma clara las funciones de acuerdo al perfil de cada individuo las actividades de cada departamento.
- Establecer el orden jerárquico en cada departamento
- Crear buen ambiente de trabajo
- Realizar un organigrama de acuerdo a las necesidades de la empresa.

#### ***1.3.1.2.3. Dirección.***

(PALACIOS, Luis 2012) “La Dirección es los planes y esfuerzos de organización deben ser puestos en acción” (pág. 178)

La dirección es la habilidad de llevar la organización de forma armónica por el camino correcto, aprovechando la energía y habilidades del personal.

Es el arte de dirigir y ejecutar de manera armónica las actividades de cada departamento aprovechando a lo máximo los conocimientos y habilidades del recurso humano.

Los Fundamentos de la Dirección son:

La dirección es la tercera etapa en el ciclo administrativo.

- Orientar y ejecutar los planes.
- Crear y mantener un buen ambiente laboral.
- Investigar las necesidades de cada persona.
- Mantener una buena comunicación con los diferentes departamentos.
- Vigilar continuamente todas las actividades de la empresa.

#### ***1.3.1.2.4. Control***

(PALACIOS, Luis 2012) “El control es la medición de los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente con el fin de restringir, regular, corregir, mejorar y formular nuevos planes” (pág. 222).

El control cumple con una labor fundamental dentro del proceso administrativo como llevar por el camino correcto la ejecución de los planes, ya que por más precisos que sean los planes organizacionales y estructurales si no existe el control no se conocerá el avance de las actividades en desarrollo y por lo tanto no se cumplirá con los objetivos establecidos.

El control es una de las etapas más relevantes dentro la administración de negocio, es la que se encarga, de que los planes sigan su curso, por medio de esta se toma decisiones oportunas como saber si se debe limitar, normar, corregir o mejorar y poder alcanzar los objetivos señalados.

Los Fundamentos del Control son:

- El control siempre está para verificar el resultado de los objetivos señalados.
- Medición. Para controlar es indispensable medir y cuantificar los resultados.
- Descubrir desvíos entre la ejecución y la planeación.

- El control se encarga de predecir y corregir los errores

### ***1.3.1.3. Niveles Administrativos***

#### ***1.3.1.3.1 Nivel Estratégico***

Es la administración del nivel superior que tiene el mayor poder y lleva la responsabilidad total de una empresa.

#### ***1.3.1.3.2. Nivel Táctico***

Es la administración que está subordinada por el nivel superior a la que reporta el funcionamiento detallado de la empresa, además de desarrollar planes para realizar las metas generales establecidas por la alta dirección.

#### ***1.3.1.3.3. Nivel Operativo***

Es la administración que supervisa a los trabajadores y las operaciones que realizan.

### ***1.3.1.4. Características de la Administración***

#### ***1.3.1.4.1. Universalidad:***

La administración necesita donde quiera que existe un organismo social, es decir desde una tienda hasta los negocios más grandes.

#### ***1.3.1.4.2. Especificidad***

La administración siempre se encuentra acompañada de ciencias de diferente índole como la economía, la contaduría, la ingeniería, entre otras, sin embargo esta mantiene su especificidad a pesar de su estrecha relación con las diferentes ciencias.

#### ***1.3.1.4.3. Unidad del Proceso***

A pesar de que el proceso administrativo está formado por diferentes etapas, este es único, firme, lo que varía es su grado de aplicación en los diferentes procesos en los cuales se desee emplear, Siempre se debe mantener la interacción de sus elementos Como es la Planeación, organización, ejecución y control.

#### ***1.3.1.4.4 Unidad Jerárquica***

Todas las personas en una organización tienen un nivel de participación, en distintos grados y circunstancias, forman un solo cuerpo administrativo, desde el Gerente General, hasta el último empleado.

### ***1.3.2. Emprendimiento***

#### ***1.3.2.1. Importancia***

(CARDONA, Carlos 2010) menciona que “Son personas creativas que sin pretender ser dueños de una empresa estimulan la creación de entes empresariales impulsan y promueven empresas y son exitosos en el campo de la gerencia de empresas y de negocios” (pag. 21)

En la sociedad existen innumerables personas emprendedoras que continuamente buscan nuevas oportunidades para salir adelante, estos esfuerzos son adaptados a cualquier cambio del medio, apoyando de esta manera al desarrollo económico del lugar donde se encuentra.

El emprendimiento se ha establecido como un medio muy importante en la vida diaria por la necesidad de personas que desean obtener su independencia y estabilidad



económica. Por el alto nivel de desempleo que existe hace que las personas miren al futuro y decidan generar sus propios recursos, implementando sus propios negocios y pasar de ser empleados a empleadores.

### ***1.3.2.2. Tipos de Emprendedor***

#### ***1.3.2.2.1. Emprendedores visionarios***

Son personas que se caracterizan por una clara vocación y pasión en la actividades que realizan son capaces de hacer más de una tarea a la vez los mismos que lo hacen de forma eficiente.

#### ***1.3.2.2.2. Emprendedores por necesidad o sociales***

Son personas creativas que luchan por cubrir las necesidades existentes sin lucrar este tipo de personas deben saber que su trabajo debe ser sostenible para que se mantenga en el mercado.

#### ***1.3.2.2.3. Emprendedores Persuasivos***

Son personas carismáticas y tienen el poder de convencer y su capacidad más fuerte es sumar colaboradores a la actividad a realizarse.

#### ***1.3.2.2.4. Emprendedores Inversores***

Son personas que tienen capital e invierten en un nuevo proyecto este tipo de emprendedor se aleja de las tareas diarias lo que puede llevar al abandono en el primer obstáculo.

#### ***1.3.2.2.4. Emprendedores Especialistas***

Son personas que trabajan solos y tiene problemas cuando tiene que trabajar con uno o más personas.

#### ***1.3.2.2.5. Rastreadores de Oportunidades***

Son personas que tienen la capacidad de identificar las oportunidades en los mercados

#### ***1.3.2.2.6. Emprendedores por Azar***

Son personas que han iniciado un negocio de manera fortuita

### ***1.3.2.3. Ventajas y Desventajas de Ser Emprendedor***

#### ***1.3.2.3.1. Ventajas***

- ***Autonomía.***- Es la independencia y la libertad para tomar decisiones.
- ***Control Financiero.***- Administra muy bien sus ingresos y egresos hasta obtener una alta rentabilidad.
- ***Desafío.***-Tiene entusiasmo para iniciar un proyecto

#### ***1.3.2.3.2. Desventajas***

- ***Sacrificio Personal.***- El emprendedor trabaja mucho y no tiene tiempo para la familia
- ***Sobre Carga de Responsabilidades.***- Tiene muchas responsabilidad por no tener dinero para contratar personas que lo ayuden por lo cual el emprendedor debe ser activo.

- ***Margen de Error.-*** Muchas de las decisiones que toman los emprendedores son equivocadas y pueden ocasionar resultados ineficientes en el negocio.

Se debe poner en una balanza dichas ventajas y desventajas para saber si el emprendedor está dispuesto a superar las desventajas y poder continuar con su propuesta, la misma que sin duda será el mejor de los negocios dentro de su área y mucho mejor si se pone un buen empeño y trabajo sobretodo estar siempre innovando.

#### ***1.3.2.3.3. Espiritu Emprendedor***

(ARAO, Idalberto 2010) manifiesta que “El emprendedor es la persona que inicia y/u opera un negocio o una iniciativa emprendedora para realizar una idea original o un proyecto personal y que asume riesgos y responsabilidades e innova continuamente” (Pg. 252)

El espíritu emprendedor, es una actitud que tienen ciertas personas, capaces de liderar y de formar ideas creativas e innovadoras, la misma que no poseen todas las personas.

El espíritu emprendedor nace de las necesidades e insatisfacciones sufridas en la vida diaria ya que si no existieran necesidades no surgirían ideas creativas por lo tanto no existirían emprendedores, el emprendedor está en constante investigación que genera ideas innovadoras que permiten crear un nuevo negocio que satisfagan las necesidades insatisfechas, se puede decir que donde hay problemas hay oportunidades para el emprendedor el mismo que ofrece soluciones.

El emprendedor es un individuo que tiene la capacidad de dar soluciones a los problemas, es la persona que rompe con lo monótono y ofrece nuevas formas de hacer una determinada actividad.

El emprendedor posee cinco cualidades importantes que se explican a continuación. (PALACIOS , Luis 2012) señala lo siguiente:

- a) **Autoestima.-** Para valorarse, respetarse y tener sentido de dignidad como cimiento sobre la cual construir un futuro para ser felices y exitosos.
- b) **Visión.-** Para traspasar los muros de la conformidad y resistencia al cambio para construir los sueños que impulsen a las personas a superar sus metas.
- c) **Propósito.-** Para tener objetivos retadores que motiven a las personas a hacer valiosa la existencia.
- d) **Compromiso.-** Con la salud, la familia, el trabajo, la profesión, para mejorar continuamente todo cuanto se proponga.
- e) **Contribución.-** Para dejar testimonio del paso por este mundo, al crear un valor y contribuir para que la humanidad viva mejor. (Pag.01)

#### ***1.3.2.2.4. Cultura Emprendedora***

(ARAO, Idalberto 2010)menciona que la “ La cultura Emprededora es una cultura de constantes desafíos. Sin embargo, no basta con actuar solo sobre las personas. Tambien es preciso saber crear todas las condiciones organizacionales con el fin de brindarles oportunidades efectivas para desempeñarse como emprendedoras.” (Pg. 256)

#### ***1.3.2.4. Generación de Idea***

##### ***1.3.2.4.1. Imaginación***

(PALACIOS, Luis 2012) menciona “La imaginación, fantasía o sueños es la facultad del alma que representa las imágenes de las cosas reales o ideales. (Pg. 39)

La imaginación es la capacidad de los individuos de inventar, representar objetos reales o virtuales en su pensamiento y plasmarlo en un documento y ponerlo en práctica.

Existen diferentes maneras de generar nuevas ideas para un producto o servicio que admita aportar en la satisfacción de las necesidades que no ha sido cubierta por los mercados existentes.

#### ***1.3.2.4.2. Identificación de la Idea***

El emprendedor debe tener clara la idea de negocio para que pueda ejecutar la misma que se inicia por medio de la observación del entorno, identificando necesidades, investigando etc.

(FLOREZ, Juan 2010) señalo lo siguiente:

- ***Identificación oportuna de una necesidad.-*** Quien la detecta y sabe satisfacerla, tiene amplias posibilidades de éxito empresarial
- ***Identificar una carencia.-*** Descubrir algo que no se esté haciendo y que de llevarse a la práctica tener éxito.
- ***Descubrir una deficiencia.-*** Cuando algo no se está haciendo bien o se puede hacer mejor, se puede mejorar mediante una nueva propuesta
- ***Sacar provecho a las aficiones del emprendedor.-*** Significa dedicarse a aquello que realmente al emprendedor le gusta hacer.
- ***Nuevas aplicaciones de viejos productos.-*** Reinventar mediante la innovación
- ***Cambios en los hábitos de consumo de la sociedad.-*** El estar atento a estos cambios puede ser una excelente fuente de ideas. (pág. 3)

### ***1.3.3. Plan de Negocio***

Según (ALLEN, Kallen; MEYER Eral 2012)“ Plan de negocios define como un documento que presenta una imagen completa y detallada de la nueva empresa y la estrategia para su lanzamiento ”(pág. 90).

(FLORES, Juan 2012) manifiesta que “Plan de Negocios es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión” (pág. 28).

Un Plan de Negocios es una idea de negocio plasmada en un documento en donde se analiza y se registran los pasos a seguir, en caminado a la satisfacción de las necesidades del consumidor y poder cumplir con los objetivos establecidos.

#### ***1.3.3.1. Importancia del Plan de Negocios***

El plan de negocios es un instrumento muy importante que todo emprendedor debe realizar para luego ejecutar, pues es el documento en donde se ve con claridad lo que va a suceder con el producto o servicio que se va a sacar al mercado, ya que es menos costoso equivocarse en el proyecto que en la realidad, también es el documento que brindara información a los colaboradores de la empresa, inversionistas e instituciones financieras que a futuro se puede necesitar su ayuda.

#### ***1.3.3.2. Ventajas de la Utilización de un Plan de Negocios.***

- Exige al emprendedor a investigar y obtener información real que puede ser estadística o de la experiencia de la gente para.
- Ayuda a saber cuál será el presupuesto que se necesita para sus distintas actividades.
- Ayuda a que el negocio cumpla su objetivo general.
- Evita el fracaso.

- Ayuda poner las ideas del emprendedor en forma ordenada.
- Ayuda a prever al futuro por cambios que sufrirá la empresa.
- Ayuda a la toma de decisiones oportunas.
- Ayuda como instrumento de meditación al dar forma a sus ideas sobre cómo serán las estrategias y como alcanzara sus metas y objetivos.
- Ayuda como instrumento de comunicación ya que es documento donde se registraran todas actividades que realizara la empresa.
- Sirve como instrumento de marketing. Ya no siempre se cuenta con los recursos necesarios para iniciar con un negocio, o crear un producto o serbio se debe buscar préstamo y el plan puede ayudar a atraer posibles inversionistas.
- Sirve como instrumento de Gestión de Recursos Humanos, es aquí donde se planifica las necesidades de personal, de formación y se forma la distribución justa de sus responsabilidades.
- Sirve como motivación para el personal ya que les señala como deben alcanzar sus metas.

### ***1.3.3.3. Beneficios del Plan de Negocios***

El plan de negocio es la descripción anticipada de una empresa de la que se debe aprovechar a lo máximo para obtener beneficios.

Es un instrumento que beneficia e involucra desde el gerente de la empresa hasta el obrero es decir todos los que forman la empresa para conocer los objetivos de la empresa.

- Conocer mejor su producto o servicio y tomar decisiones.
- Establecer cuáles son sus metas y objetivos.
- Predecir posibles problemas y fallas.
- Saber de dónde vendrán sus recursos económicos.

- Tener parámetros para medir el crecimiento de la empresa.

#### ***1.3.3.4. Etapas del Plan de Negocios***

El Plan de Negocios está formado por las siguientes etapas:

##### ***1.3.3.4.1. Estudio de Mercado***

(FLORES, Juan 2012) manifiesta que “El Estudio Mercado. Es el punto de iniciación de un proyecto, el cual identifica quienes son los posibles compradores de lo que se va producir a un precio accesible al mercado” (pág. 97)

(FERNANDEZ, Nogales 2004), la investigación de mercado ofrece una variada gama de metodologías que permite la realización de estudios que se puede ajustar a distintas necesidades, clientes y presupuestos.

El estudio de mercado consiste en seguir un proceso adecuado desde el inicio hasta el final considerando a cada una de las actividades el análisis correspondiente para su efecto y poder obtener los resultados y objetivos, satisfaciendo las necesidades de los clientes a los cuales está dirigido nuestro producto.

Los elementos del estudio del mercado son:

##### ***a) Análisis del sector***

La parte del análisis del sector significa una descripción del sector o industria en la cual se va a situar, así como de los historiales de ésta, y de cómo ha ido prosperando.



En este espacio se puede señalar, el tamaño del sector, la posición dentro de ésta, sus representantes principales, las ventas pasadas, actuales y futuras, los aspectos de crecimiento, las tendencias, etc.

### ***b) Análisis de la demanda***

El análisis de la demanda es una de las partes fundamentales dentro del estudio de mercado, consiste en analizar el mercado objetivo al cual se dirige el producto o servicio, conocer sus gustos y preferencias, sus características, e investigar si están dispuestos adquirir nuestros productos o servicios.

El primer paso para realizar el análisis de la demanda es desarrollar la segmentación de mercado, es decir investigar el lugar específico y conocer el mercado total que existe para nuestro producto o servicio, y poder además saber un número estimado de clientes potenciales que deseen comprar.

Una vez seleccionado el mercado objetivo, se debe realizar un análisis amplio y describir las características más importantes del consumidor, cómo puede ser, cuántos consumidores son, a qué velocidad están creciendo, cuáles son sus gustos, deseos y preferencias, dónde compran, cuándo compran, cuánto se tardan en comprar, cuánto gastan en promedio, cuáles son sus hábitos de consumo, costumbres y actitudes.

### ***c) Pronóstico de la demanda.***

El pronóstico de la demanda se obtiene a través del análisis de la demanda; significa en pronosticar cuánto sería la demanda o las ventas de nuestro negocio en un tiempo determinado.

Realizar el pronóstico de la demanda, permite elaborar la proyección o presupuesto de ventas, que es el presupuesto a partir del cual se elaborarán los demás; por lo que debemos preocuparnos que el pronóstico de la demanda sea el más real posible.

***d) Análisis de la oferta.***

El análisis de la oferta también conocido como el análisis de la competencia, consiste en el estudio realizado a las empresas que competirán, ya sean empresas que produzcan o vendan productos o servicios similares (competencia directa), o empresas que produzcan o vendan productos o servicios sustitutos (competencia indirecta); con el fin de obtener información que permita competir de la mejor manera posible.

***e) Análisis de la comercialización.***

El análisis de la comercialización es registrar las principales características del bien o servicio, de cómo se va a distribuir, definir cuáles serán sus canales de distribución. En la comercialización se analiza el producto, plaza, precio y promoción.

En el producto se señala cuáles serán sus principales características, es decir sus atributos, los beneficios que aportará a los consumidores, etc.

En el precio se señala cuál será el precio que tendrán los productos o servicios, y explicar de la elección del precio, el margen de utilidad, las estrategias de descuento, etc.

La plaza es señalar cómo serán distribuidos los productos, cuáles serán los puntos de ventas, las razones de su elección etc.

En la promoción se señala las promociones de ventas que se utilizan, los medios publicitarios, el lema publicitario, etc.

#### ***1.3.3.4.2. Estudio Técnico***

(FLORES, Juan 2012) señala que “El estudio Técnico, es donde deberán identificarse los requerimientos de equipos necesarios para la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar”. (Pág.180).

Representa el diseño de tu producto y cómo será desarrollado en el contexto de la producción y el marketing, se debe incluir en el presupuesto recursos para la compra de materiales, costos operativos y administrativos y servicios profesionales.

El estudio técnico es otro instrumento muy importante que se debe tomar en cuenta dentro de la elaboración de un plan de negocios, la misma que debe tratar con cuidado para poder obtener datos reales de su producto o servicio a ser distribuido tomando en cuenta la oferta y demanda de los consumidores para proyectar las cantidades de venta.

Los elementos del estudio técnico son:

##### ***a) Requerimientos físicos.***

En este espacio se describen las necesidades físicas que serán necesarias para hacer funcionar un negocio, es decir contar con terrenos, edificios, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, insumos o materias primas, etc.

##### ***b) El proceso del negocio.***

En esta parte se detallan los pasos que se debe seguir en las operaciones diarias del negocio, es decir los pasos a seguir en las compras, en la transformación de los productos, los pasos para el almacenamiento y por último los pasos para la distribución del producto o servicio.

Para detallar el proceso que debe seguir las diferentes actividades para la elaboración del producto o servicio del negocio, se debe señalar aspectos que estén acorde a la misma y que puedan ayudarnos a hacer una mejor descripción, es decir se puede señalar cuál será la política de compras de materiales o insumos, el tamaño de inventario, pasos para el control de calidad del producto, para una mejor descripción de los procesos lo mejor es construir diagramas de flujo.

### ***c) El local del negocio.***

En esta parte se registra la descripción del local o punto de venta del negocio, por ejemplo, su infraestructura, su tamaño, su ubicación y las razones de la elección de dicha ubicación, etc.

Para una mejor descripción del local, es mejor realizar planos donde se demuestre la ubicación y distribución del local.

### ***1.3.3.4.3. Estudio Organizacional***

(FLORES, Juan 2012)manifiesta que “Estudio Organizacional hace referencia a la definición de su estructura orgánica, personal de planta, asignaciones de funciones básicas a cada cargo, establecimiento de límite de autoridad y responsabilidad, el proceso de reclutamiento, selección, inducción y capacitación, identificación de canales de comunicación, motivación” (pág.163).

En esta parte se expone el funcionamiento diario del negocio, señala la persona responsable de las actividades, sus actividades y las necesidades de capital y gasto.

El estudio organizacional es la que se encarga de ordenar la estructura orgánica, ordenar al personal, asignar en forma justa las responsabilidades y obligaciones de cada departamento etc.

Los elementos son:

***a) Estructura jurídica.***

En esta parte se registra la forma jurídica que tomará a futuro la empresa, si será constituida como persona natural o jurídica, si será como empresa individual o de sociedad y el tipo de empresa bajo la cual se formará el negocio.

***b) Estructura orgánica.***

Es la descripción de la estructura orgánica del negocio, es decir, cómo se dividirán o instalarán las áreas o espacios del negocio, y cómo se sistematizará no coordinarán las diferentes actividades que se ejecuten en las mismas.

Para la descripción de la estructura orgánica del negocio se debe analizar y registrar el tipo de organización al que se va a recurrir, como puede ser organización funcional, lineal, por producto, etc.

También la descripción de áreas, departamentos o unidades orgánicas que poseerá el negocio, y las relaciones jerárquicas que se darán entre todos los departamentos. Lo recomendable en esta parte es representar y demostrar toda la estructura orgánica a través de la elaboración de un organigrama.

***d) Requerimiento de personal.***

Se registra al personal que se necesitará para cada puesto, para ello podemos realizar un cuadro de asignación de personal, en la se indican los cargos requeridos, el número de vacantes, y el perfil demandado para cada puesto.

En el perfil demandado o requerido se puede indicar cuál será la experiencia, conocimientos, habilidades y destrezas que una persona debe tener para poder ocupar el puesto.

***e) Gastos de personal.***

Se detallan los sueldos, salarios y beneficios que serán destinados a cada puesto de trabajo. Además se debe elaborar un cuadro con la proyección del total de los gastos del personal, para el periodo de tiempo en que esté proyectado el plan de negocios.

***f) Sistemas de información.***

Los diferentes sistemas de información con que contará el negocio, es decir, los procesos de entrada, almacenamiento, procesamiento y salida de información que se manejarán.

También la información que ingresa al negocio como las compras, los datos del cliente, etc. Así como también quiénes serán los encargados de registrar dicha información, dónde se almacenará, procesará y organizará, y cómo será entregado cuando sea requerida, como puede ser por medio de informes, reportes, etc.

***g) Perfil del equipo directivo.***

En la parte de la organización, se puede incluir también la descripción del equipo de trabajo para poner en marcha y dirigir el negocio; con más razón, si el principal objetivo del plan de negocio es el de enseñar a los potenciales inversionistas.

Se puede registrar el historial profesional de cada uno de los integrantes del equipo, como su experiencia en el tipo de negocio, sus proyectos ejecutados, sus logros alcanzados, los conocimientos, habilidades y destrezas que aportarán al negocio, etc.

También se puede incluir los currículums del personal del negocio en los documentos anexos del plan.

#### ***1.3.3.4.4. Estudio Financiero***

(DIAZ, Flor y otros, 2009) Señalan que “Desde el punto de vista financiero, un proyecto es en esencia un intercambio de sumas de dinero.” (pág. 289)

Es el que se encarga de analizar y determinar cuál es el monto de los recursos económicos con los que cuenta el negocio para la ejecución del proyecto, los costos de operación del proceso productivo y la proyección de ingresos que aspira alcanzar

Es el estudio financiero el que determina de forma cuantitativa y bancaria el costo de la operación, también se encarga de evaluar, visualizar la rentabilidad del proyecto y pronosticar su recuperación.

Los elementos del Estudio Financiero son:

##### ***a) Inversión fija***

(DIAZ, Flor y otros, 2009) Menciona que “Las inversiones fijas son las compras en activos realizadas con el fin de garantizar su funcionamiento inicial.” (pág. 272).

En esta parte se enumeran todos los activos fijos necesarios para las actividades del negocio que no estén tomados en cuenta para la venta y que se necesitara con sus respectivos valores.

Los activos fijos los podemos dividir en:

- **Muebles y enseres:** son los mobiliarios y algunos equipos como son , por ejemplo, mesas, sillas, escritorios, estantes, computadoras, impresoras, teléfonos, registradoras, calculadoras, extintores, etc.
- **Maquinaria y equipos:** comprende lo necesario para fabricación del producto o para la prestación del servicio, por ejemplo, máquinas de coser, cortadoras, taladros, tornos, soldadores, herramientas, etc.
- **Vehículos:** comprende los vehículos necesarios para el transporte del personal o de la mercadería de la empresa.
- **Terrenos y edificios:** son los terrenos, edificios, construcciones, infraestructura; así como la inversión requerida para la implementación del local es decir todo que se refiere al acondicionamiento y decoración del local comercial.

#### ***b) Activos intangibles***

En esta parte se enumeran todos los activos intangibles que posee la empresa como puede ser patentes, marcas, conocimiento, competencia, etc. Que se necesitara y el valor de los mismos.

Los activos intangibles los podemos dividir en:

- **Investigación y desarrollo:** estudio del proyecto, investigación de mercados, diseños del producto, etc.
- **Gastos de constitución y legalización:** constitución legal de la empresa, obtención de licencias, permisos, registros, etc.
- **Gastos de puesta en marcha:** selección y capacitación de personal, marketing de apertura, promoción y publicidad, etc.
- **Imprevistos:** monto destinado en caso de emergencia.



### ***c) Capital del trabajo***

(DIAZ, Flor y otros, 2009) Señalan que “El capital de trabajo es el recurso financiero requerido para las operaciones del proyecto, de acuerdo con un programa de acción” (pág. 273)

El capital de trabajo es el dinero necesario para poner el funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión.

En este punto hacemos una lista de todos los elementos que conformarán el capital de trabajo, y el valor de cada uno de ellos.

El capital de trabajo lo podemos clasificar en:

***Realizable:*** está formado por todo aquello que puede ser almacenado, como son materias primas o insumos de acuerdo a la actividad de cada empresa si se trata de una empresas productora se almacenara productos en proceso, productos terminados, de una empresa comercializadora los envases, útiles de escritorio, etc.

***Disponible:*** dinero requerido para pagar diversos servicios después de que éstos hayan sido utilizados, por ejemplo, pago de servicios básicos, remuneraciones (sueldos y salarios), mantenimiento, tributos municipales, etc.

***Exigible:*** son desembolsos que se realizan por anticipado; se denominan exigibles, porque uno gasta o invierte en ellos, y luego exige el derecho a su uso; por ejemplo, el adelanto a proveedores, el adelanto del alquiler del local, los seguros, etc.

#### ***d) Inversión total***

Aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera

La inversión total del proyecto se obtiene de la suma de la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo.

En esta parte se enumeran una lista de elementos, el valor requerido para cada uno de ellos, y el valor total que suman.

#### ***e) Fuentes financieras***

En caso de utilizar financiamiento externo, y conocer quién concederá el crédito, se debe realizar una breve descripción de la fuente o fuentes externas de dicho financiamiento; es decir realizar una breve descripción del banco que otorgará el crédito, y los requisitos que ha pedido para poder conceder el crédito.

Se debe registrar las características del préstamo, como puede ser cuanto será el valor del préstamo, para el tiempo que nos entrega el dinero, su interés, etc.

Y, por último se debe realizar una tabla de amortización donde indique el valor de la cuota, el tiempo de la deuda.

#### ***1.3.3.4.5 Estudio de Ingresos y Egresos***

(BACA URBINA, Gabriel 2010) indica que “luego del estudio de la inversión y financiamiento, la siguiente parte o sección de un plan de negocios es el estudio de los ingresos y egresos, la cual señala los futuros ingresos y egresos del negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios” (pág. 79).

El Estudio de Ingresos y Egresos es muy importante analizar y registrar a través de este estudio también se puede conocer o medir el estado de la empresa y tomar decisiones oportunas.

#### ***1.3.3.4.5.1. Elementos del estudio de Ingresos y Egresos***

##### ***a) Presupuestos de ingresos***

En esta parte se realiza el presupuesto de ingresos, tomando en cuenta el tiempo de proyección del plan de negocios.

El tiempo en que será proyectado el plan de negocio está en manos de los objetivos del plan y del tipo de negocio que se realizara; lo recomendable es hacer una proyección de 3 a 5 años, realizando proyecciones mensuales para los primeros 12 meses, y luego proyecciones anuales para los siguientes años.

##### ***b) Presupuestos de egresos***

En esta parte desarrollamos los presupuestos de egresos tomando en cuenta el tiempo de proyección de los ingresos.

##### ***c) Punto de equilibrio***

El punto de equilibrio del negocio, es donde los ingresos de las ventas son iguales a los egresos.

##### ***d) Flujo de caja proyectado***

El flujo de caja proyectado o presupuesto de efectivo. Estado de ganancias y pérdidas proyectado.

#### ***e) Balance general proyectado***

En la parte final se elabora el balance proyectado.

#### ***1.3.3.4.6. La Evaluación del Proyecto***

(DIAZ, Flor y otros, 2009) Indican “La evaluación financiera consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios del mercado.” (pág. 299)

(BACA URBINA, Gabriel 2010) luego del estudio de los ingresos y egresos, la siguiente parte o sección de un plan de negocios es la evaluación del proyecto, la cual describe el desarrollo la evaluación financiera realizada al proyecto.

El objetivo de la parte de la evaluación del proyecto es el de mostrar al lector que el proyecto es rentable, en cuánto tiempo se recuperará la inversión, y cuánto es lo que se espera obtener por ella. (pág. 79)

(FLORES, Juan 2012) manifiesta “La Evaluación Financiera del Proyecto es. Es utilizar una serie de herramientas que permite medir la viabilidad del proyecto en estudio. Esto quiere decir que, sin invertir recursos en un proyecto, se puede determinar bajo las condiciones financieras en las se plantea el plan de negocio, si es viable o no invertir en el mismo y sobre esta base, tomar decisiones de mejorarlo para llevarlo a la práctica o de archivarlo por inconveniente.” (Pág. 269)

Es la recopilación y utilización de las diferentes herramientas o instrumentos con las que se cuenta para poder medir la viabilidad del proyecto que se está desarrollando y poder tomar decisiones oportunas como puede ser mejorar y seguir con el proyecto o no.

Es importante desarrollar esta etapa ya que genera seguridad al comprobar el desarrollo efectuado durante los anteriores procesos y verificar cuales han sido sus aciertos y debilidades para generar mejoras y cambios a largo, mediano y corto plazo.

#### ***1.3.3.4.6.1 Elementos de la Evaluación del Proyecto***

##### ***a) Periodo de recuperación de la inversión***

El periodo de recuperación de la inversión señala el periodo de tiempo que va a tomar recuperar el capital invertido.

Para hallarlo, tomamos en cuenta la inversión del proyecto (estudio de la inversión y financiamiento) y los resultados del flujo de caja proyectado (estudio de los ingresos y egresos).

Si, por ejemplo, hemos invertido 1 200, y en el primer año tenemos un flujo de efectivo de 400, en el segundo año uno de 500, y en el tercero uno de 600, podemos decir que el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años.

##### ***b) Retorno sobre la inversión (ROI)***

El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que nos permite medir la rentabilidad de un proyecto.

La fórmula del ROI es:

$$\text{ROI} = (\text{Utilidades} / \text{Inversión}) \times 100$$

Por ejemplo, si la inversión total del proyecto es de 2 000 y el total de utilidades que se esperan obtener durante el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios es de 4 000, aplicando la fórmula del ROI:

$$\text{ROI} = (4000 / 2000) \times 100$$

Nos da un ROI de 200%, con lo que podemos afirmar que el proyecto es rentable y que ofrece una rentabilidad de 200%.

### ***c) VAN y TIR***

Son otros índices financieros utilizados al momento de evaluar un proyecto.

El Valor Actual Neto (VAN) mide la ganancia del proyecto, al restar la inversión al total de los futuros flujos de dinero (los cuales son actualizados a través de una determinada tasa de descuento).

Mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para ser considerado rentable. En caso de que el proyecto incluya además del capital propio, la adquisición de un crédito financiero, para una mejor evaluación se suele dividir el VAN y el TIR en VAN y TIR económico (para el cual se toma en cuenta el flujo de caja económico), y en VAN y TIR financiero (para el cual se toma en cuenta el flujo de caja financiar

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Las manufacturas y artesanías forman parte del sector secundario de la economía mundial, estas actividades generan grandes fuentes de empleo, según el Banco Mundial, el 16.2% de la población económicamente activa de América latina se encuentra ocupada en la actividad manufacturera

En este capítulo determinaremos y cuantificaremos la demanda y la oferta, analizaremos los precios y el estudio de comercialización. Para ello utilizaremos fuentes de información secundaria en algunos casos también aremos uso de la investigación primaria, los mismos que son confiables y actualizados. Partiremos de la población del Cantón Salcedo y realizaremos un análisis de sus parroquias, los mismos que comercializan tejidos en lana pura. Al finalizar, podremos ver la viabilidad de este estudio de mercado.

#### ***2.1. Objetivos del Estudio de Mercado***

##### ***2.1.1. Objetivo General***

- Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda y la oferta de tejidos en lana pura, que permitan determinar la demanda insatisfecha y poder

establecer la viabilidad del plan de negocios en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### ***2.1.2. Objetivos Específicos***

- Identificar un segmento de mercado adecuado para comercialización de tejidos en lana pura en el cantón Salcedo.
- Determinar la demanda y la oferta del producto en el segmento de mercado.
- Establecer el canal de distribución que permita al plan de negocios satisfacer las necesidades del mercado meta u objetivo.

### ***2.2. Actividad de investigación***

El estudio de mercado se basará principalmente en la revisión tanto bibliográfica como de campo para determinar la demanda y la oferta y poder definir una demanda insatisfecha, así, los artesanos producirán y comercializarán prendas tejidas en lana.

### ***2.2.3. Problema***

Durante décadas los productos en lana, como ponchos, sacos, bufandas, cobijas, ha sido utilizada por los consumidores, los mismos que no cumplen con todas las necesidades de los clientes.

Una vez que se ha determinado la falta de empresas que se dediquen a la producción de prendas de tejido en lana pura en el cantón Salcedo y con el deseo de iniciar un negocio en este mercado se ha decidido realizar un estudio de mercado, con el fin de establecer la demanda insatisfecha existente en la provincia de Cotopaxi, específicamente en el cantón Salcedo para así determinar si la creación de la nueva empresa es factible.



Se ha considerado que en la provincia de Cotopaxi cantón Salcedo es un punto estratégico para la creación de la nueva empresa de tejidos

#### ***2.2.3.1. Justificación***

El interés por investigar parte por la necesidad de la población del cantón Salcedo por no contar con un lugar donde se pueda adquirir productos de tejido en lana pura, que les brinde calidad, confort, diseños exclusivos para que sean demandadas por los consumidores.

La utilidad práctica se lo ejecutara mediante la investigación para mejorar la situación actual adecuando un sitio estratégico donde se pueda abarcar el mercado y al alcance del consumidor.

Mediante el proceso metodológico a establecer se alcanzara que a un futuro esta contribuya con mejoras alternativas que ayuden a crear nuevas ideas de mejoramiento en lo referente a la producción y comercialización de productos tejidos en lana pura.

La novedad científica en esta investigación de creación de una empresa de tejidos en lana pura es que va a generar empleo a la colectividad, también brindara una variedad de diseños a precios accesibles para el consumidor.

La factibilidad del plan de negocio será viable ya que la provincia de Cotopaxi cantón Salcedo cuenta con una población amplia que da lugar a un mercado atractivo donde tendrá acogida nuestro producto.

#### ***2.2.4. Fuentes de Información***

En la presente investigación se utilizará las siguientes fuentes, considerando que son una herramienta necesaria para la obtención de datos y proseguir con la investigación de mercado de tejido de lana en la provincia de Cotopaxi y en particular en el cantón Salcedo.

##### ***2.2.4.1. Fuentes de información primaria***

Son aquellas mediante el cual se obtendrá información a través de la investigación de campo como conocer directamente al consumidor, es decir, su gusto, sus necesidades, esto se lo desarrolla mediante encuestas, entrevistas.

##### ***2.2.4.2. Fuente de información secundaria***

Dentro de esta etapa tenemos a las instituciones en general que nos puedan brindar los datos necesarios y efectivos para realizar nuestro estudio, en este caso tenemos a la Cámara de Comercio de las PyMes, el INEC para poder obtener información acerca de la población en donde se enfocará el estudio del Plan de Negocios.

#### ***2.2.5. Tipos de investigación***

Para el plan de negocios de la creación de una empresa de tejidos en lana pura utilizaremos el tipo de investigación cuantitativa y cualitativa.

### ***2.2.5.1. Cuantitativa***

Este tipo de investigación es la que nos permite analizar los diferentes elementos que se obtiene mediante la investigación las mismas que deben ser medibles y cuantificables.

Este tipo de investigación permite cuantificar todos los datos relacionados con la muestra, así como también de la demanda y oferta para el plan de negocio de creación de una empresa de tejidos en lana pura.

### ***2.2.5.2. Cualitativa***

Este tipo de investigación ayuda a conocer el comportamiento del individuo y también del producto u objeto de investigación para lograr establecer características y poder identificar el nicho de mercado al que se pretende llegar.

### ***2.2.6. Método de Investigación***

El método que utilizaremos en el estudio de mercado serán los que nos permita llegar a cumplir los objetivos de la presente investigación por lo que deben ser seleccionadas correctamente.

- ***Método Deductivo.*** El método que aplicaremos en la presente investigación será la deductiva ya que es la que parte de situaciones o verdades generales y avanza por el razonamiento y logra obtener resultados deseados además este método brinda la posibilidad de proyectar el presente al futuro.

En la presente investigación se aplicara el método deductivo ya que la empresa de tejidos en lana pura no tiene competencia directa en el cantón salcedo, pero si a nivel nacional, por lo que la información general y amplia

que se obtenga de estas empresas se determinara de forma detallada la demanda, oferta y los canales de distribución del producto.

- **Método Analítico.** Se aplicara este método porque es la que permite identificar y analizar cada una de las partes de esta investigación como es el estudio de mercado, estudio técnico, y el estudio financiero, para a través de esta obtener resultados cuantitativos que permitan tomar decisiones e iniciar un nuevo negocio.

### ***2.2.7. Técnicas de investigación***

#### ***2.2.7.1. Encuestas***

Es una técnica muy utilizada en la etapa de investigación que sirve como instrumento, básicamente para obtener información, mediante la recopilación de datos provenientes de la población o muestra frente a una problemática determinada.

En esta investigación la encuesta será aplicada a la población del cantón salcedo como son las parroquias rurales y urbanas con el afán de obtener información precisa y real. (VER ANEXO 1)

#### ***2.2.7.2. Entrevista***

Es una técnica que consiste en iniciar un dialogo entre dos personas siendo estos llamados entrevistador y el entrevistado con el único propósito de obtener información necesaria para la investigación del plan de negocios.

Esta técnica será aplicada a un micro empresa que existe en el cantón salcedo con la finalidad de recopilar información acerca del producto que ellos expenden y poder de esta manera tomar decisiones para planear estrategias.

### ***2.2.8. Instrumento de investigación***

***Cuestionario.*** Consiste en desarrollar un cuestionario con preguntas abiertas o cerradas de fácil entendimiento para el lector, con la finalidad de lograr información necesaria para el plan de negocios de la empresa de tejidos.

### ***2.2.9. Identificación del Mercado Meta***

El mercado meta es un proceso de evaluación de los atractivos de cada segmento de mercado y selección de consumidores con necesidades o características comunes a donde se pretende ingresar con el producto o servicio.

En la presente investigación se ha seleccionado como segmento de mercado para ingresar con nuestro producto al Cantón Salcedo.

#### ***2.2.9.1. Segmentación del mercado***

Segmentación de Mercado es fraccionar un mercado en grupos concretos con necesidades, características o comportamientos diferentes, los cuales podrían pretender productos desiguales.

Las variables más utilizadas para la segmentación del mercado son:

#### ***2.2.9.2. Segmentación Geográfica***

Con esta variable se investiga delimitar el país, la provincia, ciudad, parroquia hacia el cual se dirige la creación de una empresa de tejidos en lana pura, en caso de esta investigación va dirigida a la provincia de Cotopaxi cantón Salcedo.

Para poder estimar el segmento de mercado objetivo, a continuación presentamos el total de población de la provincia de Cotopaxi, por cada uno de los cantones teniendo un total de **409.205 habitantes** en toda la provincia de Cotopaxi, datos extraídos de INEC.

**TABLA N° 2.1**  
**VARIABLE GEOGRAFICA**

PAIS	PROVINCIA		CANTÓN	SECTOR
ECUADOR	COTOPAXI		SALCEDO	URBANO - RURAL
<b>Provincia Cotopaxi</b>		409.205	100%	
<b>Cantón Salcedo</b>		58.216	14.2266%	
<b>Sector: Rural</b>		45.728		
<b>Urbano</b>		12.488		

### ***2.2.9.3. Segmentación Demográfica***

Es la variable que identifica o divide el mercado en grupos como edad, sexo, ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad a los que se pretende llegar con el producto.

En la presente investigación se hará uso de la segmentación por edad y ocupación laboral, puesto que este tipo de producto lo consumen regularmente las personas con las edades comprendidas entre **10 a 64 años** que representa el **70,2%** del total de la población del cantón Salcedo que es de 58216 habitantes, según datos del INEC del censo del año 2010.

**TABLA N° 2. 2**  
**SEGMENTACIÓN POR EDAD**

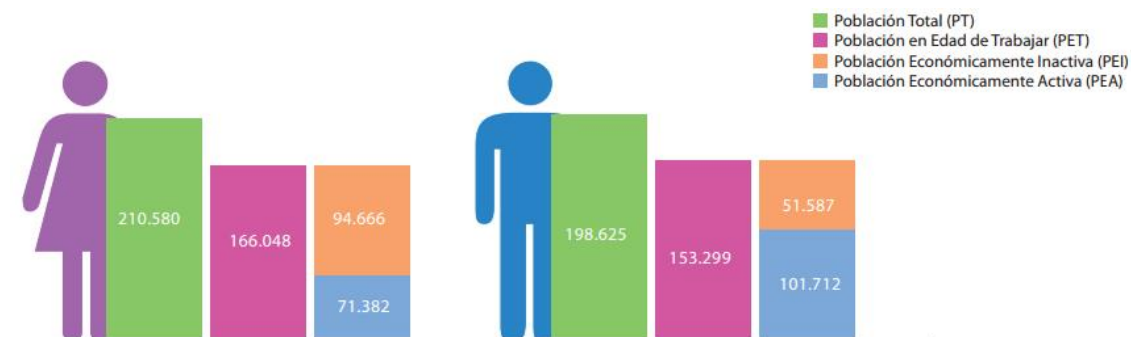
EDADES EN AÑOS	POBLACIÓN HAB.	%	NIVEL DE INGRESO	SEXO
10-14	46489	16 %	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	MASCULINO Y FEMENINO
15-19	42499	15%		
20-24	35680	12%		
25-29	31932	11%		
30-34	27117	10%		
35-39	24172	9%		
40-44	20405	7%		
45-49	18611	6%		
50-54	15215	5%		
55-59	13604	5%		
60-64	11689	4%		
<b>Total Cotopaxi</b>	<b>287413</b>	<b>100 %</b>		

**Fuente:** INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Ademas deberemos conocer cual es la poblacion economicamente activa, los datos nos reflejan que la poblacion economicamenteactiva en la provincia de Cotopaxi es de **173.094** habitantes, la misma que representa en porcentaje frente al total de la población de la provincia que es de 409205 habitantes en un **42,3%**.

## GRÁFICO N° 2.2

### PEA



\* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Elaborado por: Beatriz Palomo

De este valor buscaremos tan solo la población económicamente activa del cantón Salcedo y sus parroquias, considerando el porcentaje de lo que representa en la provincia de Cotopaxi que es del **42,3%**, el mismo que al ser aplicado para el cantón Salcedo, con habitantes que están comprendidos entre la edad de 10 a 64 años de edad que es de 40889 habitantes el Mercado Meta es de **17.296** habitantes.

## TABLA N° 2.3

### POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA AÑO 2010

	PEA	Porcentaje
Cotopaxi	173.094	<b>42.3%</b>
Salcedo	17.296	

Fuente: INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Elaborado por: Beatriz Palomo

#### 2.2.9.4. Segmentación Psicográfica

Esta segmentación se encarga de agrupar a la población por gustos y preferencias, así como también por la clase social, estilo de vida, personalidad.



La creación de empresa de prendas tejidos en lana pura está dirigida a la clase social, media y baja debido a que la mayoría adquirirán el producto ya que estará en el mercado a un precio accesible.

**TABLA N° 2.4**

**VARIABLES SEGMENTACION DEL MERCADO**

VARIABLES DE SEGMENTACION	SEGMENTACION
<b>Variables Geográficas:</b>	
País	Ecuador
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Salcedo
Sector	Rural - Urbano
<b>Variables Demográficas:</b>	
Edad	De 10 a 64 Años
Sexo	Masculino - Femenino
Educación	Básica
Nivel de Ingresos	PEA
<b>Variables Psicográficas:</b>	
Personalidad	Introvertido y extrovertido
Clase Social	Alta, Media, Baja
Beneficios Esperados	Ofrecer tejidos de lana de calidad
Tasa de Uso	Frecuente

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

### 2.2.10. Determinación del Universo

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta a la población de la ciudad de Salcedo según datos del INEC año **2010** cifras del último censo es de **58.216 habitantes**, que es el segmento hacia el cual estamos dirigiéndonos.

Se representa también el total de la población del cantón Salcedo y el porcentaje de los sectores urbano y rural, desglosando el número de habitantes de las dos áreas.

**TABLA N° 2.5**  
**LA POBLACIÓN 2010**

<b>PARROQUIAS</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>
<b>ANTONIO JOSE HOLGUIN</b>	2664	5
<b>CUSUBAMBA</b>	7200	12
<b>MULALILLO</b>	6379	11
<b>MULLIQUINDIL (SANTA ANA)</b>	7203	12
<b>PANSALEO</b>	3455	6
<b>SAN MIGUEL</b>	31315	54
<b>TOTAL POBLACIÓN</b>	<b>58216</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>  
Elaborado por: Beatriz Palomo

Se puede observar que en la parroquia San Miguel está constituido por una población mayoritaria con un 54% de habitantes, de la misma forma la parroquia Antonio José Holguín cuenta con un menor número de habitantes que es representada por un 5%.

### 2.2.11. Prueba Piloto

Para el presente estudio se realizó una investigación preliminar para poder determinar el tamaño de la muestra, por lo que se procedió realizar una encuesta preliminar a 30 personas, con la finalidad de conocer el nivel de aceptación o el nivel de rechazo, que tendrá la creación de una empresa productora y comercializadora de tejidos en Lana

Pura en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, cabe recalcar que esta encuesta piloto y su pregunta arrojo como resultado. (Ver Anexo No. 2, Prueba Piloto).

**TABLA N° 2. 6**  
**RESULTADO DE LA PRUEBA PILOTO**

PREGUNTA	SI (P)	NO (Q)	TOTAL
¿Considera que si en el cantón Salcedo se implementará una empresa productora y comercializadora de tejidos en lana pura, Usted estaría dispuesto a adquirir este producto?	26	4	30
<b>100%</b>	90	10	100

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

De los datos obtenidos aproximados a 1 decimal se tiene el detalle en el cuadro anterior, con el cual se puede concluir que el 90% de los encuestados estarían dispuestos en adquirir el producto, en relación a el otro 10% representados por 4 encuestados que opinan que no comprarían tejidos en lana pura, con estos antecedentes se establece que la probabilidad de consumo (P) corresponde al 0,09 y la probabilidad de no consumo (Q) corresponde al 0,01; cabe recalcar que estos datos son exclusivamente para la estimación de la muestra y no difiere en la aplicación total de la investigación.

#### **2.2.12. Muestra**

Al ser la población de estudio amplia, se considera necesario tomar una muestra que sea representativa al universo y que a su vez permita la aplicación de los instrumentos de investigación. Los mismos datos que fueron tomados del INEC, en la que presenta 58.216 habitantes como población universo.

Calculado tenemos:

**FÓRMULA:**

$$n = \frac{N(P)(Q)}{(N-1)\left(\frac{E}{K}\right)^2 + (P)(Q)}$$

**SIMBOLOGÍA:**

n = Tamaño de la muestra.

N= Población Universo

P = Probabilidad de consumo (0,09)

Q = Probabilidad de no consumo (0,01)

E = Error admisible 5% (0.05)

K = Coeficiente de error (2)

$$n = \frac{58216 (0,9)(0,1)}{(58216-1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + (0,09)(0,01)}$$

n= 144 encuestas

### ***2.2.13. Plan Muestral***

De las parroquias que corresponden al cantón Salcedo tomamos el porcentaje del plan muestral en cada una de ellas tomando en cuenta el número de encuestas que serán aplicadas.

**TABLA N° 2.7**

**PLAN MUESTRAL**

PARROQUIAS	Población	muestra	Porcentaje %
<b>Urbano</b>	12488	<b>31</b>	21%
<b>Rural</b>	45728	<b>113</b>	79%
<b>Total</b>	<b>58216</b>	144	100%

Fuente: INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Elaborado por: Beatriz Palomo

Tomando en cuenta al total de la población que es de 58.216 habitantes las mismas que nos da como muestra a 144 habitantes, las cuales serán consideradas para realizar el trabajo de campo o encuestas.

**2.2.14. Programación y desarrollo del trabajo de campo**

Para la obtención y recopilación de información relacionada con las fuentes primarias se ha creído necesario realizar un detalle de los recursos y un cronograma en el que se presenta las actividades a cumplirse.

**TABLA N° 2.8**

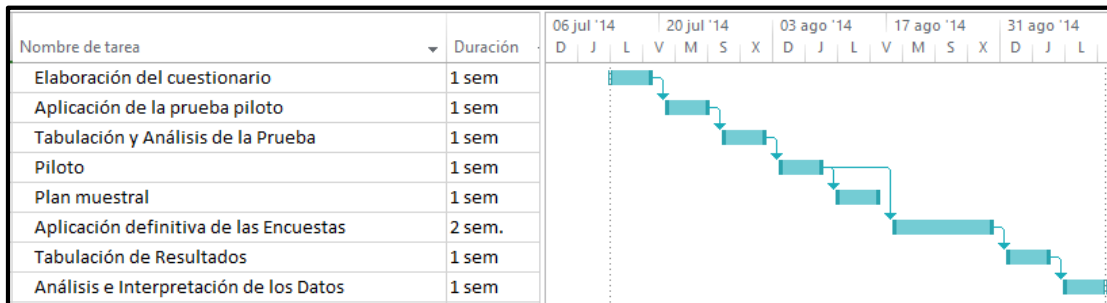
**PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO DE TRABAJO DE CAMPO**

PROCESO DE INVESTIGACION			
RECURSO HUMANO	SECTORES ENCUESTADOS	HORA	MATERIALES
<b>Beatriz Palomo</b>	ANTONIO JOSE HOLGUIN	Mañana 7hOO – 8hOO	✓ Cuestionari o
	MULALILLO	9hOO – 10hOO	✓ Papel
	CUSUBAMBA	11hOO – 12hOO	✓ Esferos
	PANSALEO	Tarde 1HOO - 2hOO	
	MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	2HOO - 3hOO	
	SAN MIGUEL	4HOO - 6hOO	

Elaborado por: Beatriz Palomo

La tabla anterior se especifica las parroquias de Salcedo en los que se realizó el proceso de recolección de datos, así como también el tiempo que se asignó a cada parroquia, también se hace mención a los materiales necesarios para alcanzar el objetivo del trabajo de campo.

**TABLA N° 2.9**  
**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**



Elaborado por: Beatriz Palomo

Se presenta las fechas en que se desarrollará la aplicación de instrumentos en los diferentes lugares de las parroquias de Salcedo.

### 2.2.15. Distribución Muestral

**TABLA N° 2.10**  
**DISTRIBUCIÓN ENCUESTAS CANTÓN SALCEDO**

PARROQUIAS	Población	muestra	Porcentaje %
ANTONIO JOSE HOLGUIN	2664	7	5
CUSUBAMBA	7200	18	12
MULALILLO	6379	16	11
MULLIQUINDIL (SANTA ANA)	7203	18	12
PANZALEO	3455	9	6
SAN MIGUEL	31.315	77	54
<b>Total</b>	<b>58.216</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Elaborado por: Beatriz Palomo

En el cuadro anterior se detalla un resumen del total de la población en el cantón Salcedo como también el número de encuestas a realizarse, las mismas que se distribuirá en forma relativa.

#### ***2.2.16. Tabulación de resultados***

Una vez realizada la investigación de campo para obtener información relacionada con el consumo de tejido de lana en el cantón de Salcedo. A continuación demostraremos las preguntas que nos ayudaran a analizar de mejor manera la demanda y la oferta en el mercado de investigación.

*2.2.16.1. Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta Aplicada al Mercado Meta u Objetivo*

*Pregunta N° 1*

*¿Utiliza usted ropa tejida en lana?*

**TABLA N° 2. 11**

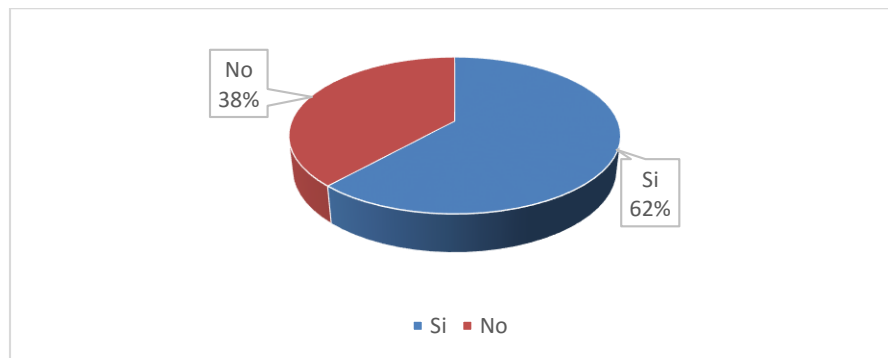
**USO DE ROPA TEJIDA EN LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	89	62%
No	55	38%
Total	144	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 3**

**USO DE ROPA TEJIDA EN LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

***Interpretación***

De 144 personas encuestadas, 89 que equivale al 62% responden que sí utilizan ropa tejida en lana, mientras que 55 personas, que equivale al 38% responden que no.

***Análisis***

En vista de que la mayoría de personas usan ropa tejida de lana, influye en la demanda del producto enfocado a un mercado potencial para el producto motivo del plan de negocios.



**Pregunta N°2**

*¿Con qué frecuencia utiliza este tipo de ropa?*

**TABLA N° 2. 12**

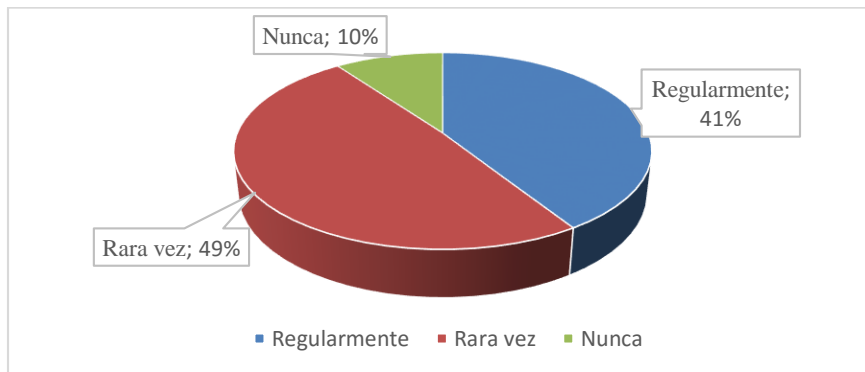
**FRECUENCIA DE USO DE ROPA TEJIDA EN LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Regularmente	59	41%
Rara vez	71	49%
Nunca	14	10%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 4**

**FRECUENCIA DE USO DE ROPA TEJIDA EN LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 59 personas que equivale al 41% responden que regularmente utilizan ropa tejida en lana, mientras que 71 personas, que equivale al 49% responden que lo hacen rara vez y 14 personas equivalentes al 10% nunca usan ropa tejida en lana.

**Análisis**

La mayoría de personas usan ropa tejida de lana y si se añade incentivo la producción tendrá éxito.

**Pregunta N°3**

**¿Cree que la ropa tejida en lana es de fácil adquisición en su localidad?**

**TABLA N° 2. 13**

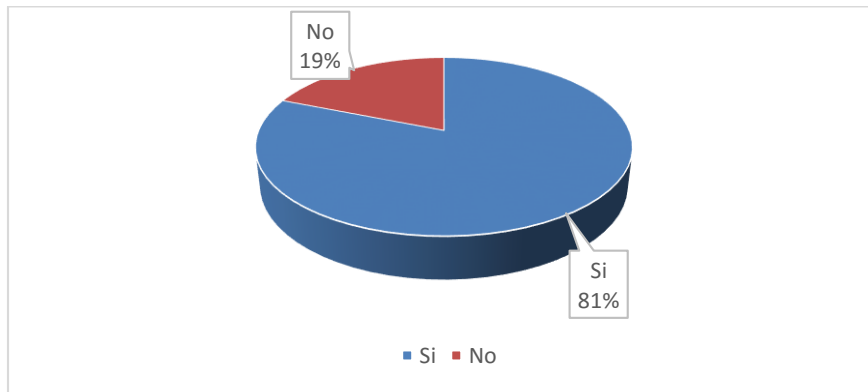
**ADQUISICIÓN DE ROPA TEJIDA EN LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	117	81%
No	27	19%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 5**

**ADQUISICIÓN DE ROPA TEJIDA EN LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 117 que equivale al 81% responden que la ropa tejida en lana es de fácil adquisición en su localidad, mientras que 27 personas, que equivale al 19% responden que no.

**Análisis**

La ropa tejida en lana común existe en la localidad, si se lanza al mercado variedad de prendas tejidas en lana pura tendrá acogida mayormente.

**Pregunta N°4**

*¿Considera que el cantón Salcedo puede beneficiarse con la creación de una microempresa de tejido de lana?*

**TABLA N° 2. 14**

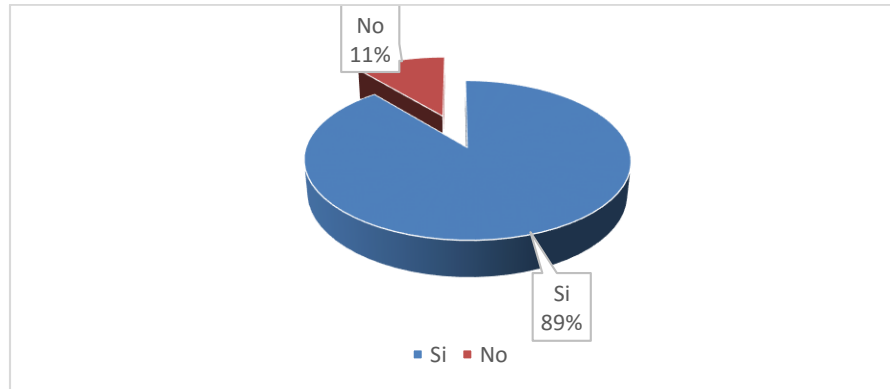
**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TEJIDO DE LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	128	89%
No	16	11%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 6**

**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TEJIDO DE LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 128 que equivale al 89% responden que si considera que el cantón Salcedo puede beneficiarse con la creación de una microempresa de tejido de lana, mientras que 16 personas, que equivale al 11% responden que no.

**Análisis**

La creación de una microempresa de tejido de lana resulta de gran beneficio para los habitantes del cantón Salcedo.

**Pregunta N° 5**

**¿A qué aspectos daría preferencia en cuanto a ropa tejida de lana?**

**TABLA N° 2. 15**

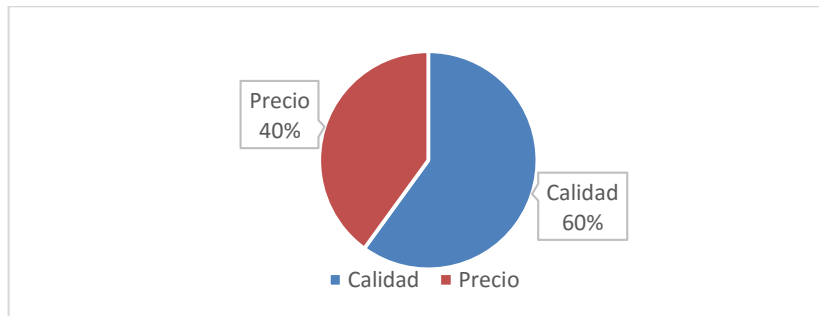
**ASPECTOS IMPORTANTES DE LA ROPA TEJIDA EN LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Calidad	86	60%
Precio	58	40%
Total	144	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 7**

**ASPECTOS IMPORTANTES DE LA ROPA TEJIDA EN LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 86 que equivale al 60% responden que daría preferencia a la calidad de la ropa tejida de lana, mientras que 58 personas, que equivale al 40% responden que darían preferencia al precio.

**Análisis**

Resulta importante la producción de ropa tejida en lana pura de calidad sin olvidar un precio accesible.

**Pregunta N° 6**

*¿Estaría dispuesto a considerar o preferir este tipo de ropa en su vivir?*

**TABLA N° 2. 16**

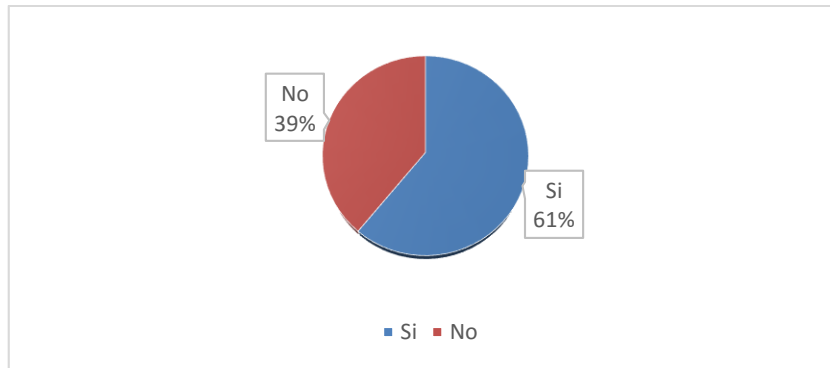
**REFERENCIA POR LA ROPA TEJIDA EN LANA**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	88	61%
No	56	39%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 8**

**PREFERENCIA POR LA ROPA TEJIDA EN LANA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

***Interpretación***

De 144 personas encuestadas, 88 que equivale al 61% responden que si estaría dispuesto a preferir este tipo de ropa en su vivir, mientras que 56 personas, que equivale al 39% responden que no.

***Análisis***

Existe factibilidad para la creación de una microempresa de ropa tejida en lana ya que la mayoría de personas la prefieren.

**Pregunta N°7**

**¿Cómo desearía adquirir el producto?**

**TABLA N° 2.17**

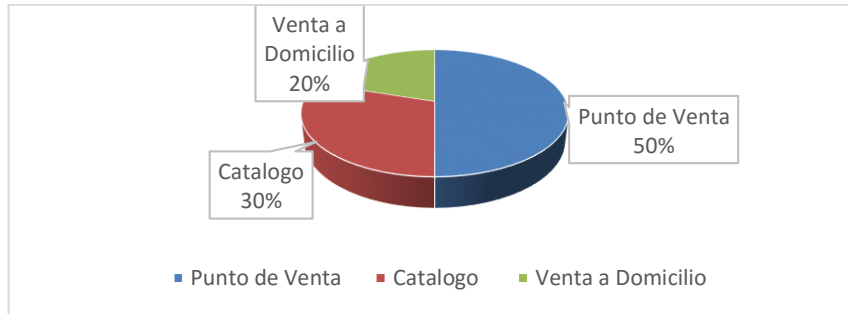
**FORMA DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Punto de Venta	72	50%
Catalogo	43	30%
Venta a Domicilio	29	20%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2.9**

**FORMA DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 72 que equivale al 50% responden que desearían adquirir el producto desde un punto de venta, 43 personas, que equivale al 30% responden que les gustaría adquirirlas por catálogo y 29 personas, es decir el 20% a domicilio. De acuerdo con los datos obtenidos en la tabla 2.13 y gráfico 2.8, el 50% de encuestados, desearían adquirir el producto desde un punto de venta y el 30% por catálogo.

**Análisis**

Es importante crear un punto de venta para la distribución de ropa tejida en lana, además la promoción en catálogos de tal manera que se incrementen las ventas.

**Pregunta N° 8**

*¿Considera necesario que exista en el mercado variedad de ropa tejida en lana pura?*

**TABLA N° 2. 18**

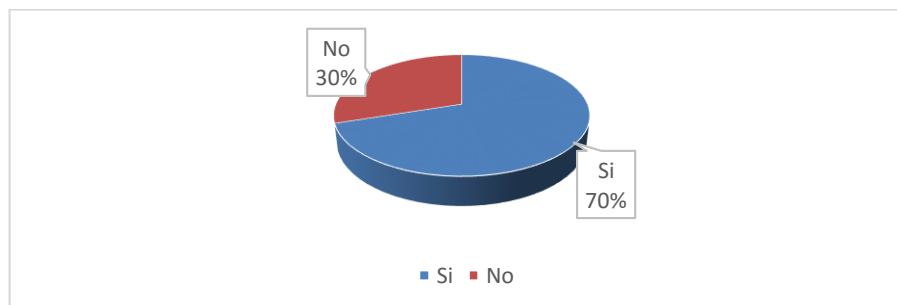
**EXISTENCIA DE MERCADO CON VARIEDAD DE ROPA TEJIDA EN LANA PURA.**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	101	70%
No	43	30%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 10**

**EXISTENCIA DE MERCADO CON VARIEDAD DE ROPA TEJIDA EN LANA PURA**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 101 que equivale al 70% responden que si es necesario que exista en el mercado variedad de ropa tejida en lana pura, mientras que 43 personas, que equivale al 30% responden que no.

**Análisis**

La creación de una microempresa de ropa tejida en lana pura se ha convertido en una necesidad para las personas, por lo cual es importante que se halle variedad de estas prendas.

**Pregunta N° 9**

*¿En qué medio de comunicación desearía conocer acerca de este producto?*

**TABLA N° 2. 19**

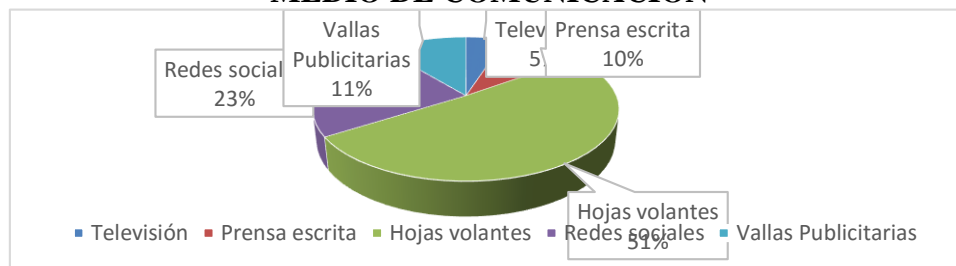
**MEDIO DE COMUNICACIÓN**

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Televisión	7	5%
Prensa escrita	14	10%
Hojas volantes	74	51%
Redes sociales	33	23%
Vallas Publicitarias	16	11%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 11**

**MEDIO DE COMUNICACIÓN**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación** De 144 personas encuestadas, 7 personas, que equivale al 5% responden que se debería dar a conocer acerca de este producto por televisión, 14 personas, que equivale al 10% responden que por prensa escrita, 74 personas, que equivale al 51% responden que por medio de hojas volantes, 33 personas, que equivale al 23% responden que por medio de las redes sociales y 16 personas, que equivale al 11% responden que por vallas publicitarias se debería dar a conocer acerca de este producto.

**Análisis** Se considera de importancia dar a conocer las prendas tejidas en lana por medio de la entrega de hojas volantes y en vista de la influencia de las redes sociales en la vida de las personas, también son un medio publicitario de consideración para la microempresa.



**Pregunta N° 10**

**¿Cuánto consideraría su precio a pagar por este tipo de prendas?**

**TABLA N° 2. 20**

**PRECIO A PAGAR POR ESTE TIPO DE PRENDAS**

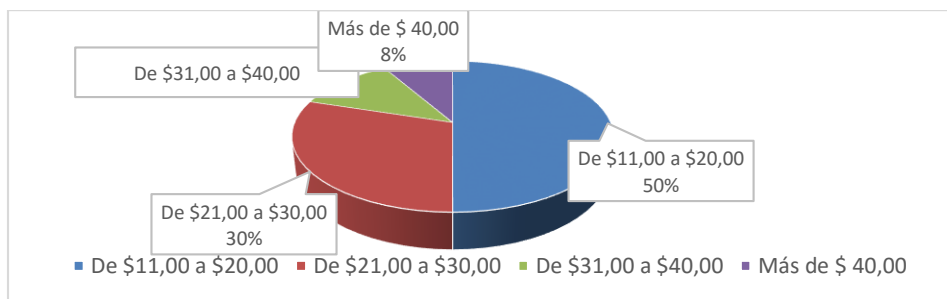
ÍTEMS	FRECUENCIA	%
De \$11,00 a \$20,00	72	50%
De \$21,00 a \$30,00	43	30%
De \$31,00 a \$40,00	17	12%
Más de \$ 40,00	12	8%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 12**

**PRECIO A PAGAR POR ESTE TIPO DE PRENDAS**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**Interpretación**

De 144 personas encuestadas, 72 que equivale al 50% responden que el precio a pagar por este tipo de prendas sería de \$11,00 a \$20,00; 43 personas, que equivale al 30% responden el precio a pagar sería de \$21,00 a \$30,00; 17 personas, que equivale al 12% responden el precio a pagar sería de \$31,00 a \$40,00 y 12 personas, que equivale al 8% responden que pagarían más de \$40,00 por este tipo de prendas.

**Análisis**

Los precios se deben establecer en función de la prenda, sin embargo se considera la variación de precios entre el rango de los \$11,00 a \$20,00, con el objetivo de que sean aceptables en el mercado.

### ***2.2.17. Definición del producto***

El consumo de ropa tejida en lana pura proviene desde tiempos muy remotos, son prendas fabricados a base de lana de borrego, alpaca. Se encuentra en el mercado ofertándose en carpas, almacenes.

La lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas y de otros animales mediante un proceso denominado esquila, se utiliza en la industria textil para confeccionar productos tales como suéteres, bufandas, ponchos, sacos, cobijas, ruanas, tapetes, guantes, calcetines, mochilas, entre muchos otros.

### ***2.2.18. Características del tejido en lana pura***

Una de las principales características de la cual tomamos en cuenta es la raza del ovino ya que El gran número de razas de ovejas y la influencia variable de las condiciones de vida del animal actúan sobre las características de la lana.

La clasificación de la lana se hace teniendo en cuenta una serie de características, de las cuales las más importantes son: finura, longitud, regularidad en el grado de ensortijado y uniformidad, resistencia y alargamiento, elasticidad, flexibilidad, color, brillo y rendimiento.

Las lanas más valiosas son las que proceden de ovejas de tres a seis años. Una oveja produce al año de uno a 3kilos de lana fina o de dos a seis kilos de lana gruesa, según se trate de una raza u otra.

La presentación del producto en el mercado será en funda de papel con su respectivo logotipo que llama la atención al cliente. Son prendas dirigidos para todas las edades los mismos que estarán tejidos en lana fina, grueso de acuerdo a diseño de la prenda que se vaya a elaborar, bajo las normas de calidad sin dejar de lado los factores que deben prevalecer siempre para la satisfacción del cliente.

**FIGURA N° 2. 1**

**PRODUCTOS A FABRICARCE**

PRODUCTO	
Suéter	
Poncho	
Bufanda	

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

La fabricación de estas prendas será con lana pura de calidad, resistente y en colores llamativos que conquiste la atención del cliente.

***2.2.19. Beneficios y Propiedades de las Prendas en lana Pura***

Las prendas tejidas en lana es muy buscada por la gente adulta y para los niños por ser térmica, confortable ya que brinda comodidad al consumidor

Las prendas en lana pura están confeccionadas con lana resistente que permite el lavado, planchado a temperatura media, y se estira en gran proporción antes de romperse.

Además las prendas son elaboradas con lana flexible que permite su doblado, tiene elasticidad es decir que regresa a su largo natural luego de estirarse, también son

higroscopicidad que quiere decir que la lana es una fibra que absorben la humedad de la atmosfera y lo pierde en una seca.

La prenda de lana pura por ser netamente natural no caduca y tienden hacer más resistentes, esto hace que las personas utilicen las vestimentas, esto también provoca seguridad en los clientes al momento de adquirir los productos ya que este les brinda muchos beneficios

Se establece que la lana pura tiene plenas propiedad y características de calidad al momento de utilizar esta, lo cual se pretende realizar vestimentas de calidad para llegar a los consumidores.

#### ***2.2.20. Gustos y preferencias***

Para analizar los gustos y preferencias fue necesario tomar como referencia las encuestas analizado los respectivos datos llegamos a la conclusión de que la población adquiere productos con lana pura por las condiciones que anteriormente se las redacto, por lo tanto vemos que nuestros clientes potenciales si adquieren productos en base al producto de investigación.

Se puede mencionar que el consumo de productos de lana pura es semi-frecuente por tener una excelente calidad y confort al utilizarlas lo que hace más llamativo a este producto lo cual es elaborado artesanalmente, sin desmerecer que también es un atractivo para la sociedad.

#### ***2.3. Análisis de la Demanda***

La demanda se la define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores.

Este análisis permitirá conocer la cantidad de productos tejidos en lana pura que se consume en este Cantón, siendo una referencia para ser utilizada en el desarrollo del presente proyecto.

### **2.3.1. Demanda Actual**

La demanda actual constituye la cantidad de bienes, productos o servicios que están dispuestos a adquirir los posibles consumidores, en el mercado meta.

Para determinar la cantidad actual de los potenciales consumidores de productos tejidos en lana pura se tomarán en cuenta los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi, para lo cual se presenta a continuación:

**TABLA N° 2. 21**  
**ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA (hab) TCP 1,75%</b>
2010	17296
2011	17599
2012	17907
2013	18220
2014	18539
<b>2015</b>	<b>18863</b>
<b>2016</b>	<b>19193</b>
<b>2017</b>	<b>19529</b>
<b>2018</b>	<b>19871</b>
<b>2019</b>	<b>20219</b>
<b>2020</b>	<b>20573</b>

**Fuente:** INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**TABLA N° 2. 22**  
**DEMANDA ACTUAL PRENDAS/AÑO 2015**

<b>MERCAD META</b>	<b>% ACEPTACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN CONSUMIDOR A</b>	<b>PERCAPITA CONSUMO (Unidades)</b>	<b>DEMANDA ACTUAL (Unidades)</b>
<b>18.863</b>	62%	11695	3	<b>35.086</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Una vez realizada la investigación de campo y la respectiva tabulación de resultados se ha determinado que el porcentaje de aceptación de los productos tejidos en lana pura es del 62 %, además se ha establecido que el consumo per cápita es de 3 prendas al año.

Al efectuar los cálculos correspondientes se ha obtenido que el total de consumo de productos tejidos en lana pura que el mercado meta demanda es de 35.086 prendas al año, esto quiere decir que existe una demanda aceptable para beneficios del presente proyecto, lo cual se llegara a la conclusión de una muy buena aceptación de nuestro producto investigado.

### ***2.3.2. Demanda proyectada***

La demanda proyectada constituyen la cantidad de productos, bienes o servicios que se espera el mercado meta adquiera en el futuro.

En la presente investigación se considerará un tiempo estimado de 5 años, el cual tendrá vida útil del desarrollo de nuestro producto investigado lo cual en este período permitirá determinar y proyectar la posible demanda de los potenciales consumidores del Cantón Salcedo. Se ha utilizado como datos principales a la demanda actual que

es **35.085** prendas en lana al año, así como también el porcentaje de crecimiento de la Población que es del 1,75%, según datos del INEC, Censo 2010.

**TABLA N° 2. 23**

**DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA PARA EL CANTÓN SALCEDO**

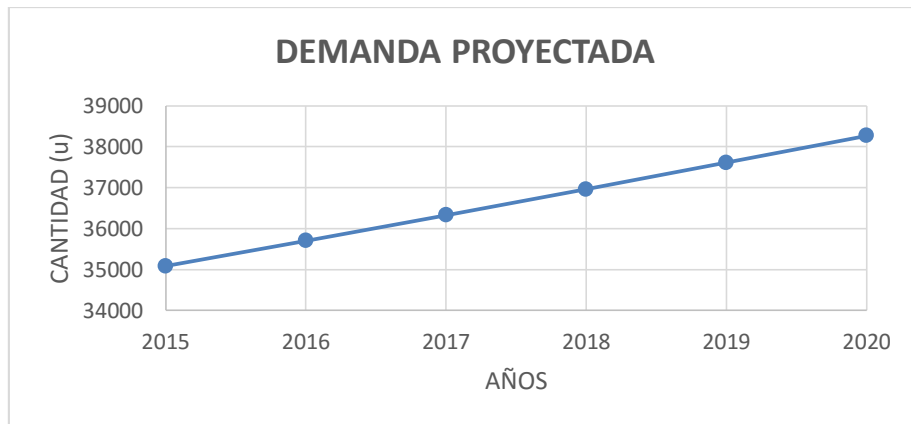
AÑOS	DEMANDA (hab) TCP 1,75%	Mercado Real (hab) 62% de Aceptación	DEMANDA REAL (u) Consumo Percapita ( 3 Unid / Persona)
2010	17296	10724	32171
2011	17599	10911	32734
2012	17907	11102	33306
2013	18220	11296	33889
2014	18539	11494	34482
<b>2015</b>	<b>18863</b>	<b>11695</b>	<b>35085</b>
<b>2016</b>	<b>19193</b>	<b>11900</b>	<b>35700</b>
<b>2017</b>	<b>19529</b>	<b>12108</b>	<b>36324</b>
<b>2018</b>	<b>19871</b>	<b>12320</b>	<b>36960</b>
<b>2019</b>	<b>20219</b>	<b>12536</b>	<b>37607</b>
<b>2020</b>	<b>20573</b>	<b>12755</b>	<b>38265</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 13**

**DEMANDA PROYECTADA**



**Fuente:** Crecimiento de los productos de prendas en lana

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### 2.3.3. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes condiciones dadas, en un determinado momento.

#### *Numero de oferentes en el mercado*

Para desarrollar la presente investigación es necesario conocer cuántas empresas ofertan productos textiles (lana puro) en el mercado local, es decir en el cantón Salcedo, con el motivo de conocer las características de los productos, para en base a esto mejorar y sacar al mercado un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.

**TABLA N° 2. 24**  
**NÚMERO DE OFERENTES EN EL MERCADO**

EMPRESAS PROVINCIA	UBICACIÓN DELAS EMPRESAS	PRODUCTOS QUE OFERTAN
<b>Azuay</b>	Azuay	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Ponchos</li><li>❖ Macanas</li><li>❖ Cobijas</li><li>❖ Pantalones</li><li>❖ Blusas</li><li>❖ Chompas bordadas</li><li>❖ Polleras</li></ul>
<b>Tungurahua - Cotopaxi</b>	Ambato Mocha Pelileo Quero	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Tapices</li><li>❖ Shigras de lana de borrego</li><li>❖ Ponchos</li><li>❖ Sombrero de paño</li></ul>
<b>Imbabura</b>	Antonio Ante, Cotacachi Ibarra Otavalo Pimampiro San Antonio Urcuquí	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Tapices</li><li>❖ Faja en telar de cintura</li><li>❖ Pedal</li><li>❖ Manteles</li><li>❖ Vestidos</li><li>❖ Blusas</li><li>❖ Sombrero de paño</li></ul>
<b>Chimborazo</b>	Alausi Chunchi Colta Guamote Penipe Riobamba	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Ponchos</li><li>❖ Alfombras</li><li>❖ Fajas</li><li>❖ Cintas para cabello</li></ul>
<b>Bolívar</b>	Guaranda Salinas	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Sacos de lana</li><li>❖ Shigras</li><li>❖ Ponchos</li><li>❖ Bayetas</li></ul>

Fuente: PROECUADOR, <http://www.proecuador.gob.ec/>

Elaborado por: Beatriz Palomo



En el cuadro anterior indicamos a todas las provincias a nivel nacional que se dedica a la producción de prendas con lana pura, señalamos también las parroquias dentro de las provincias y los diferentes productos que ofertan a base de lana pura.

A continuación demostraremos la capacidad que tiene el Ecuador en producir prendas con lana pura y tomaremos como base para nuestro estudio de oferta.

**TABLA N° 2. 25**  
**IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DEL AÑO 2010**

AÑO	EXPORTACIONES
2000	67802
2001	73568
2002	66035
2003	77878
2004	88603
2005	84251
2006	82811
2007	93989
2008	144984
2009	179681
2010	229293

Fuente: Balanza comercial textil. ([www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec))  
Elaborado por: Beatriz Palomo

Para conocer la producción de prendas en lana hemos tomado en cuenta las exportaciones realizadas en el año 2010 que es de 229.293 que se dividirá para las 24 provincias, y nos da como resultado 9554 prendas exportadas, el mismo que demuestra la capacidad de producción a cada una de las provincias del Ecuador (Salcedo)

Por lo tanto la oferta actual sería de 9554 prendas con base de lana.

### 2.3.4. Oferta actual

Constituyen la cantidad de bienes, productos o servicios que se oferta en la actualidad en un mercado determinado.

Es necesario aclarar que dicha asociación es artesanal por lo que no es considerada como una amenaza de competencia directa para la nueva empresa.

Para el cálculo se considera la TCP de 1,75 que es para la provincia de Cotopaxi el mismo que permitirá estimar el valor de la Oferta en unidades para el año 2015 como se lo demuestra en la tabla descrita a continuación:

**TABLA N° 2. 26**  
**OFERTA ACTUAL**

	<b>CANTIDAD de prendas tejidas de lana pura.</b>
Producción total a nivel del Ecuador de empresas textiles, de prendas tejidas con lana	<b>250.071 prendas</b>
Distribución y cantidad de prendas en la provincia de Cotopaxi	<b>10.420 prendas</b>
Distribución y cantidad de prendas en el cantón Salcedo, tomando como referencia que del Total de la Población de Cotopaxi, Salcedo representa el <b>14,2%</b>	<b>1614 prendas</b>

**Fuente:** Investigación Bibliográfica

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

La cantidad que se oferta al año 2015 en la provincia de Cotopaxi es de 10.420 prendas, que relacionado con lo que significa para el Mercado Meta que es del **Cantón Salcedo** con un porcentaje del **14,2%** da como resultado un valor de **1.480** prendas tejidas a base de lana pura, la misma que realizando una media se obtiene un total de 123 prendas al mes, tomando en cuenta que las empresas ofertantes distribuyen una fracción de su producción anual en este sector.

### 2.3.5. Oferta proyectada

Constituye en determinar cuál es la cantidad de productos a ofertar se en los años que tendrá vida el proyecto relacionado con la producción de prendas tejidos con lana pura.

**TABLA N° 2. 27**

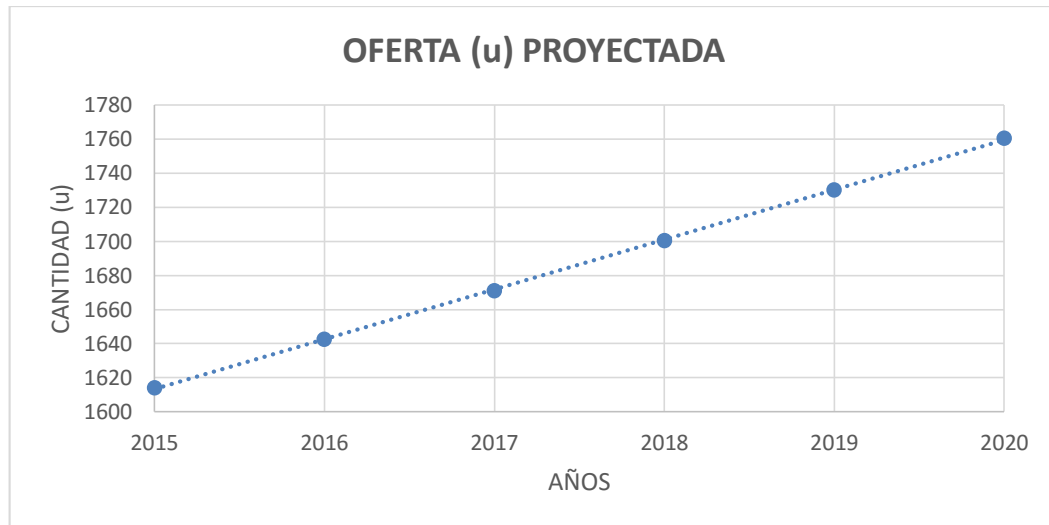
#### **OFERTA PROYECTADA AÑOS/PRODUCCIÓN (UNIDADES)**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA (u) PROYECTADA</b>
<b>2010</b>	1480
<b>2011</b>	1506
<b>2012</b>	1532
<b>2013</b>	1559
<b>2014</b>	1586
2015	<b>1614</b>
2016	<b>1642</b>
2017	<b>1671</b>
2018	<b>1700</b>
2019	<b>1730</b>
2020	<b>1760</b>

**Fuente:** Balanza comercial textil. ([www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec))

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 2. 14**  
**OFERTADA PROYECTADA**



**Fuente:** Crecimiento de los productos de prendas en lana  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Para obtener los datos de la oferta proyectada se ha procedido de manera similar a la demanda en la que se ha utilizado como referencia el crecimiento de los productos de prendas en lana

### ***2.3.6. Determinación de la demanda Potencial Insatisfecha***

Demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que posiblemente consuma en los años futuros, ya que ningún productor podrá satisfacer si siguen en las condiciones actuales.

**TABLA N° 2. 28**

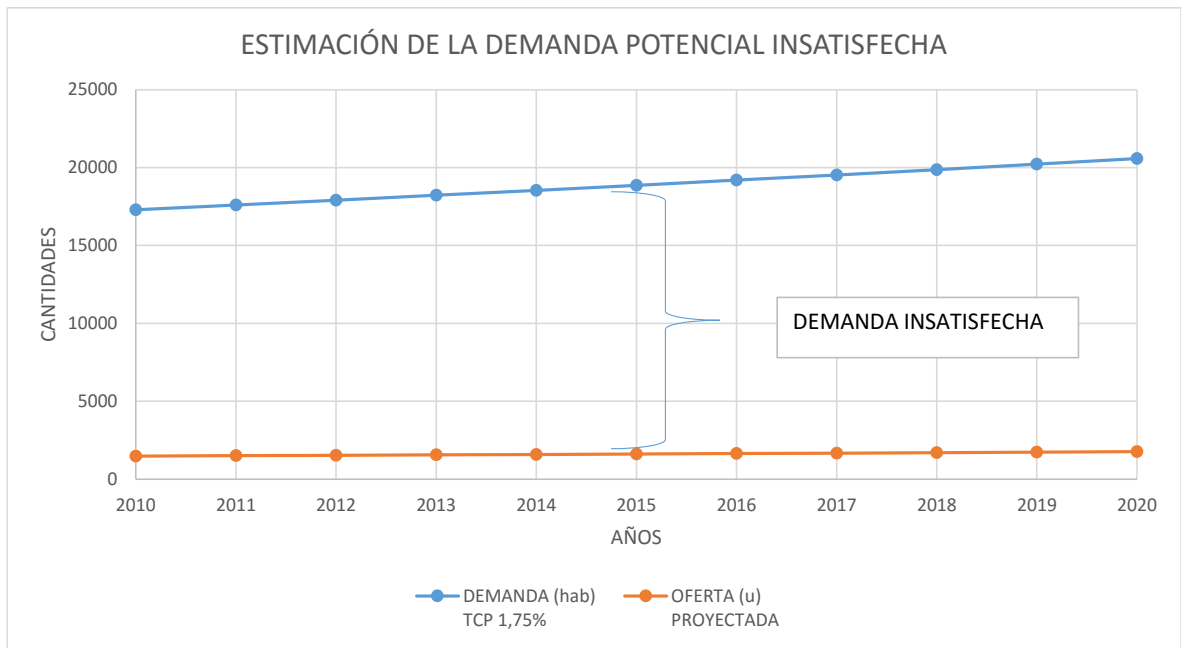
**DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEMANDA (hab) TCP 1,75%	Mercado Real (hab) 62% de Aceptación	DEMANDA REAL (u) Consumo Percapita ( 3 Unid / Persona)	OFERTA (u) PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA (Unidades)
2010	17296	10724	32171	1480	15816
2011	17599	10911	32734	1506	16093
2012	17907	11102	33306	1532	16374
2013	18220	11296	33889	1559	16661
2014	18539	11494	34482	1586	16953
<b>2015</b>	<b>18863</b>	<b>11695</b>	<b>35086</b>	<b>1614</b>	<b>17249</b>
<b>2016</b>	<b>19193</b>	<b>11900</b>	<b>35700</b>	<b>1642</b>	<b>17551</b>
<b>2017</b>	<b>19529</b>	<b>12108</b>	<b>36324</b>	<b>1671</b>	<b>17858</b>
<b>2018</b>	<b>19871</b>	<b>12320</b>	<b>36960</b>	<b>1700</b>	<b>18171</b>
<b>2019</b>	<b>20219</b>	<b>12536</b>	<b>37607</b>	<b>1730</b>	<b>18489</b>
<b>2020</b>	<b>20573</b>	<b>12755</b>	<b>38265</b>	<b>1760</b>	<b>18812</b>

Fuente: Crecimiento de los productos de prendas en lana  
Elaborado por: Beatriz Palo

**GRÁFICO N° 2. 15**

**DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**



Fuente: Crecimiento de los productos de prendas en lana  
Elaborado por: Beatriz Palo

## 2.4. Análisis de precios

Constituye la cantidad monetaria que están dispuestos a pagar los consumidores, y que están dispuestos a ofrecer los productores por un bien o servicio dentro de un mercado.

**TABLA N° 2. 29**

### **PRECIOS DE PRODUCTOS EN LANA EN EL PRIMER AÑO**

Unidades	Precio (USD)
Suéteres	14,50
Ponchos	19,50
Bufandas	7,20

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

El cuadro anterior está basado en la pregunta 10 del cuestionario aplicado y en la observación directa, el valor monetario local que tiene las prendas tejidas en lana pura en el cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

Con esto se puede determinar los precios que regirán en el nuevo negocio, considerando principalmente los costos de producción que analizarán en el próximo capítulo.

Mediante la investigación realizada se pudo observar que los precios no han sufrido cambios representativos en relación a los años anteriores, esto por mantener una producción sin mejoras en todos los ámbito.

### **2.4.1. Precios proyectados**

Los precios proyectados son el valor monetario que los productores están dispuestos a ofrecer sus productos en el futuro o a su vez que los consumidores estén dispuestos a pagar posteriormente.

Para lograr obtener los precios proyectados ha sido necesario la utilización del porcentaje de inflación para el año 2014 dato obtenido de la página del Banco Central del Ecuador, el mismo que se encuentra en el 3,67%.

**TABLA N° 2. 30**

#### **PRECIOS PROYECTADOS**

<b>Año</b>	<b>Suéteres</b>	<b>Ponchos</b>	<b>Bufandas</b>
0	14,50	19,50	7,20
1	15,03	20,22	7,46
2	15,58	20,96	7,74
3	16,16	21,73	8,02
4	16,75	22,52	8,32
5	17,36	23,35	8,62

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (<http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>).

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Como se estableció anteriormente se ha hecho uso del porcentaje de inflación que se encuentra en el 3,67% y, mediante la utilización del método de proyección se ha logrado obtener los datos del cuadro anterior.

Se puede observar que los precios de los artículos a base de lana pura en los años de vida útil que tendrá el presente proyecto se elevarán de manera regular, permitiendo a los gestores del proyecto obtener mejores y mayores beneficios gracias a la actividad comercial que desempeñen.

## **2.5. Análisis de comercialización.**

La comercialización es la actividad que permite a los productores hacer llegar su producto de forma adecuada y oportuna, es decir que busca la forma de vender su producto estableciendo las mejores garantías y manteniendo la calidad del mismo.

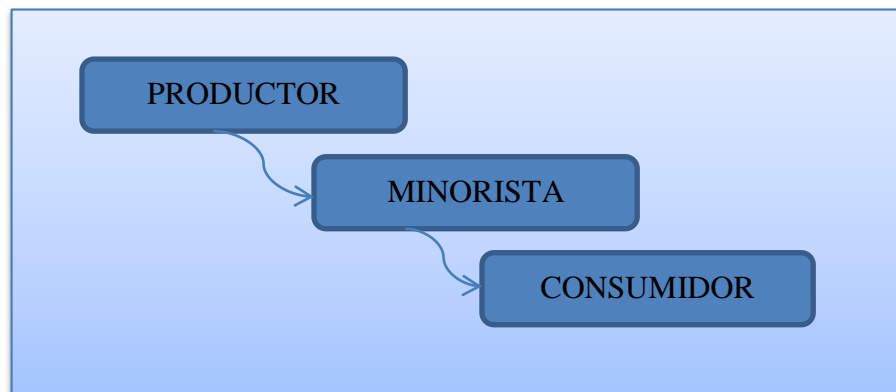
Una buena comercialización permite que un negocio funcione adecuadamente y mejore sus niveles de ventas y por ende incrementando sus ingresos, se debe considerar que dentro de este punto existen varias formas de realizar esta acción.

Se pudo constatar también la forma de distribución de las prendas de vestir elaboradas con lana pura las mismas que son los siguientes:

- La distribución del producto se realizara utilizando el canal directo es decir en el punto de venta o en el local comercial.
- También se distribuirá a través del canal indirecto es decir utilizan un intermediario para su comercialización, es decir que distribuyen en tiendas de ropa de la localidad y también a través de catálogos.

## **2.6. Estrategias de Comercialización**

**GRÁFICO N° 2. 16**  
**CANAL DE DISTRIBUCION**



Elaborado por: Beatriz Palomo



Para la comercialización de productos tejidos en lana pura se pretende utilizar el canal de distribución (PRODUCTOR – MINORISTA – CONSUMIDOR), con este canal se busca entregar las prendas tejidas en lana pura a comerciantes minoristas, para que lo oferten con un porcentaje mínimo de utilidad.

El recurso humano a utilizar para este tipo de canal de distribución será al agente vendedor que tendrá que visitar cada 15 días los almacenes de ropa de la ciudad y parroquias para ofertar los productos tejidos en lana pura.

Para las estrategias de comercialización la empresa debe realizar determinadas actividades con el objetivo de atraer al cliente y satisfacer sus necesidades para lo cual se utilizara el Marketing mix ya que es una herramienta importante para toda empresa que desee dar a conocer su producto y lograr mantenerse en la mente del consumidor.

El marketing mix es el análisis de cuatro variables que intervienen en el mercado como es el producto, precio, plaza y promoción a continuación se detallan las estrategias que debe aplicar la empresa “MODA EN LANA” para lograr una buena participación en el mercado.

**TABLA N° 2. 31**

**ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

<b>OBJETIVO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCION</b>
	<b>PRODUCTO</b>	
Fortalecer los conocimientos del Recurso Humano de ventas mediante capacitaciones, con el fin de que estos puedan aplicar técnicas de ventas y sobre todo pulir la calidad del servicio ofrecido.	Servicio al cliente	Se contratara los servicios de una empresa reconocida en el medio con el objetivo de fortalecer los conocimientos del recurso humano, para brindar un mejor y eficaz servicio en el mercado.
Diseñar un logotipo y eslogan que se identifique con la actividad comercial de la empresa, el mismo	Diseño de Logotipo y Eslogan	Contratar a profesionales en publicidad para que diseñen la imagen, y elaboren el eslogan

que será utilizado como imagen de la empresa en todas las campañas publicitarias.		publicitario que posicione la marca de la empresa, en la mente de los consumidores.
	<b>PRECIO</b>	
Realizar ajuste de precios disminuyendo el margen de ganancia, con la finalidad de atraer e incrementar el mayor número de clientes y así, asegurar la participación de la empresa en el mercado	Ajuste de Precios y Descuentos	Se cambiarán las etiquetas de los precios conservando el precio anterior y mostrando el valor actual con el descuento establecido
	<b>PLAZA</b>	
Integrar la empresa con instituciones públicas y privadas, también fortalecer la marca en el mercado y generar nuevas oportunidades de desarrollo comercial para la empresa.	Alianzas Estratégicas	Visitar las diferentes instituciones públicas y privadas, para dar a conocer los productos que tiene la empresa, para lo cual, se deberán entregar trípticos con información relevante de la empresa.
	<b>PROMOCIÓN</b>	
Difundir periódicamente los productos que comercializa la empresa en los principales medios de comunicación radiales y televisivos del Cantón.	Publicidad Medios de Comunicación	Pactar espacios publicitarios en medios de comunicación radial y televisiva, con el fin de dar a conocer los productos de la empresa en el mercado.

Preparar una gran campaña masiva de publicidad para dar a conocer los productos tejidos en lana pura a los clientes potenciales del ciudad de Salcedo y sus parroquias	Realizar publicidad estática.	Realizar trípticos, afiches y vallas publicitarias con el logotipo de la empresa, para ubicar en los diferentes lugares de las parroquias del cantón Salcedo.
--	-------------------------------	---

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### ***2.7. Conclusiones del Estudio de Mercado***

Llegamos a la conclusión que con este estudio de mercado es factible fabricar productos de lana pura para el mercado Salce dense y de la provincia de Cotopaxi.

Es importante garantizar la calidad de nuestro nuevo producto ya que nuestro objetivo será el de llegar a tener posicionamiento en el mercado provincial y nacional.

Las personas prefieren consumir productos textiles que provienen de los artesanos, esto por considerar la pureza del producto y no contiene químicos nocivos para la salud.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO**

A muchos emprendedores se les han nublado las metas debido a la falta de planificación y de no contar con aspectos de mercadotecnia, la idea no es solo vender sino tener éxito en la empresa. Varios negociantes de prendas tejidas en lana común se han lanzado directamente a la venta lo que ha ocasionado en varios casos fracasos o a su vez se constituye un negocio más, monótono y sin novedad.

El hecho de que el clima de Salcedo amerite que el uso de prendas tejidas de lana, hace que se piense en la necesidad de ropa abrigada, pero no por eso se debe dejar de lado el buen gusto, la calidad, el precio; razones de sobra existen para presentar la propuesta: “Plan de Negocios para la creación de una empresa de tejidos de lana pura”.

Esta propuesta genera direccionamiento, motivación, creatividad y estrategia, que se plasma en un plan de negocios, estudiado y diseñado para cumplir objetivos, en el mismo se analiza la situación tanto externa como de microambiente en el que se creará la empresa, las características del producto, estrategias de precio, distribución y publicidad.

El plan de negocios no solo se enfoca al diseño de un documento sino a ir en miras a la creación de una empresa de tejidos de lana pura, que no simplemente sea fuente de ingresos y de empleo, sino también de deleite del cliente y de satisfacción de los socios.

### ***3.1 Objetivos***

#### ***3.1.1 Objetivo General***

Determinar la factibilidad técnica y económica financiera de plan de negocios para la implementación de una empresa de tejidos de lana pura en el cantón Salcedo.

##### ***3.1.1.1 Objetivos Específicos***

- Determinar el tamaño propuesto del plan de producción
- Establecer la localización del negocio
- Realizar la propuesta administrativa
- Recolectar la información necesaria sobre las exigencias técnicas de los posibles clientes de la empresa de tejidos de lana.
- Instaurar en el documento del proceso de planificación operativa del negocio.
- Determinar los factores económicos que inciden directamente en el desarrollo del negocio a implementarse.
- Evaluar la factibilidad económica financiera de la idea de negocio.

Luego de concluir con el estudio de mercado se pudo determinar que la población del Cantón Salcedo en su porcentaje significativo demandan tejidos en lana pura, pero que a su vez requieren que se innove los productos y se comercialicen en varios puntos del cantón, lo que hace necesarios sacar al mercado un producto que llene las expectativas del público consumidor.

El estudio técnico permitirá considerar los aspectos más importantes para la puesta en marcha del nuevo negocio, es en donde se determina el tamaño óptimo de

la planta, la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal, es donde se establece la capacidad necesaria de producción la misma que deberá estar acorde con la materia prima, materiales e insumos que se dispone en el sector que permita una mayor productividad en el uso de los recursos necesarios e indispensables para la implementación de la idea del negocio.

Los componentes de este estudio son los siguientes:

### ***3.1.2. Tamaño***

Cuando analizamos el tamaño se hace referencia a la capacidad de producción que tendrá un determinado proyecto en un período específico de tiempo. Para ello, es importante determinar el tamaño de un proyecto es vital tomar al estudio de mercado como primer paso, ya que en este punto se estimó cual será la demanda insatisfecha y quienes serán los posibles consumidores, datos que podrán variar de pendiendo del mercado y la economía de nuestro país, considerándose muy importantes al momento de definir cuál será la capacidad de producción de la nueva empresa.

#### ***3.1.2.1. Tamaño y Mercado***

El tamaño de un proyecto está determinado por la demanda existente en el mercado siendo este el principal factor que interviene para definir en tamaño del mismo.

Después de determinar la investigación de mercado tenemos que el mercado meta demanda es de 35.086 prendas al año, esto quiere decir que existe una demanda aceptable para beneficios del presente proyecto, lo cual se llegara a la conclusión de una muy buena aceptación de nuestro producto investigado.

**TABLA N° 3. 32**

**DEMANDA ACTUAL prendas/año 2015**

<b>MERCAD META</b>	<b>% ACEPTACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN CONSUMIDOR A</b>	<b>PERCAPITA CONSUMO (Unidades)</b>	<b>DEMANDA ACTUAL (Unidades)</b>
<b>18.863</b>	62	1169	3	<b>35.086</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Una vez realizada la investigación de campo y la respectiva tabulación de resultados se ha determinado que el porcentaje de aceptación de los productos tejidos en lana pura es del 62 %, además se ha establecido que el consumo per cápita es de 3 prendas al año.

Al determinar el tamaño de un proyecto es vital tomar al estudio de mercado como primer paso, ya que en este punto se estimó cual será la demanda insatisfecha y quiénes serán los posibles consumidores, datos que podrán variar dependiendo del mercado y la economía de nuestro país, considerándose muy importantes al momento de definir cuál será la capacidad de producción de la nueva empresa, considerando el tamaño adecuado para el futuro proyecto será el que permita obtener un resultado económicamente favorable para los intereses de los inversionistas, considerando así varios factores como son: el tamaño del mercado, la cantidad de materia prima a utilizarse, el número de colaboradores que serán necesario para el proyecto, el financiamiento para implantar la nueva planta, así como también la tecnología que se utilizará.

Una vez realizada la investigación de mercado se ha podido determinar que la demanda insatisfecha actual de tejidos en lana pura es de 17249 Prendas, por lo que, para el primer año se ha pensado en cubrir el **70%** del total, que significa **12.074** prendas a producir,

Actualmente la demanda de tejidos en lana pura en el Cantón Salcedo es demasiado

elevada y se ha establecido en cubrir únicamente el **75%** de la demanda insatisfecha al quinto año del funcionamiento de la empresa, lo que representa un volumen de producción de **18812** prendas de tejidos en lana pura.

Considerando que la producción de tejidos en lana pura puede disminuir por causa de tendencias del mercado en cuanto a la demanda de productos similares o sustitutos por cambio constantes en el comportamiento del consumidor pero es importante tener en cuenta que por ser un cantón ubicado en una de las provincias de la Sierra y por el clima que este posee la demandada de prendas de vestir e base a la lana pura es muy demanda, otra de las razones que limita la capacidad del proyecto es la disponibilidad de recursos financieros por parte de los inversionistas, por esta razón se cree conveniente cubrir el **70 %** de demanda insatisfecha lo cual es favorable para las aspiraciones de los gestores del proyecto quienes buscan la mejor opción para generar una producción acorde a las necesidades de los consumidores.

**TABLA N° 3.33**

**DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (Unidades)</b>
2010	15816
2011	16093
2012	16374
2013	16661
2014	16953
<b>2015</b>	<b>17249</b>
<b>2016</b>	<b>17551</b>
<b>2017</b>	<b>17858</b>
<b>2018</b>	<b>18171</b>
<b>2019</b>	<b>18489</b>
<b>2020</b>	<b>18812</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Para la Factibilidad Técnica, es importante que la población del cantón Salcedo en su mayoría utilicen prendas de lana, pero requieren más variedad y calidad en la



presentación y comercialización de estas prendas; de tal manera que cubran las expectativas del consumidor.

Este estudio considera los aspectos técnicos para poner en marcha la empresa optimizando recursos. Para esto es indispensable tomar en cuenta los siguientes factores:

### ***3.1.3. En función al Tamaño de Mercado***

El tamaño de mercado no es una medida fija, sino que esta puede variar a través del tiempo. Actualmente la demanda de la producción de prendas tejidas en lana pura no es elevada considerando que la producción puede disminuir en época de verano.

### ***3.1.4. En función de Materia Prima.***

La materia prima para la elaboración de las prendas es la lana pura de oveja. Las características técnicas-funcionales la llevan a ser una fibra excepcional y a pesar de ser una de las más antiguas, no ha detenido su desarrollo.

Un factor importante es el diámetro de la fibra de lana desde la punta hacia la base, el perfil del diámetro resultante influye sobre la calidad de la lana y el precio de la prenda elaborada.

Lanas con fibras de diámetro homogéneo son preferidas en el proceso industrial. En cambio, lanas con fibras de diámetro medio muy heterogéneo, diámetro heterogéneo a lo largo de las fibras, de diámetro mínimo muy bajo, de diámetro mínimo muy cerca del medio de la mecha, de longitud de fibras muy alta o de longitud de fibra muy variable afectan a la resistencia a la tracción y el consecuente comportamiento textil.

Por lo expuesto anteriormente es importante elegir bien a los proveedores productores de lana pura, de tal manera que se puedan diseñar prendas de calidad.

### ***3.1.5. En función a la Mano de Obra.***

Para el diseño de las prendas de lana es pertinente considerar los colaboradores que apoyarán a la puesta en marcha del proyecto.








- Un Administrador.
- Un Contador.
- Tres personas para confección.
- Un Comercializador.

Todos los colaboradores serán profesionales en el área que les corresponde, con estudios superiores; las personas encargadas de la confección deberán tener sólidos conocimientos sobre tejidos de lana y confección de prendas.

### ***3.1.6. En función a la Tecnología.***

Para el proceso de elaboración de prendas tejidas de lana pura es necesaria la utilización de maquinaria adecuada para realizar productos de calidad. El estudio técnico elaborado recomienda la compra de la siguiente maquinaria y equipo:









**TABLA N° 3. 34**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANT	HERRAMIENTA
<b>Máquina Industrial Overlock Chelok Yuki.</b> Para evitar se deshilen las prendas en las uniones.	1	
<b>Maquina Industrial Tejedora.</b> Eléctrica Himat Plana, Se utilizará para tejer las prendas.	1	
<b>Máquina Bordadora.</b> Para bordar según el diseño de la prenda.	1	
<b>.Cortadora Eléctrica.</b> Para cortar lana y los materiales para la confección de las prendas.	1	
<b>Rebobinadora.</b> Que permitirá poner uniforme a los tubos de orlón que será utilizada para la fabricación de tela.	1	
<b>.Compresor.</b> Soldex ½ HP, será utilizado para la limpieza de las maquinarias	1	
<b>.Balanza.</b> Permite pesar la lana pura en relación a las prendas a confeccionarse.	1	

**Fuente:** Investigación de Campo





**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 35**  
**HERRAMIENTAS**

DETALLE	CANT.	HERRAMIENTAS
<b>Juego de Agujas.</b> Necesarias para tejer en la maquinas industriales.	5	
<b>Tijeras,</b> para cortar rezagos de lana en las prendas confeccionadas.	2	
<b>Moldes,</b> útiles en la confección de sacos de lana.	8	
<b>Escalera,</b> indispensable para el almacenamiento en bodega de materia prima, producto terminado, materiales, etc.	1	
<b>Tiza Industrial,</b> para enmarcar y poder confeccionar las prendas.	2	
<b>Cinta Métrica,</b> necesaria en la medición del tamaño en las prendas confeccionadas.	1	
<b>Juego Reglas para trazo,</b> se emplea en el diseño de las prendas a confeccionarse.	1	
<b>Caja de herramientas</b> para mantenimiento	1	

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo


**TABLA N° 3.36**  
**MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CAN T.	MUEBLES Y ENSERES
<b>Armario de 24 servicios de 2.40mtx4mt</b> , para almacenamiento de materia prima, materiales, insumos y producto terminado.	2	
<b>Mesa de Corte 2mx3m</b> , útil para cortar, diseñar y armar las prendas a confeccionarse.	2	
<b>Escritorio 1mtx1.5mt</b> , para el manejo de la parte administrativa	1	
<b>Sillas</b> , para la oficina de gerencia para atender a los clientes.	5	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3.37**  
**EQUIPO DE CÓMPUTO**

DETALLE	CANT.	COMPUTADORA
<b>Computador</b> , necesario para la gestión administrativa de la empresa.	1	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

Una probabilidad de adquisición mensual de LANA ORLON se representa en la siguiente tabla:

**TABLA N° 3.38**  
**ADQUISICIÓN MENSUAL DE LANA**

Cantidad de gramos por Volumen de Producción mensual	Valor unitario (Promedio por gramo de LANA ORLON)	Total Valor mensual
<b>22.328</b>	\$0,34	\$7.163,80

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

Los posibles proveedores de lana pura son los siguientes:

**TABLA N° 3. 39**  
**PROVEEDORES DE LANA PURA.**

Empresa	Lugar
<b>Francelana S.A</b>	Quito
<b>Lana de Oveja</b>	Quito

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### **3.1.7. Tamaño propuesto**

El tamaño del negocio se da en base a la capacidad de producción del nuevo negocio por la cantidad prendas que elaboran diariamente, por las horas de producción y procesos que tendrá la fábrica.

**TABLA N° 3. 40**  
**TAMAÑO PROPUESTO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (Unidades)</b>	<b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (%)</b>	<b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (Cantidad)</b>
<b>2015</b>	<b>17249</b>	<b>70%</b>	<b>12074</b>
<b>2016</b>	<b>17551</b>	<b>71%</b>	<b>12461</b>
<b>2017</b>	<b>17858</b>	<b>72%</b>	<b>12858</b>
<b>2018</b>	<b>18171</b>	<b>73%</b>	<b>13265</b>
<b>2019</b>	<b>18489</b>	<b>74%</b>	<b>13682</b>
<b>2020</b>	<b>18812</b>	<b>75%</b>	<b>13921</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.1.8. Plan de producción

Plan de producción es la actividad o procesos que realizaran la empresa de tejidos en lana pura, está tiene procesos que van desde la compra de materia prima hasta el empacado, etiquetado y puesta a la venta; estas también serán entregadas para que sea consumido por los clientes mayoristas y minoristas hasta llegar al consumidor final

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, bienes y servicios la misma que se divide en tres partes que es la tierra que son recursos naturales que son importantes para la empresa, trabajo que es el esfuerzo físico asignado a la creación de un producto o servicio y capital que es la derivación de estos que sirva para aumentar la producción de otros bienes.

**TABLA N° 3. 41**

#### **PLAN DE PRODUCCIÓN AÑOS / CANTIDAD EN PRENDAS**

<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>
2015	<b>12074</b>	<b>1006</b>
2016	<b>12461</b>	<b>1038</b>
2017	<b>12858</b>	<b>1071</b>
2018	<b>13265</b>	<b>1105</b>
2019	<b>13682</b>	<b>1140</b>
2020	<b>13921</b>	<b>1160</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### 3.1.9. Localización

La localización es otro factor muy importante a la que se debe considerar no solo dar importancia a factores cuantitativos que la brinda datos numéricos y no también se debe tomar en cuenta el factor cualitativo que nos da conocer el clima, la actitud del individuo o comunidad para poder llegar a resultados satisfactorios.

Mediante la localización podremos determinar el lugar adecuado para implantar la empresa de producción de prendas textiles en lana pura, para esto es necesario realizar un estudio adecuado puesto que esto ayudará a la nueva empresa a maximizar las utilidades y minimizar los costos.

### 3.1.9.1. Macro localización

La empresa de tejidos de lana se ubicará en el Ecuador, región Sierra, provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo, se ha escogido esta localización por las siguientes razones:

- En el sector no existen empresas que representen competencia.
- De fácil acceso, por la existencia de transporte.
- El cantón Salcedo cuenta con afluencia de turistas y mucha actividad comercial.

**GRÁFICO N° 3.17**

**MAPA DEMACROLOCALIZACIÓN**



**Fuente:** Información Secundaria, mapas del Ecuador

**Elaborado por:** Beatriz Palomo



### 3.1.9.2 Micro localización.

Consiste en determinar el punto exacto donde se instalara la empresa de tejidos en lana pura, para esto es preciso determinar algunos factores como: disponibilidad de servicios básicos, fácil acceso, obtención de materia prima e infraestructura.

La nueva empresa se encontrará ubicada de la siguiente forma:

**PAÍS:** ECUADOR

**REGIÓN:** SIERRA

**PROVINCIA:** COTOPAXI

**CANTÓN:** SALCEDO

**BARRIO:** LA TEBAIDA

**GRÁFICO N° 3. 18**

**MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN**



**Fuente:** Información Secundaria, mapas del cantón Salcedo.

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### ***3.1.10. Ingeniería***

#### ***3.1.10.1. Procesos Productivos***

El proceso productivo es el proceso de producción, procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de la materia prima.

El proceso productivo es el que permite la transformación de materia prima en producto terminado, para que al final sea adquirido por el consumidor final, tomando en cuenta cada uno de los procedimientos necesarios para la obtención de un bien.

#### ***3.1.10.2. Descripción del Proceso Productivo***

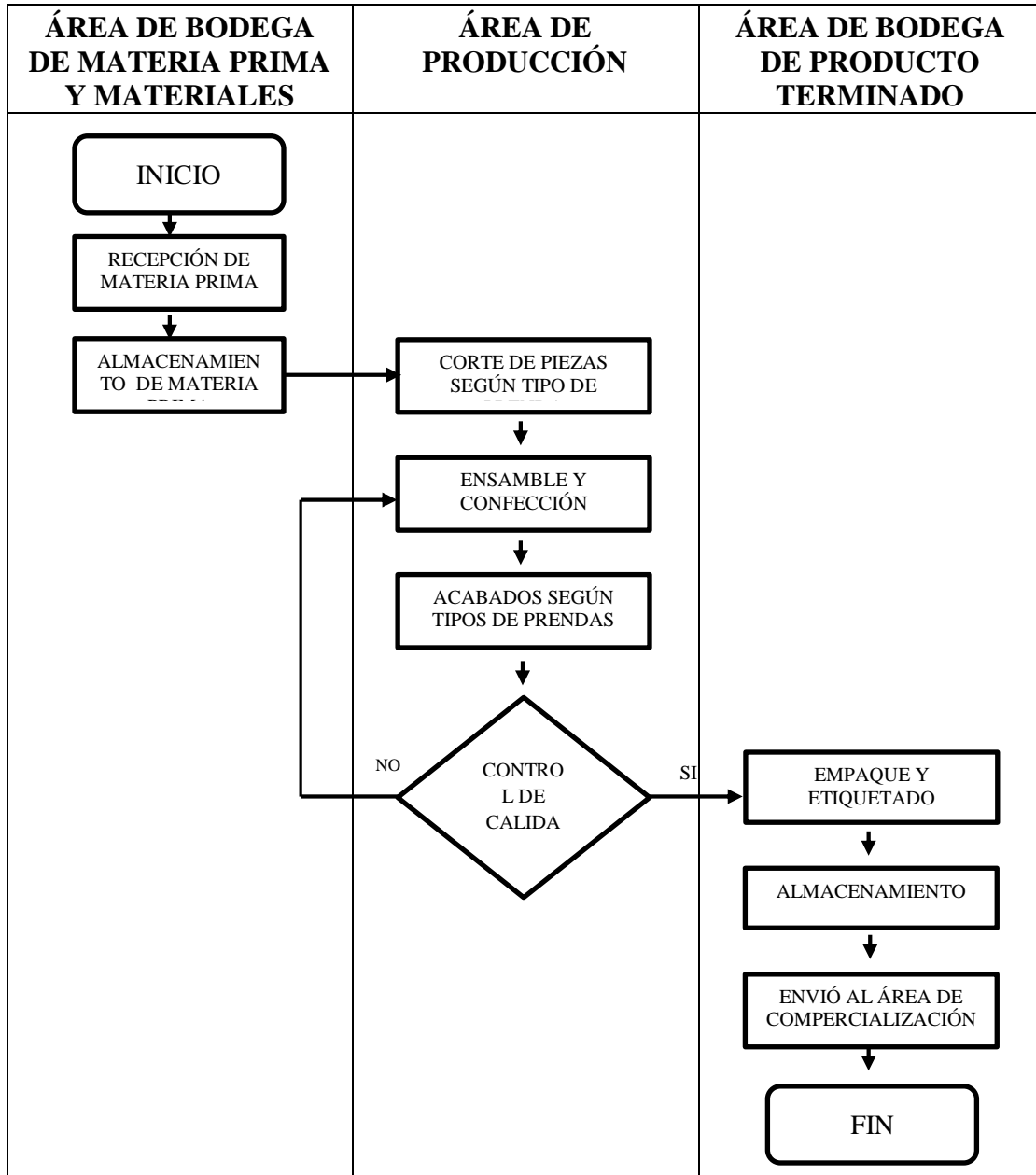
Proceso de elaboración de prendas de vestir hechos en lana pura se hace básicamente con el siguiente proceso:

- **Recepción de materias primas:** Se receipta la materia prima y demás insumos, es la encargada del control de inventarios las mismas que son almacenadas en un lugar ventilado donde no haya humedad hasta su posterior utilización
- **Producción:** Es la etapa donde se transforma la materia prima en producto terminado en tiempos y calidades suficientes para poder operar la planta.
- **Corte:** Una vez obtenidas las telas tejidas son colocados los trazos se cortan las piezas con la ayuda de una máquina de acuerdo al modelos y tallas que se van hacer.
- **Confección:** En esta parte del proceso se unen los cortes y se cosen por medio de máquinas "OVERLOCK" donde se cosen orillas para que no se deshilen.
- **Acabado:** Se termina el producto final en forma manual se cortan hilos y colas resultantes de la unión de piezas.

- **Control de Calidad:** Es la etapa donde se revisa de acuerdo a las normas de calidad establecidas por la empresa.
- **Empaquetado:** Las prendas son empacadas y etiquetadas en bolsas de papel de acuerdo a modelos y tallas.
- **Almacenamiento:** Los productos finales son almacenados en lugares frescos y secos ya que la lana a la humedad se rompe y al sol se destiñe el color.
- **Comercialización:** Una vez cumplido con el proceso de fabricación de las prendas, el vendedor o comercializador se encargará de que la prenda textil llegue al consumidor final o a sus intermediarios.




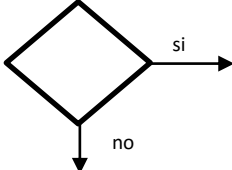

GRÁFICO N° 2. 19

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE FABRICACIÓN DE TEXTILES EN LANA PURA



Fuente: Elaboración Propia  
 Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 3. 20**  
**SIMBOLOGÍA FLUJOGRAMA**

SIMBOLO	SIGNIFICADO	DETALLE
	Inicio o fin	Se utiliza para representar al comienzo o final del proceso, sus zonas de fronteras, o para referirse a otro proceso que no es el objetivo de estudio.
	Operación	Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta se registra al interior.
	Documento	Simboliza al documento resultante de la operación respectiva. En su interior se anota el nombre que corresponda.
	Decisión	Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real.
	Sentido del flujo	Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso.

Fuente: Gerencia de Procesos; Braulio Mejia; 1998  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### ***3.1.11. Distribución de la planta***

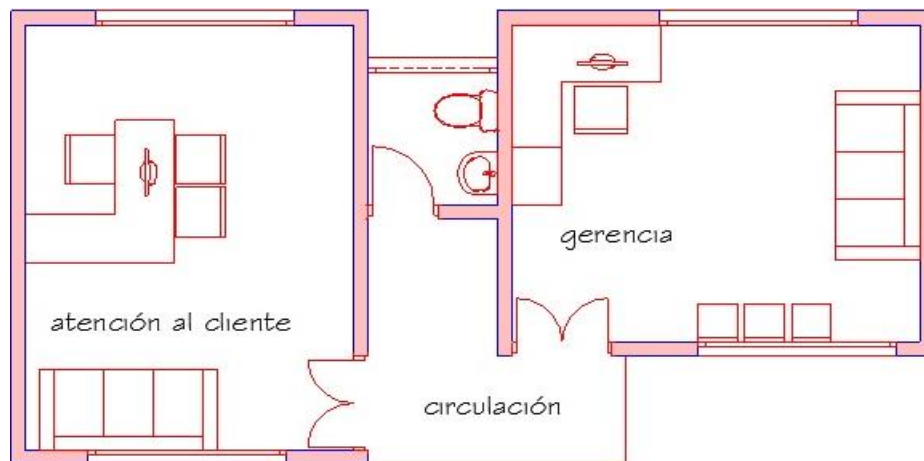
Para poder iniciar con la nueva empresa es importante tomar en cuenta la distribución de planta, donde se debe tomar en cuenta la utilización del espacio disponible al interior de las instalaciones, ubicando debidamente todos los componentes necesarios para producir, un buen manejo de este espacio ayuda a reducir tiempo y dinero al momento de producir un producto de calidad.

Por lo tanto la distribución de la planta se ha desarrollado de acuerdo a las necesidades de la colectividad y de la nueva empresa para llevar a cabo la producción y comercialización de tejidos en lana pura, este local será arrendado la misma que deberá ajustarse a las necesidades de la empresa, a continuación se detalla cómo se distribuirá el espacio físico de la empresa.

### ÁREA 1: Administrativa.

En esta área se encontrarán 2 departamentos: Administración General, y Contabilidad, para lo cual se requieren de 40 m<sup>2</sup>.

**GRÁFICO N° 3. 21**  
**DISTRIBUCIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA**



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 42**  
**SUPERFICIE DE LA PLANTA**

AREA	SUPERFICIE	ANCHO	LARGO
Área atención al Cliente	15m <sup>2</sup>	5	3
Área de gerencia	14 m <sup>2</sup>	4	3
Servicios Higiénicos	1,82 m <sup>2</sup>	1,4	1,3
Circulación- Pared	9,18 m <sup>2</sup>		
<b>TOTAL</b>	<b>40 m<sup>2</sup></b>		

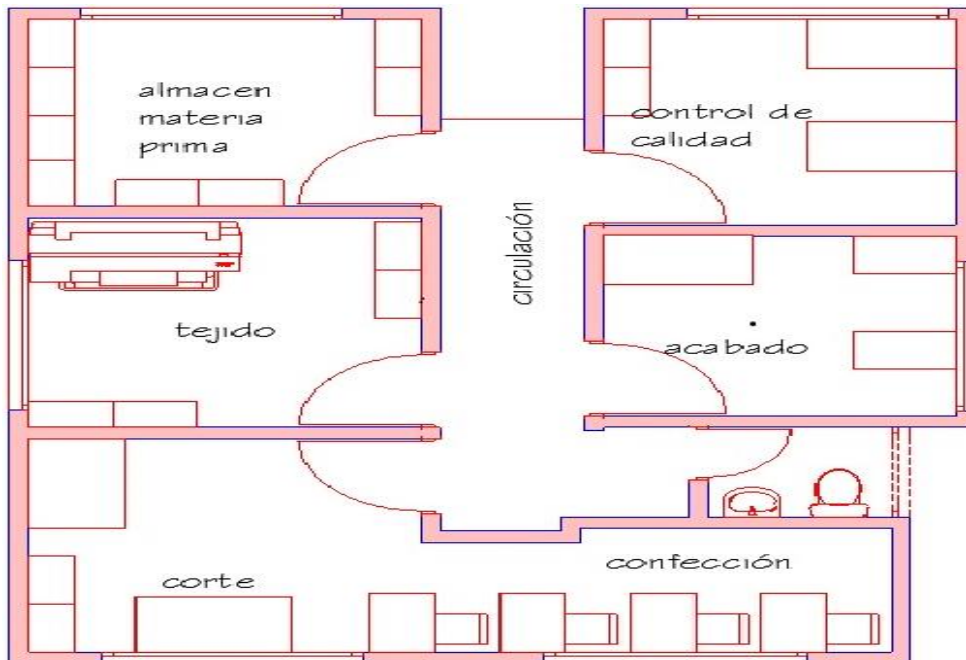
**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### ÁREA 2: Operativa.

En esta área se encontrará el departamento de producción, y se requieren de 60 m<sup>2</sup>.

## GRÁFICO N° 3. 22

### DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA OPERATIVA



Elaborado por: Beatriz Palomo

TABLA N° 3. 43

AREA	SUPERFICIE	ANCHO	LARGO
Almacén	7,5m2	3	2,5
Tejido	9 m2	3	3
Corte-Confección	13 m2	2	6,5
Control Calidad	7 m2	3,5	2
Acabados	6 m2	3	2
Servicios Higiénicos	3 m2	2	1,5
Circulación-Pared	14.50 m2		
<b>TOTAL</b>	<b>60m2</b>		

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.1.12. Requerimientos del Proyecto

**TABLA N° 3. 44**  
**INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR MENSUAL/(\$)	VALOR ANUAL(\$)
ÁREA 1:Administrativa	40	50,00	600,00
ÁREA 2:Operativa	60	70,00	840,00
<b>TOTAL</b>		<b>120,00</b>	<b>1296,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

La infraestructura dividida en dos áreas (área administrativa y operativa) con 40 y 60m<sup>2</sup> respectivamente, la misma que será tomada como arriendo y adecuar las a las necesidades de los inversionistas.

**TABLA N° 3. 45**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL (\$)
<b>ÁREA OPERATIVA</b>			
Industrial Maquina Eléctrica Himat	1	\$5.120,00	\$5.120,00
Máquina Bordadora	1	\$6.540,00	\$6.540,00
Cortadora Eléctrica	1	\$180,00	\$180,00
Maquina Overlok	1	\$3.550,00	\$3.550,00
Rebobinadora Kansai	1	\$2.890,00	\$2.890,00
Compresor Soldex ½ HP	1	\$280,00	\$280,00
Balanza	1	\$12,00	\$12,00
<b>TOTALAL:</b>			<b>\$18.572,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo



**TABLA N° 3. 46****MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL (\$)
Armario de 24 servicios de	2	\$380,00	\$760,00
Mesa de Corte 2mx3m	1	\$80,00	\$80,00
Escritorio 1mtx1.5mt	1	\$120,00	\$120,00
Sillas	5	\$28,00	\$140,00
<b>TOTAL:</b>			<b>\$1.100,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 47****MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL(\$)
Tijeras	2	8,00	16,00
Escalera	1	64,00	64,00
Juego Reglas para trazo	1	55,00	55,00
Caja de herramientas de mantenimiento	1	45,00	45,00
		<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 48****EQUIPO DE COMPUTÓ**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL (\$)
Computador	1	1.150,00	1.150,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.150,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 49****MATERIALES E INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL(\$)
Juego de Agujas	6	1,5	7,50
Moldes	6	3,0	24,00
Tiza Industrial	12	0,4	4,80
Cinta Métrica	1	0,8	0,80
<b>TOTAL:</b>			<b>37,10</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 50****SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Útiles de aseo Área administrativa	15,00	180,00
Útiles de aseo Área Operativa	45,00	540,00
Varios	6,00	72,00
<b>TOTAL:</b>		<b>792,00</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 51**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

**MANO DE OBRA DIRECTA**

**MANO DE OBRA DIRECTA**

C A R G O	SALARIOS UNIFICADO A ENE. 215	IESS PERSONAL 9,35%	LIQUIDO A RECIBIR C/ MES	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL PROVISIONES	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR
Diseñador	\$ 420,00	\$ 39,27	\$ 380,73	\$ 51,03	\$ 35,00	\$ 17,50	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 168,03	\$ 548,76
Operario	\$ 390,00	\$ 36,47	\$ 353,54	\$ 47,39	\$ 32,50	\$ 16,25	\$ 32,50	\$ 29,50	\$ 158,14	\$ 511,67
Ayudante	\$ 354,00	\$ 33,10	\$ 320,90	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 146,26	\$ 467,16
<b>SUMAN:</b>	\$ 1.164,00	\$ 108,83	\$ 1.055,17	\$ 141,43	\$ 97,00	\$ 48,50	\$ 97,00	\$ 88,50	\$ 472,43	\$ 1.527,59

**ADMINISTRATIVO - FINANCIERO - VENTAS**

C A R G O	SALARIOS UNIFICADO A ENE. 215	IESS PERSONAL 9,35%	LIQUIDO A RECIBIR C/ MES	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL PROVISIONES	COSTO TOTAL POR TRABAJADOR
Gerente	\$ 550,00	\$ 51,43	\$ 498,58	\$ 66,83	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 45,83	\$ 29,50	\$ 210,91	\$ 709,48
Contador	\$ 410,00	\$ 38,34	\$ 371,67	\$ 49,82	\$ 34,17	\$ 17,08	\$ 34,17	\$ 29,50	\$ 164,73	\$ 536,40
Vendedor	\$ 354,00	\$ 33,10	\$ 320,90	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 146,26	\$ 467,16
<b>SUMAN:</b>	\$ 1.314,00	\$ 122,86	\$ 1.191,14	\$ 159,65	\$ 109,50	\$ 54,75	\$ 109,50	\$ 88,50	\$ 521,90	\$ 1.713,04

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 52**  
**COSTO DE MATERIA PRIMA (AÑO 1)**

PROD.	CANT. (mes)	CANT. (ANUAL)	CANTIDAD DE LANA ORLON en (Gramos) Por producto	Total Mensual de LANA ORLON en (Gramos) Por producto	Precio (\$) por gramo Por producto	Costo Total de la Lana Lote de producción (Mensual)	Costo Total de la Lana Lote de producción (Anual)
Suéteres	600	7200	25	15000	\$ 0,30	\$ 4.500,00	\$ 54.000,00
Ponchos	106	1274	38	4028	\$ 0,35	\$ 1.409,80	\$ 16.944,20
Bufandas	300	3600	11	3300	\$ 0,38	\$ 1.254,00	\$ 15.048,00
<b>Total</b>	<b>1006</b>	<b>12074</b>		<b>22328</b>	<b>\$ 0,34</b>	<b>\$ 7.163,80</b>	<b>\$ 85.992,20</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 53**  
**SERVICIOS BASICOS**

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Energía Eléctrica	Kw	250	0,14	35,00	<b>420,00</b>
Agua	m <sup>3</sup>	300	0,08	24,00	<b>288,00</b>
Teléfono	min	500	0,07	35,00	<b>420,00</b>
<b>TOTAL:</b>				94,00	1.128,00

Fuente: Cotizaciones y entrevista  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 54**  
**GASTOS DIFERIDOS (CONSTITUCIÓN)**

<b>GASTOS DIFERIDOS(CONSTITUCIÓN)</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Patente Municipal	39,00
Permiso de funcionamiento	44,00
Gasto Adecuaciones	250,00
Estudio Pre-factibilidad	1.000,00
<b>TOTAL:</b>	<b>1.333,00</b>

Fuente: Cotizaciones y entrevistas  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### **3.2. Estudio Económico y Financiero**

El estudio financiero es muy importante aplicarlo en un proyecto de inversión ya que es la que establece la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y verifica los resultados del proyecto para ver si la inversión es factible o no.

### ***3.2.1. Inversión Inicial***

Es el valor monetario con la que se cuenta para iniciar un negocio la misma que sirve para la adquisición de activos necesarios para poner en marcha el negocio. Se consideran dos aspectos:

- Fase de pre inversión para la creación de la nueva empresa.
- Fase de inversión para el funcionamiento de la empresa.

### ***3.2.2. Componentes de la Inversión***

Para emprender con un nuevo negocio es necesario tomar en cuenta los siguientes tipos de inversión:

#### ***3.2.2.1. Inversión Fija.***

Los activos fijos son todos los bienes tangibles de carácter operativo de la empresa, como son terrenos, edificios, maquinaria y equipo, muebles y enseres, etc. los mismos que con el paso del tiempo pierden su valor o se desgastan y se encuentran a disposición de la empresa a lo largo de su vida útil.

Estos activos fijos son los siguientes:

**Infraestructura.-** Es el rubro estimado por arriendo del local en donde va a estar ubicada el área de producción, así como también de las oficinas administrativas.

**Maquinaria y Equipo.-** Son los rubros destinados a la maquinaria que será utilizada para la producción, así como también los computadores para el área administrativa.

**Muebles y Enseres.-** Constituye el rubro por inmobiliario.

Para cubrir con todas las necesidades para poner en marcha el proyecto se necesitará el aporte de los socios y recurrir al sector financiero para obtener un crédito de acuerdo a los requerimientos.

**Herramientas.**-Útiles para la confección de las prendas

**Equipo de Cómputo.**-Necesario para el manejo administrativo de la empresa.

### ***3.2.2.2. Inversión Diferida***

Son los activos por los servicios o derechos adquiridos para el funcionamiento de la empresa.

**Gastos de Constitución.**-Son los gastos por la Constitución jurídica de la empresa.

**Imprevistos.**- Son rubros inesperados por posibles emergencias.

### ***3.2.2.3. Capital de Trabajo.***

Es el resultado del activo circulante y el pasivo circulante es decir es el valor monetario, como clientes, cuentas por cobrar, cuentas por pagar con las que cuenta la empresa para su periodo laboral.

Entre los rubros que forman parte del capital de trabajo se tiene:

**Materia prima.**- Contar con el elemento principal la lana pura.

**Mano de obra directa.**- Son las remuneraciones de las tres personas encargadas de la producción.

**Costos indirectos.**-Son rubros necesarios aunque no son directamente para la producción como útiles de limpieza y materiales indirectos.

**Gastos de comercialización y administrativos.-** Son los rubros de sueldos, transporte y publicidad.

**Gastos de arriendo.-** Rubro de arriendo de local para la producción y distribución.

**TABLA N° 3. 55**

**INVERSIÓN INICIAL (en dólares)**

<b>R U B R O S</b>	<b>INVERSIÓN POR REALIZAR</b>
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>	
<b>1.1. ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria y Equipo	18.572,00
Muebles y Enseres	1.100,00
Herramientas	180,00
Equipo de Computo	1.150,00
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>21.002,00</b>
<b>1.2. ACTIVOS INTANGIBLES</b>	
Patente Municipal	39,00
Permiso de Funcionamiento	44,00
Gasto Adecuación física	250,00
Estudio Pre-factibilidad	1.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS NOMINALES</b>	<b>1.333,00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES AF + AI</b>	<b>22.335,00</b>
<b>2. CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>TOTAL CAPITAL DETRABAJO</b>	<b>13.892,00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES AF + AN + CT</b>	<b>36.227,00</b>

Fuente: Cotizaciones y entrevistas

Elaborado por: Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 56**

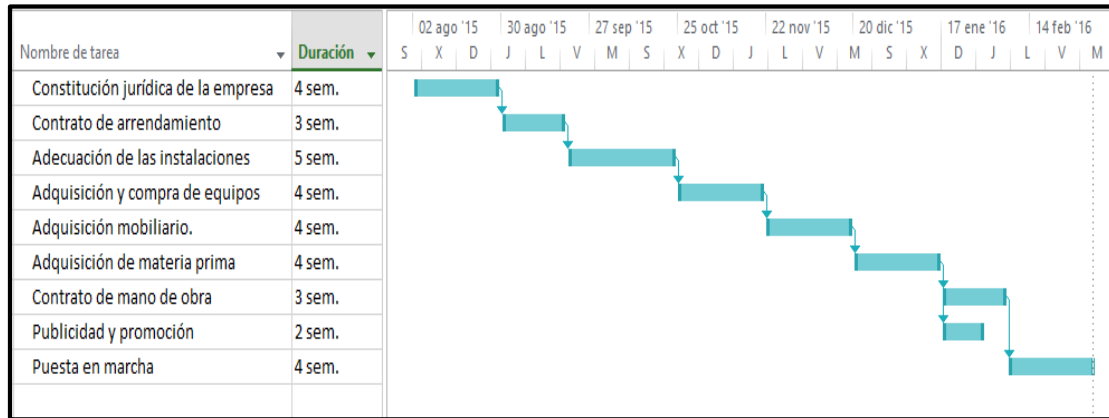
**CAPITAL DE TRABAJO NETO ESTIMADO (Mensual en Dólares)**

<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO ESTIMADO (Mensual en Dólares)</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja y bancos	3.500,00	Cuentas por pagar	2.500,00
Materia Prima, Materiales y Suministro:	15.000,00	Sueldos por pagar	2.478,00
Contingencias	370,00		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>18.870,00</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>4.978,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO :</b>	<b>13.892,00</b>		

**3.2.3. Cronograma de inversiones**

**TABLA N° 3. 57**

**CRONOGRAMA DE INVERSIONES**



Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Beatriz Palomo



### 3.2.4. Financiamiento

#### 3.2.4.1. Financiamiento con Aporte Propio

En relación a las demás empresas de producción, esta actividad económica se caracteriza por requerir de una determinada cantidad para inversiones que se determinaran su creación y desarrollo, ya que mediante el estudio técnico se ha establecido los requerimientos necesarios para la ejecución de la nueva empresa, el requerimiento es de **\$ 36.227,00**, correspondiente al 100% de la inversión inicial.

**TABLA N° 3. 58**

**TABLA DE DEPRECIACIONES**

CONCEPTO	1	2	3	4	5
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48
MUEBLES Y ENSERES	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00
HERRAMIENTAS	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 1.983,28</b>	<b>\$ 1.983,28</b>	<b>\$ 1.983,28</b>	<b>\$ 1.983,28</b>	<b>\$ 1.983,28</b>

TOTAL DEPREC.	VALOR / BIEN	DEPRECIABLES A:	VALOR RESIDUAL
\$ 8.357,40	\$ 18.572,00	10 AÑOS (MAQUINARIA Y EQUIPOS)	\$ 10.214,60
\$ 495,00	\$ 1.100,00	10 AÑOS (MUEBLES Y ENSERES)	\$ 605,00
\$ 180,00	\$ 180,00	5 AÑOS (HERRAMIENTAS)	\$ 0,00
\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	5 AÑOS (EQUIPO DE COMPUTO)	\$ 0,00
<b>\$ 10.182,40</b>	<b>\$ 21.002,00</b>		<b>\$ 10.819,60</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### 3.2.5. Determinación de Costos

#### 3.2.5.1. Presupuesto de Costos

En este caso, se resume la proyección de los costos requeridos para la producción que se ofertarán durante el primer año de funcionamiento de la empresa, cuyos valores están analizados en base a los requerimientos establecidos anteriormente.

**TABLA N° 3. 59**  
**ESTRUCTURA DE COSTOS**

RUBROS	AÑOS				
	2015 AÑO 1	2016 AÑO 2	2017 AÑO 3	2018 AÑO 4	2019 AÑO 5
<b>1. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 112.515,16	\$ 116.582,07	\$ 120.798,23	\$ 125.169,13	\$ 129.700,43
<b>1.1. DIRECTO</b>					
Materia Prima	\$ 85.965,60	\$ 89.120,54	\$ 92.391,26	\$ 95.782,02	\$ 99.297,22
Materiales y suministros	\$ 37,10	\$ 38,46	\$ 39,87	\$ 41,34	\$ 42,85
Servicios Básicos (Agua, Luz y Teléfono)	\$ 1.128,00	\$ 1.169,40	\$ 1.212,31	\$ 1.256,81	\$ 1.302,93
Mano de obra	\$ 18.331,10	\$ 19.003,86	\$ 19.701,30	\$ 20.424,33	\$ 21.173,91
Prestaciones Sociales	\$ 1.306,01	\$ 1.353,94	\$ 1.403,63	\$ 1.455,14	\$ 1.508,54
<b>1.2. INDIRECTO</b>					
Útiles de Oficina	\$ 2.814,24	\$ 2.917,52	\$ 3.024,60	\$ 3.135,60	\$ 3.250,67
Útiles de Aseo	\$ 792,00	\$ 821,07	\$ 851,20	\$ 882,44	\$ 914,82
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48
Depreciación Herramientas	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80
Mantenimiento de maquinaria y Equipo	\$ 167,15	\$ 173,28	\$ 179,64	\$ 186,23	\$ 193,07
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 273,68	\$ 283,73	\$ 294,14	\$ 304,94	\$ 316,13
<b>2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	\$ 18.877,61	\$ 19.630,96	\$ 20.420,16	\$ 21.247,46	\$ 22.115,33
Almuerzo	\$ 1.440,00	\$ 1.492,85	\$ 1.547,64	\$ 1.604,43	\$ 1.663,32
Sueldos y Salarios	\$ 14.950,56	\$ 15.499,25	\$ 16.068,07	\$ 16.657,77	\$ 17.269,11
Prestaciones Sociales	\$ 1.077,12	\$ 1.116,65	\$ 1.157,63	\$ 1.200,12	\$ 1.244,16
Gastos servicios (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 1.128,00	\$ 1.169,40	\$ 1.212,31	\$ 1.256,81	\$ 1.302,93
Internet	\$ 540,00	\$ 559,82	\$ 580,36	\$ 601,66	\$ 623,74
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00
Depreciación de Equipo de Computo	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 898,93	\$ 1.002,85	\$ 1.118,78	\$ 1.248,11	\$ 1.392,39
<b>3. COSTO DE VENTAS</b>	\$ 9.992,17	\$ 10.399,99	\$ 10.827,54	\$ 11.276,07	\$ 11.746,98
Sueldos y Salarios	\$ 5.605,94	\$ 5.811,68	\$ 6.024,97	\$ 6.246,09	\$ 6.475,32
Prestaciones Sociales	\$ 397,19	\$ 411,76	\$ 426,88	\$ 442,54	\$ 458,78
Publicidad y Promoción	\$ 2.688,00	\$ 2.786,65	\$ 2.888,92	\$ 2.994,94	\$ 3.104,86
Transporte (Envío de mercadería)	\$ 780,00	\$ 808,63	\$ 838,30	\$ 869,07	\$ 900,96
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 521,04	\$ 581,27	\$ 648,47	\$ 723,43	\$ 807,06
<b>T O T A L</b>	<b>\$ 141.384,95</b>	<b>\$ 146.613,03</b>	<b>\$ 152.045,93</b>	<b>\$ 157.692,66</b>	<b>\$ 163.562,75</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.2.5.2. Clasificación de Costos

Para determinar este costo, consideramos los datos del costo de producción total y la producción anual, esto permitirá conocer cuánto le cuesta a la empresa producir una unidad para tener una idea clara de la utilidad que se puede obtener.

**TABLA N° 3. 60**

#### **CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS - VARIABLE (PRIMER AÑO)**

<b>COSTOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>COSTOS FIJOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>
<b>1. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 112.515,16</b>	<b>\$ 25.167,33</b>	<b>\$ 87.347,83</b>
<b>1.1. DIRECTO</b>			
Materia Prima	\$ 85.965,60		\$ 85.965,60
Materiales y suministros.	\$ 37,10		\$ 37,10
Servicios Básicos (A gua, Luz y Teléfono)	\$ 1.128,00	\$ 225,60	\$ 902,40
Mano de obra	\$ 18.331,10	\$ 18.331,10	
Prestaciones Sociales	\$ 1.306,01	\$ 1.306,01	
<b>1.2 INDIRECTO</b>			
Útiles de Oficina	\$ 2.814,24	\$ 2.532,82	\$ 281,42
Útiles de A seo	\$ 792,00	\$ 712,80	\$ 79,20
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	
Depreciación Herramientas	\$ 28,80	\$ 28,80	
Mantenimiento de maquinaria y Equipo	\$ 167,15	\$ 167,15	
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 273,68	\$ 191,58	\$ 82,11
<b>2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 20.317,61</b>	<b>\$ 19.528,01</b>	<b>\$ 789,60</b>
Almendo	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	
Sueldos y Salarios	\$ 14.950,56	\$ 14.950,56	
Prestaciones Sociales	\$ 1.077,12	\$ 1.077,12	
Gastos servicios (A gua, Luz, Telefono)	\$ 1.128,00	\$ 338,40	\$ 789,60
Internet	\$ 540,00	\$ 540,00	
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 99,00	\$ 99,00	
Depreciación de Equipo de Computo	\$ 184,00	\$ 184,00	
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 898,93	\$ 898,93	
<b>3. COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 9.992,17</b>	<b>\$ 9.393,13</b>	<b>\$ 599,04</b>
Sueldos y Salarios	\$ 5.605,94	\$ 5.605,94	
Prestaciones Sociales	\$ 397,19	\$ 397,19	
Publicidad y Promoción	\$ 2.688,00	\$ 2.688,00	
Transporte (Envío de mercadería)	\$ 780,00	\$ 702,00	\$ 78,00
Otros (Provisiones varias 5%)	\$ 521,04		\$ 521,04
<b>T O T A L</b>	<b>\$ 142.824,95</b>	<b>\$ 54.088,48</b>	<b>\$ 88.736,47</b>

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.2.5.3. Presupuesto de Ingresos

Para determinar la cantidad en ventas se consideró captar el 70% de la demanda insatisfecha para el primer año que es 12074 prendas con un incremento en un 1% para los siguientes años, estimando que es lo mínimo que el mercado crecería en habitantes en el mercado motivo de estudio en relación a la Tasa de Crecimiento Poblacional, información entregada por el INEC, cabe recalcar que la producción mensual va a ser 1.006 prendas, de acuerdo a la capacidad de producción que va a tener la empresa a implementarse, con una producción diaria promedio de 50 prendas de textil en lana pura. Además para la proyección se lo realizo de los datos proyectados de la Demanda y la Oferta, en cuanto a los precio de los productos se estimó tomando en cuenta el valor promedio que tiene las tres líneas de productos en el mercado, y que estos para la proyección de los siguientes años se lo realiza en base a la tasa de inflación promedio anual del 3,67% a febrero del 2015, datos entregados por el Banco Central del Ecuador en su página web en el link de indicadores económicos.

**TABLA N° 3. 61**

#### **ESTRUCTURA DE LOS INGRESOS DEL PLAN DE NEGOCIOS (vida útil 5 años)**

RUBROS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	CANT.	PRECIO Por prenda	INGRESO TOTAL	CANT.	PRECIO Por prenda	INGRESO TOTAL	CANT.	PRECIO Por prenda	INGRESO TOTAL
SUÉTERES	7.200,00	14,50	104.400,00	7.431	15,03	111.705,71	7.669	15,58	119.511,08
PONCHOS	1.274,00	19,50	24.843,00	1.315	20,22	26.578,89	1.356	20,96	28.408,52
BUFANDAS	3.600,00	7,20	25.920,00	3.715	7,46	27.731,14	3.834	7,74	29.668,84
<b>TOTAL</b>	<b>12.074</b>		<b>\$ 155.163,00</b>	<b>12.461</b>		<b>\$ 166.015,74</b>	<b>12.859</b>		<b>\$ 177.588,44</b>

RUBROS	AÑO 4			AÑO 5		
	CANT.	PRECIO Por prenda	INGRESO TOTAL	CANT.	PRECIO Por prenda	INGRESO TOTAL
SUÉTERES	7.915,85	16,16	127.886,62	8.172,33	16,75	136.875,66
PONCHOS	1.398,90	21,73	30.393,55	1.442,27	22,52	32.485,77
BUFANDAS	3.949,11	8,02	31.680,42	4.067,58	8,32	33.828,38
<b>TOTAL</b>	<b>13.264</b>		<b>\$ 189.960,59</b>	<b>13.682</b>		<b>\$ 203.189,81</b>

Fuente: Cuadros Anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.2.6. Estados financieros

#### 3.2.6.1. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias, llamado también estado de resultados tiene la finalidad de calcular la utilidad del proyecto, sus flujos netos, los mismos que se obtiene restando a los ingresos todos los costos necesarios para la producción siendo así los gastos administrativos, de venta, depreciaciones y amortizaciones en que incurre la empresa.

**TABLA N° 3. 62**

#### **ESTADO PROFORMA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

RUBROS	AÑOS				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS	\$ 155.163,00	\$ 166.015,74	\$ 177.588,44	\$ 189.960,59	\$ 203.189,81
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 112.515,16	\$ 116.582,07	\$ 120.798,23	\$ 125.169,13	\$ 129.700,43
COSTO DE VENTAS	\$ 9.992,17	\$ 10.399,99	\$ 10.827,54	\$ 11.276,07	\$ 11.746,98
UTILIDAD BRUTA	\$ 32.655,66	\$ 39.033,68	\$ 45.962,67	\$ 53.515,39	\$ 61.742,39
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 18.877,61	\$ 19.630,96	\$ 20.420,16	\$ 21.247,46	\$ 22.115,33
UTILIDAD ANTES DE R.U. e IMP	\$ 13.778,05	\$ 19.402,72	\$ 25.542,52	\$ 32.267,93	\$ 39.627,06
REPARTO DE UTILIDADES	\$ 2.066,71	\$ 2.910,41	\$ 3.831,38	\$ 4.840,19	\$ 5.944,06
UTILIDAD ANTES DE IMP - RENT.	\$ 11.711,34	\$ 16.492,31	\$ 21.711,14	\$ 27.427,74	\$ 33.683,00
IMPUESTOS RENTA	\$ 1.405,36	\$ 1.979,08	\$ 2.605,34	\$ 3.291,33	\$ 4.041,96
<b>UTILIDAD NETA TOTAL</b>	<b>\$ 10.305,98</b>	<b>\$ 14.513,23</b>	<b>\$ 19.105,80</b>	<b>\$ 24.136,41</b>	<b>\$ 29.641,04</b>

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Beatriz Palomo

#### 3.2.6.1.1. Punto de Equilibrio

Es una herramienta importante que se debe aplicar en proyectos de inversión ya que es la que permite saber el punto exacto para conocer cuánto se debe producir y vender para no sufrir pérdidas.

En si el punto de equilibrio es aquel nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad, también podemos decir que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa.

El punto de equilibrio se calculará mediante la utilización de los costos tanto fijos como variables utilizando la fórmula.

Ingreso total en el punto de equilibrio:

$$Y_t = \frac{\text{Costos Fijos}}{\left(1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}\right)}$$

**TABLA N° 3. 63**

**CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

ECUACIONES DEL COSTO	PARTE FIJA	PARTE VARIABLE	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 25.167,33	\$ 87.347,83	\$ 112.515,16
COSTO DE VENTAS	\$ 9.393,13	\$ 599,04	\$ 9.992,17
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 19.528,01	\$ 789,60	\$ 20.317,61
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 54.088,48</b>	<b>\$ 88.736,47</b>	<b>\$ 142.824,95</b>

INGRESOS AL AÑO 1 = \$ 155.163,00

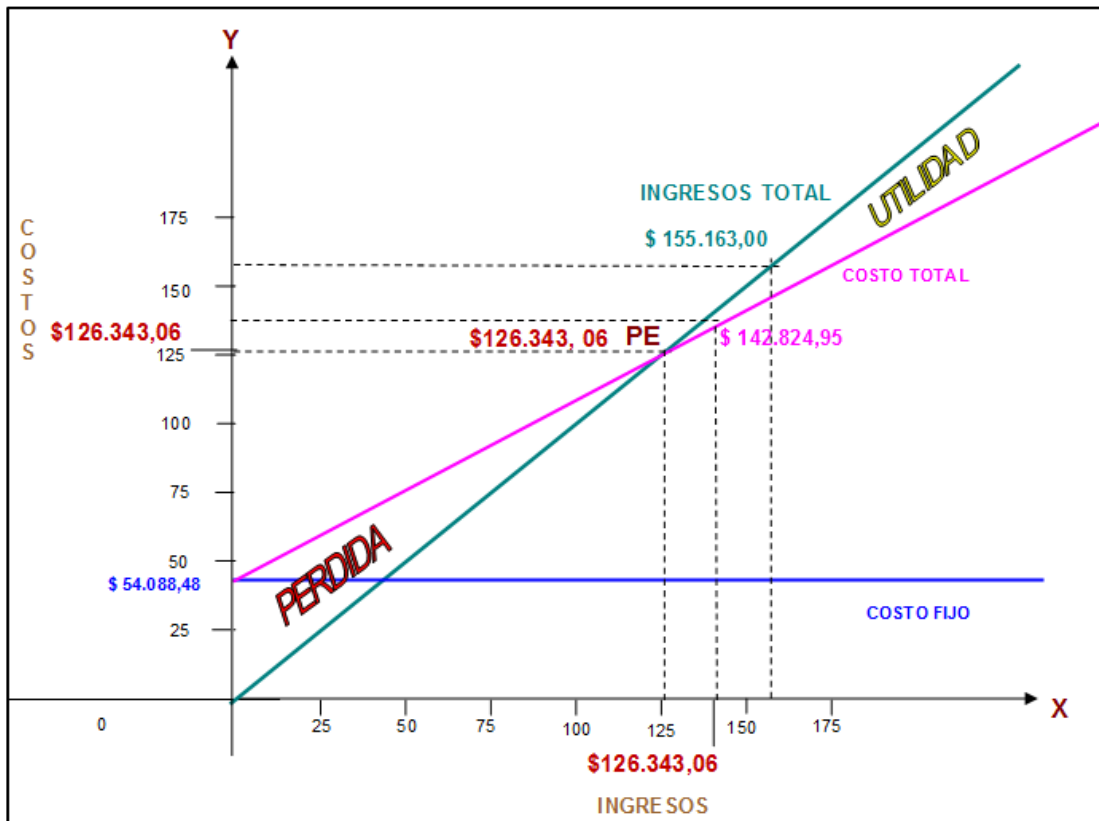
$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE_1 = \frac{\$ 54.088,48}{1 - \frac{\$ 88.736,47}{\$ 155.163,00}}$$

**PE<sub>1</sub> = \$ 126.343,06**

Fuente: Cotizaciones y entrevistas  
Elaborado por: Beatriz Palomo

**GRÁFICO N° 3. 23**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**



Fuente: Cuadros Anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede interpretar claramente que el punto de equilibrio es en (\$126343,06) lo que significa que la empresa en esta cantidad monetaria no gana ni pierde, es decir que en este nivel de ingresos y costos en las tres líneas de productos que se van a fabricar y comercializar la empresa tiene su punto de equilibrio, además cabe indicar que se realizó el cálculo considerando la fórmula en relación a las ventas totales de las tres líneas de productos de la empresa .

**3.2.6.2. Estado de Situación Financiera**

El balance general o estado de situación financiera es el que permite tener una idea clara de los movimientos económicos de la empresa textil, ya que se presenta cada

una de las cuentas con sus respectivos valores los cuales han sido estimados en el transcurso de la investigación.

**Activo.-**La cuenta de activo son todos aquellos bienes muebles e inmuebles de propiedad exclusiva de la empresa.

**Pasivo.-** Es todo lo que tiene que pagar la empresa a segundas y terceras personas, es decir toda obligación que tiene la empresa con terceros.

**Patrimonio.-** Constituye los activos representados en dinero o en títulos valores que son propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

**TABLA N° 3. 64**

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (EN DÓLARES)**

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>3.500,00</b>	<b>15.516,30</b>	<b>26.562,52</b>	<b>30.190,03</b>	<b>34.192,91</b>	<b>38.606,06</b>
<b>Disponible</b>						
Caja-Bancos	3.500,00	15.516,30	26.562,52	30.190,03	34.192,91	38.606,06
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>21.002,00</b>	<b>13.611,04</b>	<b>12.128,08</b>	<b>10.645,12</b>	<b>9.162,16</b>	<b>7.679,20</b>
<b>Depreciable</b>						
Maquinaria y equipos	18.572,00	16.900,52	15.229,04	13.557,56	11.886,08	10.214,60
Herramientas	180,00	151,20	122,40	93,60	64,80	36,00
Muebles y enseres	1.100,00	1.001,00	902,00	803,00	704,00	605,00
Equipo de Computo	1.150,00	966,00	782,00	598,00	414,00	230,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>1.399,65</b>	<b>1.119,72</b>	<b>839,79</b>	<b>559,86</b>	<b>279,93</b>	<b>0</b>
<b>Diferidos</b>						
Gastos de constitución	1.333,00	1.066,40	799,80	533,20	266,60	0,00
Imprevistos (5%)	66,65	53,32	39,99	26,66	13,33	0,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>25.901,65</b>	<b>30.247,06</b>	<b>39.530,39</b>	<b>41.395,01</b>	<b>43.635,00</b>	<b>46.285,26</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>A corto plazo</b>						
Arrendos por pagar	-	1.440,00	1.492,85	1.547,64	1.604,43	1.663,32
15% participación Trabajadores.	-	2861,089	3735,067	4687,556	5729,189	6867,246
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>4.301,09</b>	<b>5.227,92</b>	<b>6.235,19</b>	<b>7.333,62</b>	<b>8.530,56</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	25.901,65	25.945,97	34.302,47	35.159,82	36.301,37	37.754,70
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>25.901,65</b>	<b>25.945,97</b>	<b>34.302,47</b>	<b>35.159,82</b>	<b>36.301,37</b>	<b>37.754,70</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATR.</b>	<b>25.901,65</b>	<b>30.247,06</b>	<b>39.530,39</b>	<b>41.395,01</b>	<b>43.635,00</b>	<b>46.285,26</b>

Fuente: Cuadros anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo



### **3.2.6.2.1. Flujo de Efectivo (Caja)**

Mediante este estado, se da la evaluación del proyecto, puesto que esto se efectuará en base a los resultados que en ella se determine.

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento, y si contará con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

Las cuentas utilizadas son:

**Capital Propio.-** Constituye el aporte de los socios, con el cual se va a iniciar la producción de la empresa de tejidos, el cual fue calculado anteriormente en el cuadro de inversión inicial.

**Utilidad neta.-** Luego de haber estimado los costos necesarios para la producción se pudo establecer cuál será la utilidad neta del ejercicio, la misma que fue restado todos los gastos de los ingresos.

**Depreciación.-** Los activos fijos de la empresa están sujetos al desgaste físico como consecuencia de su uso y falta de uso, por lo que es necesario depreciar

**Amortización.-** Por las razones expuestas en los diferidos, las amortizaciones se realizan únicamente en las cuentas concernientes a los activos diferidos.

**Valor Residual.-** La columna del valor en libros es el valor que a lo largo de la existencia de dichos activos a quedado.

**Inversión Fija.-** Constituye el valor necesario correspondiente a los activos fijos, es decir valores para la adquisición de estos bienes.

**Capital de Trabajo.-** El capital de trabajo se refiere a los valores de mano de obra, materia prima y CIF calculados.

**TABLA N° 3. 65**  
**FLUJO DE CAJA**

RUBROS \ AÑOS	0	1	2	3	4	5
- VENTAS		\$ 155.163,00	\$ 166.015,74	\$ 177.588,44	\$ 189.960,59	\$ 203.189,81
- VALOR SALVAMENTO INFRAESTRUC.						\$ 10.819,60
- COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 112.515,16	\$ 116.582,07	\$ 120.798,23	\$ 125.169,13	\$ 129.700,43
- COSTOS DE VENTAS		\$ 9.992,17	\$ 10.399,99	\$ 10.827,54	\$ 11.276,07	\$ 11.746,98
- COSTO DE ADMINISTRACIÓN		\$ 18.877,61	\$ 19.630,96	\$ 20.420,16	\$ 21.247,46	\$ 22.115,33
- AMORTIZACIÓN ACT. NOMINAL		\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60
- VALOR EN LIBROS ACTIVOS						\$ 10.819,60
= UTILIDAD ANTES DE REP. UT. e IMP		\$ 13.511,45	\$ 19.136,12	\$ 25.275,92	\$ 32.001,33	\$ 39.360,46
- REPARTO DE UTILIDADES		\$ 2.026,72	\$ 2.870,42	\$ 3.791,39	\$ 4.800,20	\$ 5.904,07
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 11.484,73	\$ 16.265,70	\$ 21.484,53	\$ 27.201,13	\$ 33.456,39
- IMPUESTO A LA RENTA (12%)		\$ 1.378,17	\$ 1.951,83	\$ 2.578,14	\$ 3.264,14	\$ 4.014,77
= UTILIDAD NETA		\$ 10.106,57	\$ 14.313,82	\$ 18.906,39	\$ 23.936,99	\$ 29.441,62
- DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES		\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00	\$ 99,00
- DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48	\$ 1.671,48
- DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO		\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
- DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS		\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80	\$ 28,80
- AMORTIZACIÓN ACT. NOMINAL		\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60	\$ 266,60
- VALOR EN LIBROS DE ACTIVOS FIJOS						\$ 10.819,60
- INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES	\$ -1.100,00					
- INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ -18.572,00					
- INVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACION	\$ -1.150,00					
- INVERSIÓN HERRAMIENTAS	\$ -180,00					
- INVERSIÓN ACTIVO NOMINAL	\$ -900,00					
- INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO		-\$ 13.892,00				
- RECUPER. CAPITAL DE TRABAJO						\$ 13.892,00
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ -21.902,00</b>	<b>-\$ 1.535,55</b>	<b>\$ 16.563,70</b>	<b>\$ 21.156,26</b>	<b>\$ 26.186,87</b>	<b>\$ 56.403,10</b>

Fuente: Cotizaciones y entrevistas

Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.2.7. Análisis de los Estados Financieros

Para evaluar la solidez financiera del plan de negocios, es conveniente analizar los estados financieros básicos utilizados.

Los valores obtenidos permitirán realizar un análisis para los inversionistas tener una idea clara de los resultados que la empresa productora de vestimenta en Lana Pura, considerando la proyección de los datos durante la vida útil del proyecto, para conocer si el resultado es favorable o negativo se tomará en cuenta las siguientes razones financieras:

### 3.2.7.1 Razones de Liquidez

La razón de liquidez de una empresa es la capacidad de convertir determinados activos y pasivos en efectivo, lo cual hace que los inversionistas tengan mayor interés por el plan de negocios, para calcular se ha considerado lo siguiente:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

**TABLA N° 3. 66**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

AÑOS	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	CAPITAL
1	18.870,00	4.978,00	13.892,00

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Beatriz Palomo

El resultado obtenido permite establecer que la futura Empresa “Moda en Lana” tiene la suficiente capacidad de liquidez, para poder cumplir con sus obligaciones y seguir con la producción la cual beneficiará los intereses de los inversionistas, haciéndolo atractivo al plan de negocios.

### 3.2.7.2. Razones de Actividad

La estimación permite medir la efectividad de la actividad empresarial tomando en cuenta la rotación de los activos fijos y rotación de activos totales

$$\text{Rotacion de Activos Fijos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$$

**TABLA N° 3. 67****ROTACIÓN ACTIVOS FIJOS**

AÑOS	VENTAS	ACTIVOS FIJOS	ROTACIÓN ACTIVOS FIJOS
1	155163,00	21.002,00	7,39

**Fuente:** Cuadros Anteriores  
**Elaborado por:** Grupo de Trabajo

La rotación de activos fijos permite conocer cuál es porcentaje de las ventas en relación directa con los activos fijos, se hace hincapié en que mientras más alto sea el resultado la empresa es mucho más eficiente, por lo tanto el proyecto aprovecha sus activos fijos en 7,39 veces durante el período considerado el análisis, esto en el primer año.

$$\text{Rotacion de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

**TABLA N° 3. 68****ROTACIÓN ACTIVOS TOTALES**

AÑOS	VENTAS	ACTIVOS TOTALES	ROTACIÓN ACTIVOS TOTALES
1	155163,00	25.901.65	5,99

**Fuente:** Cuadros anteriores  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

Este resultado permite conocer que tan eficiente es la futura empresa para generar ventas en base a la utilización de sus activos, mientras más alto sea el valor es más eficiente la empresa, y en el presente proyecto para el primer año de funcionamiento de la empresa la rotación de activos será de 5,99 veces.

### 3.2.7.3 Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad en la evaluación de proyectos permiten conocer que tan efectiva es la administración de la empresa, basándose en las tasas del margen de utilidad bruta, utilidad operacional y utilidad neta, permitiendo así evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel de ventas dado.

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Venta}} * 100$$

**TABLA N° 3. 69 MARGEN UTILIDAD BRUTA**

AÑOS	UTILIDAD BRUTA	VENTAS	MARGEN UTILIDAD BRUTA
1	32.655,66	155163,00	21,05
2	39.033,68	166015,74	23,51
3	45.962,67	177588,44	25,88
4	53.515,39	189960,59	28,17
5	61.742,39	203189,81	30,39

**Fuente:** Cuadros anteriores  
**Elaborado por:** Beatriz Palomo

El margen de utilidad bruta del presente proyecto permite estimar el porcentaje en que se pueden disminuir los precios unitarios sin incurrir en pérdidas en las operaciones, es decir se puede disminuir hasta un 21,05% en el primer año de funcionamiento de la empresa de tejidos resultado muy favorable para la puesta en marcha de la nueva empresa.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

**TABLA N° 3. 70**

**MARGEN UTILIDAD NETA**

	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>VENTAS</b>	<b>MARGEN UTILIDAD NETA</b>
1	10.305,98	155163,0	6,64
2	14.513,23	166015,7	8,74
3	19.105,80	177588,4	10,76
4	24.136,41	189960,5	12,71
5	29.641,04	203189,8	14,59

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

El margen de utilidad neta constituye la reducción de todos los impuestos a las ventas generadas por la empresa, y para el presente proyecto se ha calculado el 6,64% de utilidad, porcentaje muy poco alentador para los intereses de los inversionistas que buscan mejorar sus ingresos gracia a su inversión, este resultado refleja que la futura empresa no genera los frutos esperados por los inversionistas, esto perteneciente al primer año de producción.

$$\text{Rendimiento de la Inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} * 100$$

**TABLA N° 3. 71**

**RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	UTILIDAD NETA	ACTIVO TOTAL	RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN
1	10.305,98	25.901.65	39.79%

Fuente: Cuadros anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

El rendimiento de la inversión muestra la efectividad de la gestión empresarial para generar utilidades mediante el uso de los activos, en la futura idea de negocio se puede determinar que se obtendrá un 39,79% de rendimiento, frente al uso de los activos, resultado significativo para la empresa, con la generación de un margen de rentabilidad aceptable.

**3.3. Evaluación Financiera**

Esta evaluación del proyecto permite conocer si la inversión que se va a realizar será rentable y más que todo recuperable en un tiempo estimado, resultado que es de gran importancia para los inversionistas del proyecto.

**3.3.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**

La tasa pertinente de descuento, es la tasa mínima requerida que deberá ganar un proyecto para que este pueda llevarse a cabo sin que la Empresa pierda valor en el mercado, tomando en consideración los costos ponderados de las fuentes de financiamiento utilizadas; se le conoce como “Costo Promedio Ponderado del Capital”.

3,67% i= Inflación  
5,69% f= Riesgo país

$$TMAR = i + f + if$$

**TMAR = 9,57%**

### 3.3.2. Valor Actual Neto (VAN)

Permite analizar la rentabilidad que se alcanzará con la aplicación del proyecto ya que nos presenta el valor monetario a tiempo real y que se va a percibir con la aplicación del plan.

Este resultado permitirá a los gestores del proyecto tomar una decisión favorable a los intereses de los mismos.

Se definen como la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo de un proyecto y la inversión requerida.

**VAN = VALOR ACTUAL DE LOS FLUJOS NETOS DE CAJA – INVERSIÓN**

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = \frac{FNC1}{(1+k)^1} + \frac{FNC2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+k)^n} - I$$

k = tasa pertinente de descuento

El VAN del Plan de Negocios es de **\$ 60.462,53**, siendo positivo, demuestra que el proyecto es factible y viable.



**TABLA N° 3. 72**  
**CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO**

tasa de atractividad = **9,57%**

AÑOS	AÑOS FUNCIONAMIENTO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
2014	0	-\$ 21.902,00	-\$ 21.902,00
2015	1	-\$ 1.535,55	-\$ 1.401,45
2016	2	\$ 16.563,70	\$ 13.796,96
2017	3	\$ 21.156,26	\$ 16.083,41
2018	4	\$ 26.186,87	\$ 18.169,20
2019	5	\$ 56.403,10	\$ 35.716,43
SUMATORIA =			<b>\$ 60.463</b>

**VALOR ACTUAL NETO = \$ 60.462,53**

Fuente: Cuadros anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.3.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es aquella tasa de actualización que hace el valor presente de los ingresos igual al valor presente de los desembolsos

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

$$TIR = \frac{VAN_i + (TD_s - TD_i)}{VAN_i + VAN_s}$$

Según este criterio de evaluación, una **TIR de 56.04%** es mayor que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) que es del 9,57%; por lo que la inversión en el proyecto es viable.

**TABLA N° 3. 73**  
**CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑOS</b>	<b>AÑOS FUNCIONAMIENTO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO</b>
2014	0	(\$ 21.902,00)	(\$ 21.902,00)
2015	1	(\$ 1.535,55)	(\$ 984,09)
2016	2	\$ 16.563,70	\$ 6.802,88
2017	3	\$ 21.156,26	\$ 5.568,56
2018	4	\$ 26.186,87	\$ 4.417,28
2019	5	\$ 56.403,10	\$ 6.097,37
SUMATORIA =			-

**TASA INTERNA DE RETORNO TIR = 56,04%**

Fuente: Cuadros anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### **3.3.4. Relación Costo Beneficio**

Este cálculo utiliza los mismos flujos descontados y la inversión como elementos de análisis, la diferencia radica en que la sumatoria de los flujos netos de caja actualizados se divide para la inversión del proyecto.

$$RBC = \frac{\Sigma \text{Costos Totales}}{\Sigma \text{Flujo Neto de Efectivo}}$$

**RB/C = 6,40**

**TABLA N° 3.74**

**RELACIÓN COSTO - BENEFICIO**

AÑOS	FLUJO DE CAJA	COSTOS TOTALES
0	-21.902,00	
1	-1.535,55	141.384,95
2	16.563,70	146.613,03
3	21.156,26	152.045,93
4	26.186,87	157.692,66
5	56.403,10	163.562,75
TOTAL	118.774,39	761.299,31

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Beatriz Palomo

La relación beneficio/costo para el Plan de Negocios es de **6,40** por lo que el proyecto es viable.

Por cada unidad monetaria que se invierta en el proyecto, el inversionista tiene un beneficio de **6,40** veces de dólar; es decir, que la inversión plenamente cubre los costos y hasta genera utilidades.

Las cuáles serán beneficiosas para empresa, y atractiva ante el mercado teniendo ganancias para los inversionistas como los accionistas.

**3.3.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Menciona que el período de recuperación de la inversión es para saber el tiempo que se tardara para recuperar la inversión inicial.

El P.R.I. conocido también como el PayBack, es la sumatoria de los valores presentes de cada período hasta llegar a la inversión que se realizó para iniciar con la nueva empresa, este cálculo permite determinar si los ingresos superan a los pagos dentro de

la vida útil del proyecto (valores positivos > valores negativos), manifestando así la factibilidad del proyecto.

La inversión será recuperada aproximadamente en 1 año 9 meses, en consecuencia el proyecto bajo este concepto es ejecutable.

**TABLA N° 3. 75**

**PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

<b>CALCULO DEL PERIODO REAL DE RECUPERACION (PRR)</b>						
<b>INVERSION</b>	<b>\$ -21.902,00</b>	<b>FNC1</b>	<b>FNC2</b>	<b>FNC3</b>	<b>FNC4</b>	<b>FNC5</b>
FLUJOS NETOS DE CAJA NOMINALES		-\$ 1.535,55	\$ 16.563,70	\$ 21.156,26	\$ 26.186,87	\$ 56.403,10
FLUJOS NETOS DE CAJA ACUMULADOS		-\$ 1.535,55	\$ 15.028,14	\$ 36.184,41	\$ 62.371,28	\$ 118.774,39
DIFERENCIA (INVERSIÓN - FNC3)			6.873,86			
CÁLCULO DE PARTE PROPORCIONAL DE PRR "n"			0,45740			
				<b>PRR =</b>	<b>2,45740</b>	

	0,45740
MESES	5,488789448
	0,488789448
DÍAS	15

**Recuperación de la inversión: 2 Años, 5 meses y 15 días**

Fuente: Cuadros anteriores  
Elaborado por: Beatriz Palomo

### **3.4. Propuesta Administrativa**

#### **3.4.1. Razón Social**

El presente Plan de Negocio está encaminado en la creación de una empresa que se dedicara a la fabricación de tejidos en lana pura, para lo cual seguirá un correcto selección de materia prima y un adecuado control del procesos de producción para lograr establecerse como una empresa líder en el mercado de textiles en la ciudad de Salcedo.

La empresa de tejidos en lana pura estará representada legalmente por la señora Beatriz Palomo la misma que se dará a conocer en el mercado como “MODA EN LANA”.

El slogan con la que se identificara la nueva empresa es TU PRENDA IDEAL y la imagen que selecciono para el logotipo es una tejera con el hilo atravesándolo.

**FIGURA N° 3. 2**

**LOGOTIPO**



**FIGURA N° 3. 3**

**PRESENTACIÓN**



### ***3.4.2. Constitución Jurídica***

De acuerdo al Art. 2 de la ley de compañías, en el Ecuador existen cinco tipos de compañías de comercio y una vez analizado cada una de ellas se determinó que la nueva empresa se constituirá como una empresa unipersonal, por lo que si se presenta algún problema económico con terceras personas en la empresa, la representante legal responderá solo con los bienes que tengan relación con la empresa.

#### ***3.4.2.1. Instituciones, leyes y Requisitos***

Para que la nueva empresa inicie sus actividades de producción y comercialización de tejidos en lana pura debe cumplir con algunas tramites en las diferentes instituciones públicas, las mismas que se encargaran de que se cumpla la ley.

Las instituciones explicadas son las siguientes:

- Servicio de rentas internas (S.R.I.)
- Municipio del Cantón Salcedo

#### ***3.4.3. Servicio de Rentas Internas***

Se debe acudir a esta institución a solicitar el R.U.C. que es un documento con el cual se va a registrar la identificación de la empresa que inicia sus actividades comerciales, de esta manera estará sujeto a cumplir con las leyes de tributación.

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia de la cedula de identidad del representante legal y papeleta de votación
- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o abalizado por el organismo de control respectivo.
- Original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizado por el organismo de control respectivo.
- Planilla de luz, agua o teléfono del lugar donde va a funcionar el negocio.

- Original y copia del contrato de arrendamiento a nombre del contribuyente.
- Original y copia de documentos emitidos por instituciones públicas que detalle la dirección exacta del contribuyente. Estas pueden ser: predio, patentes, permiso de funcionamiento la misma que debe estar a nombre del contribuyente.

#### ***3.4.3.1. Municipalidad de Salcedo***

Es la institución pública que se encarga de autorizar la ubicación, permiso de suelo, patente y otros de acuerdo al negocio a iniciar.

#### **Patente Municipal**

La patente es la contribución de las municipalidades, que debe efectuar toda persona natural o jurídica que desarrolle una actividad económica con fines lucrativos, sea cual fuere su naturaleza o denominación (Según el Art. 23, Ley de Rentas Municipales).

Los requisitos para la obtención son las siguientes:

- Copia del RUC
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal
- Dirección donde funcionara la empresa
- Copia de activos fijos
- Formulario de declaración de patentes

#### ***Permiso de Funcionamiento***

- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario
- Copia del RUC
- Copia de cedula del propietario del local
- Plano del establecimiento
- Croquis de ubicación del establecimiento

- Copia de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento.

#### **3.4.4. Misión**

La empresa “MODA EN LANA” tiene como misión:

Elaborar productos a base de lana que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, tanto en calidad, precio, diseño, tiempo de entrega y servicio; manteniendo la competitividad e innovando los productos en beneficio de sus clientes.

#### **3.4.5. Visión**

La empresa “MODA EN LANA” tiene como visión:

Llegar a consolidarnos como una de las mejores empresas del Ecuador, que sea reconocida por la calidad e innovación de sus productos; basando nuestro crecimiento en el cumplimiento de las expectativas de los nuestros clientes y con un alto sentido de responsabilidad social.

#### **3.4.6. Valores corporativos**

- El **respeto** que tenemos frente a la sociedad y más aun con nuestros clientes ya que confían en nuestra empresa, de este modo contaremos con ventas seguras de nuestros productos, ya que contamos con una excelente calidad en los mismos, además el respeto brindado a los colaboradores con el objetivo de brindar confianza institucional para sus labores.



- La **responsabilidad** con el estado, la sociedad, colaboradores y competidores es parte fundamental porque representa la re contribución que tenemos hacia estos, debido a que contamos con ellos para desarrollar las actividades de la empresa correctamente y siendo responsables con nuestras obligaciones.
- Ser **honestos** con nuestros clientes accionistas y competidores porque lo que quiere la empresa es crear confianza con estos grupos de referencia y no falsas expectativas; ofrecemos lo que tenemos de esta manera es fácil probar la honestidad de la empresa.
- La buena **competitividad** que planteamos con la empresa y nuestros competidores ayuda en tener mayores ingresos, más conocimiento, y en definitiva: nos hará mejor organización, ya que apoyarnos con aquellos que competimos será en bien de los consumidores llegando así a satisfacer mayores mercados.
- La **productividad** que muestra la empresa MODA EN LANA es una relación entre los productos y los recursos que tiene la empresa para responder a los beneficios con el estado, los proveedores y colaboradores. Además los resultados y el tiempo utilizado será óptimo a fin de ser más fértiles frente a todos los entes.
- Accionistas, proveedores y colaboradores necesitan conocer de **rentabilidad** que tiene la empresa, pues así se contara con alianzas, y depositaran la confianza para dar respuestas positivas, además de brindar seguridad de sus recursos.

#### **3.4.7. Políticas**

- Brindar un trato justo y amable a todos los clientes, en sus quejas y reclamos mencionando que la empresa está al servicio del cliente.
- Producir y comercializar tejidos en lana pura de calidad.

- Permitir la especialización en la producción de textiles en lana pura para que sea un factor facilitador de la gestión de la producción.
- Reconocimiento al personal por la eficiencia demostrada en las actividades encomendadas, por medio de incentivos económicos.
- Ser competentes a través del aprendizaje, mejoramiento e innovación, con la participación de todas las personas que integran la empresa.
- Abandonar el puesto de trabajo sin ninguna justificación y demostrar mal comportamiento será motivo sanción.
- Si falta sin justificación alguna se restara de los días de vacaciones y en caso de enfermedad presentar el respectivo certificado de salud.
- Identificar las necesidades de capacitación y desarrollo del personal.
- Especificar las funciones encomendadas a cada cargo, para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- Si no utiliza los implementos de seguridad de trabajo correspondiente será motivo de sanción.

### ***Objetivos de la Propuesta***

- Obtener una recuperación de lo invertido en base al aprovechamiento de los recursos de manera eficaz y eficiente.
- Dotar de prendas de calidad y en variedad para los consumidores para lograr satisfacer sus necesidades.
- Fortalecer la gestión administrativa.

- Ocupar un espacio importante en la mente del consumidor
- Aplicar y explicar de forma eficaz y clara el plan de negocios de la empresa de tejidos de lana pura dando a conocerlos elementos que conforman su desarrollo.

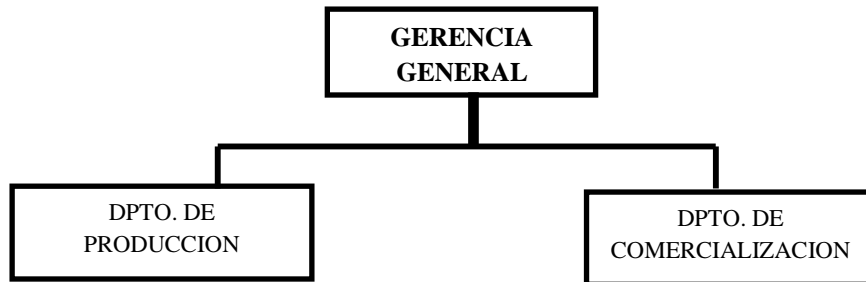
#### ***3.4.7.1.Estructura Orgánica***

#### ***3.4.7.2.Organigrama Estructural***

Un organigrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente, contar con una estructura organizacional sólida y eficiente requiere de un perfecto análisis al momento de contratar el personal para alcanzar los resultados esperados.

La estructura para el presente proyecto está plasmada de siguiente manera.

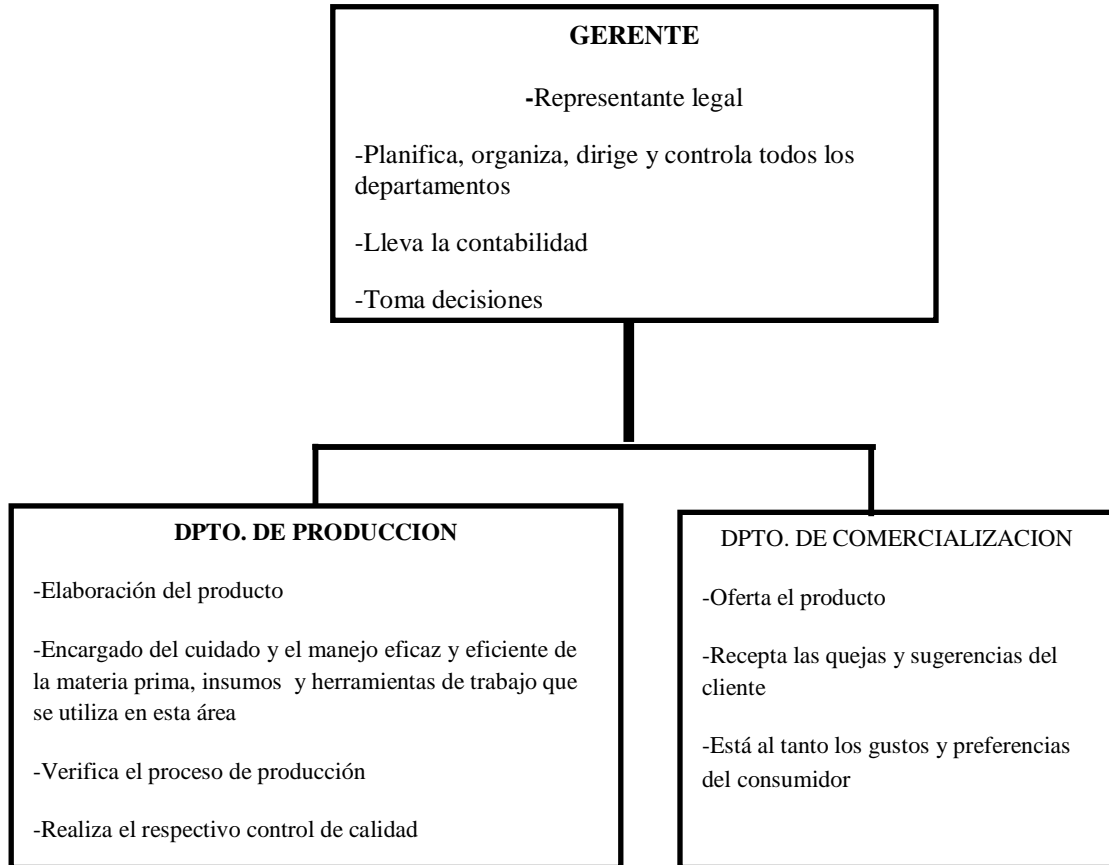
**GRÁFICO N° 3. 24**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA “MODA EN LANA”**



**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### GRÁFICO N° 3. 25

#### ORGANIGRAMA FUNCIONAL EMPRESA “MODA EN LANA”



Elaborado por: Beatriz Palomo

### 3.4.8.2. Descripción de funciones

**TABLA N° 3.76**

#### **DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL GERENTE**

<b>CARGO:</b>	<b>GERENTE</b>
<b>Perfil Profesional:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ingeniero en Administración</li><li>- Experiencia mínima de 3 años</li><li>- Conocimientos en sistemas informáticos</li><li>- Buena presencia, mayor de 30 años y tenga buenas relaciones personales</li></ul>
<b>ÁREA:</b>	<b>ADMIRATIVA</b>
<b>Responsabilidades:</b>	-Manejar las gestiones de planeación, organización, dirección y control de la empresa
<b>Funciones primordiales:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Planifica las actividades diarias de la empresa</li><li>-Controlar las actividades de la empresa que se realice correctamente</li><li>-Atención al cliente</li><li>-Llevar la contabilidad de la empresa</li></ul>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 77**

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL DTO. PRODUCCIÓN**

<b>CARGO:</b>	<b>DEPARTAMENTO PRODUCCION</b>
<b>Perfil Profesional:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bachiller</li> <li>-Mayor de edad</li> <li>-Buena presencia y con buena disposición</li> <li>-Hombre o Mujer</li> <li>-No es necesaria la experiencia</li> </ul>
<b>ÁREA:</b>	<b>PRODUCCION</b>
<b>Responsabilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fabricación del producto bajo las normas de calidad</li> <li>-Vigilar el proceso de producción</li> </ul>
<b>Funciones primordiales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Preparación de herramientas de trabajo</li> <li>-Empacar, sellar y etiquetar el producto</li> <li>-Cuidar de la materia prima, insumos y dar mantenimiento al equipo de trabajo</li> <li>-Registrar falencias existentes en el proceso de producción</li> <li>-Controlar la calidad del producto</li> <li>-Cotejar la existencia de la materia prima e insumos</li> <li>-Vigilar el almacenamiento del producto terminado</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

**TABLA N° 3. 78**

**DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL DTO. COMERCIALIZACION**

<b>CARGO:</b>	<b>AGENTE VENDEDOR</b>
<b>Perfil Profesional:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Bachiller en contabilidad</li><li>-Mayor de edad</li><li>-Hombre o mujer buena presencia</li><li>-Experiencia en ventas, mínimo dos años</li></ul>
<b>ÁREA:</b>	<b>COMERCIALIZACION</b>
<b>Responsabilidades:</b>	Establecer contacto entre la empresa y el cliente
<b>Funciones primordiales:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Visitar a los cliente frecuentemente</li><li>-Buscar clientes potenciales</li><li>-Apoyar en las tareas de marketing y publicidad</li><li>-Entregar el producto al cliente</li><li>-Receptar quejas y reclamos de los clientes con el fin de mejorar el producto</li></ul>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Beatriz Palomo

### ***3.5. Conclusiones y Recomendaciones***

#### ***3.5.1. Conclusiones***

Una vez culminado el proyecto de factibilidad y el estudio realizado se llega a las siguientes conclusiones:

- En el II capítulo se laboró en todo lo que se refiere a la investigación bibliográfica acerca del tema, se tomó esta información como base necesaria para poner en práctica el conocimiento adquirido la misma que ayudo al desarrollo del presente Plan de Negocio.
- Realizado el estudio de mercado y el levantamiento de información, se logra implantar el nicho de mercado al cual se pretende llegar con productos tejidos en lana pura para lo cual se aplicó encuestas a las diferentes parroquias que forman el cantón Salcedo para poder conocer el comportamiento de los consumidores frente al consumo de ropa tejida en lana pura; además se analizó la oferta y la demanda de ropa tejida en lana pura que existe en el mercado, que dio como resultado una demanda insatisfecha extensa a donde se pretende llegar con ropa tejida en lana pura.
- Analizado el estudio técnico se observa que el tamaño del negocio es idóneo para cubrir la demanda, también se analizó el equipo a utilizar, muebles, características de los proveedores y en si los materiales para poder desarrollar el proyecto de la mejor manera. Además el estudio técnico permitió estar al tanto de los requerimientos específicos del proyecto, como es la necesidad de contar con tres áreas administrativa, operativa y espacio de terreno para la producción, se analizó también los puntos principales para la mejor localización por lo que la planta de producción estará ubicada en el Cantón Salcedo, parroquia San Miguel sector la Tebaida.
- Analizado el estudio financiero, que es la parte minuciosa y de mayor importancia para el plan presentado; dio como resultado que los indicadores de rentabilidad



muestren aspectos positivos donde se concluye que en el caso del VAN es de \$ 60462,53 con una TIR de 56.04%, y el periodo de recuperación se estima que será en 2 año, 5 meses y 15 días, estando dentro de los años de vida útil de la empresa. Los demás indicadores y análisis desarrollados en el estudio financiero, también muestran valores positivos por lo que sería factible realizar la inversión.

- Es importante conocer cuál es la inversión que se necesita para implantar un negocio, este plan de negocios nos ayuda a tener una noción clara del dinero que se necesita para iniciar a operar una empresa.

### **3.5.2. Recomendaciones**

Terminado el proceso de estudio se realiza las siguientes recomendaciones:

- Es recomendable tener conocimientos amplios de conceptos acerca de diferentes temas como temas administrativos y empresariales sin duda son importantes para llevar a cabo un proyecto de inversión por lo tanto es necesario investigar en diferentes fuentes bibliográficas con el fin de estar siempre actualizados, preparados y poder tomar las mejores decisiones de manera oportuna.
  
- Dado que todos los análisis y estudios realizados muestran una factibilidad positiva, desde la parte técnica del proyecto y demostrada en los análisis financieros económicos, se recomienda proceder a la ejecución del estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora de prendas de vestir en lana pura, en el cantón Salcedo, porque muestra todos los aspectos para una pronta recuperación de la inversión.
  
- Se recomienda realizar un estudio de mercado antes de iniciar un nuevo negocio puesto que es una herramienta muy importante ya que permite conocer con más profundidad los requerimientos de los potenciales clientes de un determinado nicho de mercado al cual se desea llegar para satisfacer sus necesidades.
  
- Analizado el estudio técnico, el tamaño de negocio es idóneo para cubrir la demanda, por tanto se recomienda proceder a mantener una secuencia lógica y utilizar lo descrito en el estudio sobre todo las pautas para que la inversión se ajuste al modelo del negocio. Con ello, se escatima poder cumplir con el ciclo productivo propuesto y generar los ingresos dispuestos en las proyecciones además de indicadores positivos.

- Además el análisis financiero, es excelente y se recomienda mantener un control continuo de los indicadores para medir el alcance y cumplimiento de los valores proyectados; con ello también se prevendrán posibles pérdidas económicas y se podrá tomar decisiones a tiempo.
  
- Por último, es necesario recomendar invertir en el nuevo negocio ya que generara rentabilidad por lo que se implantara en el Cantón Salcedo donde se podrá aprovechar a lo máximo el potencial comercial y su vez alcanzar los objetivos generales de la nueva empresa.

### **3.6. Bibliografía**

#### **3.6.1. Referencias Bibliográficas**

- ALLEN, Kallen y MEYER, Earl. 2012. Comportamiento Organizacional. México : Pearson, 2012. (Pag. 90)
- ANDRADE, Simón. 2005. Diccionario de Economía. México : Andrade, 2005.
- ARAO, Idalbero. 2010. Planeacion Estrategica Fundamentos y Aplicaciones. Mexico : ECOE EDICIONES, 2010. (Pag. 252), (Pag.256)
- BACA URBINA, Gabriel. 2010. Evaluación de Proyectos. México : mcgraw-HILL, 2010. (Pag.43), (Pag.44), (Pag.48), (Pag.74), (Pag.76), (Pag.79), (Pag.98), (Pag.143), (Pag.145), (Pag.148), (Pag.181), (Pag.184), (Pag.208)
- BERNAL, César. 2006. Metodología de la Investigación. México : Pearson Educación, 2006. (Pag.57), (Pag.112)
- CARDONA, Carlos. 2010. Fundamentos de Administracion Tercera Edicion. Bogota : ECOE EDICIONES UNIVERSIDAD EAN, 2010. (Pag.21)
- DIAZ, Flor, y otros. 2009. Proyectos Formulacion y Criterios de Evaluacion. Bogota : Alfaomega, 2009. (Pag.272), (Pag.273), (Pag.289), (Pag.299)
- DÍAZ, Víctor. 2009. Metodología de la investigación científica y bioestadística. Chile : Rilo editores, 2009. (Pag.109), (Pag.110), (Pag.131), (Pag.134)
- FERNANDEZ, Nogales. 2004. Investigacion y tecnicas de mercado. Madrid : ESIC, 2004.
- FLORES, Juan. 2012. Plan de Negocios. Argentina : Pearson, 2012. (Pag.28), (Pag.97), (Pag.163), (Pag.180), (Pag.269)

- FLOREZ, Juan. 2010. Proyecto de Inversion para las PYME Segunda Edicion. Bogota : ECOE EDICIONES, 2010. (Pag.03)
- HAROLD, Koontz, HEINZ, Weihrich y MARK, Cannice. 2012. Administración una perspectiva global y empresarial. México : mcgrawhill, 2012. (Pag.04)
- IBORRA, Maria, y otros. 2011. Fundamentos de Direccion de Empresas Primera Edicion. S.l. : Paraninfo, 2011. (Pag.05)
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. 2008. Fundamentos de Marketing. México : Pearson Prentice Hall, 2008. (Pag.165), (Pag.168)
- MURCIA, Héctor. 2010. Creatividad e Innovacion para el desarrollo empresarial Primera Edicion. Bogota : Ediciones de la U, 2010. (Pag.42)
- NUÑO DE LEON, Pierina. 2012. Administración. España : Pearson, 2012. (Pag.12)
- PALACIOS , Luis. 2012. Estrategias de Creacion Empresarial Primera Edicion. Bogota : ECOE EDICIONES, 2012. (Pag.01), (Pag.39), (Pag.148), (Pag.169), (Pag.178), (Pag.222)
- SAPAG, Nassir. 2007. Proyectos de Inversión Formulación y evaluación. México : Pearson Educación, 2007. (Pag.105), (Pag.107), (Pag.253), (Pag.314)
- STONER, James, FREEMAN, Edward y GILBERT, Daniel. 2006. Administración. México : Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., 2006. (Pag.268)
- Balanza comercial textil. ([www.aite.com.ec](http://www.aite.com.ec)) (consultada el 14/12/2014) Banco Central del Ecuador [en línea <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>]. (Consultada el 14/11/2014-11H15)
- INEC, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>(consultada el 12/06/2014)

- PROECUADOR [en línea] <http://www.proecuador.gob.ec/> (consultada el 20/01/2015)

# ***ANEXOS***

## ANEXOS

### ANEXO N°1

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

##### Objetivo

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar criterios sobre su preferencia de prendas de vestir tejidos en lana.

##### Instructivo:

Marque con una X en la respuesta que se considere a su criterio.

1. ¿Utiliza usted ropa tejida en lana?  
Sí  No
2. ¿Con qué frecuencia utiliza este tipo de ropa?
  - a. Regularmente
  - b. Rara vez
  - c. Nunca
3. ¿Cree que la ropa tejida en lana es de fácil adquisición en su localidad?  
Sí  No
4. ¿Considera que el cantón Salcedo puede beneficiarse con la creación de una microempresa de tejido de lana?  
Sí  No
5. ¿A qué aspectos daría preferencia en cuanto a ropa tejida de lana?
  - a. Calidad
  - b. Precio
6. ¿Estaría dispuesto a considerar o preferir este tipo de ropa en su vivir?  
Sí  No
7. ¿Cómo desearía adquirir el producto?
  - a. Punto de venta
  - b. Por catálogo
  - c. A domicilio



8. ¿Considera necesario que exista en el mercado variedad de ropa tejida en lana pura?

Sí

No

9. ¿En qué medio de comunicación desearía conocer acerca de este producto?

a. Televisión

b. Prensa escrita

c. Hojas volantes

d. Redes sociales

e. Vallas publicitaria.

10. ¿Cuánto sería su precio a pagar por este tipo de prendas?

De \$11.00 a \$20.00

De \$21.00 a \$30.00

De \$31.00 a \$40.00

Más de \$ 40.00

Agradezco mucho su gentil colaboración.

ANEXO N° 2



**UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS**

**ESPECIALIDAD INGENIERÍA COMERCIAL**

**Objetivo:** Identificar la tendencia de la demanda en la Producción y Comercialización de tejidos en lana pura, que cumpla con la calidad, precios y expectativas de los clientes en el mercado del cantón Salcedo.

**PREGUNTA:** ¿Considera que si en el cantón Salcedo se implementará una empresa productora y comercializadora de tejidos en lana pura, Usted estaría dispuesto en adquirir este producto?

Si

No

*Gracias por su colaboración*