



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“Plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya”

Previo a la obtención de Licenciatura en Administración de Empresas

AUTORA:

Calderón Pineda Carmen Estefania

DIRECTORA:

MSc. Ligia Isabel Beltrán Urvina

Ibarra – 2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004298533		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Calderón Pineda Carmen Estefania		
DIRECCIÓN:	Antonio Ante-San Roque, calle Picuasi y Panamericana		
EMAIL:	cecalderonp1@utn.edu.ec / stefaniacp5@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	SN	TELÉFONO MÓVIL:	0963865075

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya"
AUTOR (ES):	Calderón Pineda Carmen Estefania
FECHA: DD/MM/AAAA	01/04/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Administración de Empresas
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Ligia Beltrán

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de julio de 2022

EL AUTOR:

Firma:

Nombre: Calderón Pineda Carmen Estefania

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado asignado, presentado por la estudiante CALDERÓN PINEDA CARMEN ESTEFANIA, para obtener el título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, cuyo tema es “PLAN DE NEGOCIOS PARA UN EMPRENDIMIENTO DEDICADO A LA FABRICACIÓN DE YUTE A BASE DE CABUYA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Efectuado en la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de julio del 2022.



MSc. Ligia Isabel Beltrán Urvina

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por guiarme y brindarme la fuerza suficiente para continuar en el camino de todo este proceso académico.

A mis padres Jorge Calderón y Carmen Pineda, por su apoyo incondicional, estando con un “cómo te fue”, un “sigue” o un “descansa, ya es tarde” e inculcarme buenos valores y principios, enfocados siempre en el respeto y la lucha por aquellas cosas que he deseado. A mis hermanos Jorge, Cinthya, Ana y Melany, por ser mis confidentes y a mi tía Martha Pineda que es como una segunda madre para mí.

Y desde luego, agradecida con la Universidad Técnica del Norte por abrirme las puertas para formarme profesionalmente y a los docentes, ya que fueron parte fundamental de este proceso, por las enseñanzas, experiencias, conocimientos y consejos impartidos.

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a mi madre por estar presente siempre a lo largo de la carrera y de manera muy especial a mi padre, por ser el motor clave para que yo pueda seguir adelante y citando las palabras que siempre nos ha dicho a mis hermanos y a mí: “la mejor herencia que yo les puedo dejar, es el estudio, aprovechen”.

Resumen

El cantón Antonio Ante, ha sido un referente del desarrollo cultural, con actividades económicas textiles, artesanales y gastronómicas, que precisamente al pasar de los años una de la actividad artesanal dedicada a la cabuya, ha ido disminuyendo, manteniéndose a flote solo determinadas familias. Con ello y la crisis sanitaria, nace la idea de generar un plan de negocio para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base cabuya, pensando en el medio ambiente y como aporte para la conservación de un símbolo cultural para el cantón.

La idea de negocio además de la fabricación del yute básico (tela), trata de innovar en los productos, por lo que pretende lanzar bolsas del mismo material, una alternativa más ecológica frente a las bolsas plásticas. Para la verificación de la viabilidad de esta idea de negocio: en primer lugar, se identificará la situación a la que puede enfrentarse el emprendimiento; como segundo punto, se muestra la propuesta de negocio con cada uno de los productos; en tercer lugar, está la recopilación de la información del mercado por medio de la aplicación de dos encuestas, la encuesta 1, realizada en línea a las empresas de Imbabura y Pichincha que forman parte de Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores) como mercado para el producto 1 (yute), y la encuesta 2 aplicada a negocios comerciales multimarca en el cantón Otavalo como mercado para las bolsas de yute; el cuarto punto, corresponde a un plan estructural, de marketing y producción del emprendimiento, finalizando con el quinto punto enfocado a la factibilidad económica del mismo, presentando la inversión, los precios, estados financieros y algunos indicadores claves para evaluar la viabilidad financiera del emprendimiento.

Palabras clave: cabuya, cultura, ecológico, emprendimiento.

Abstract

The Antonio Ante canton has been a benchmark for cultural development, with textile, craft and gastronomic economic activities, which precisely as the years have passed one of the craft activity dedicated to the cabuya, has been decreasing, with only certain families staying afloat. With this and the health crisis, the idea of generating a business plan for a venture dedicated to the manufacture of jute based on cabuya was born, thinking about the environment and as a contribution to the conservation of a cultural symbol for the canton.

The business idea, in addition to the manufacture of basic jute (cloth), tries to innovate in products, for which it intends to launch bags of the same material, a more ecological alternative to plastic bags. To verify the viability of this business idea: firstly, the situation that the undertaking may face will be identified; as a second point, the business proposal with each of the products is shown; thirdly, there is the compilation of market information through the application of two surveys, survey 1, carried out online to the companies of Imbabura and Pichincha that are part of the National Association of Producers and Exporters of Flowers of Ecuador (Expoflores) as a market for product 1 (jute), and survey 2 applied to multi-brand commercial businesses in the canton of Otavalo as a market for jute bags; The fourth point corresponds to a structural, marketing and production plan of the enterprise, ending with the fifth point focused on its economic feasibility, presenting the investment, prices, financial statements and some key indicators to evaluate the financial viability of the enterprise.

Key words: cabuya, culture, ecological, entrepreneurship.

Índice de Contenidos

Resumen.....	IV
Índice de Contenidos.....	VII
Índice de Tablas	XI
Índice de Gráficos	XII
Índice de Imágenes	XIII
Índice de Ilustraciones	XIV
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
UNIDAD I: Diagnóstico.....	16
1.1. Objetivo.....	16
1.2. Determinación y justificación del problema	16
1.3. Factores que intervienen a la puesta en marcha de la idea de negocio	17
1.3.1. Situación del macro ambiente	17
1.3.1.1. Análisis de la matriz de evaluación de factores externos EFE.	17
UNIDAD 2: Propuesta de la idea de negocio	20
2.1. Objetivo.....	20
2.2. Caracterización y funcionalidades del producto y/o servicio innovador	20
2.2.1. Características del producto	20
2.2.4. Marca	21
2.2.4.1. Logotipo.....	21
2.2.4.2. Psicología del color.....	21
2.2.5. Slogan	22
2.3. Justificación de la Innovación.....	22
2.3.1. Matriz de innovación del emprendimiento innovador	22
2.4. Soporte y vinculación tecnológica	24

UNIDAD 3: Estudio de mercado	25
3.1. Objetivo.....	25
3.2. Segmentación de mercados y descripción del público objetivo	25
3.2.1. Empresas de la Asociación Expoflores.....	25
3.2.1. Locales de comercio del Cantón Otavalo	26
3.3. Mercado meta.....	26
3.3.1. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	26
3.3.2. Instrumentos de recolección	26
3.3.3. Resultados y discusión	27
Encuesta 1	28
Encuesta 2	36
Entrevista	43
3.3.4. Análisis de la demanda	46
3.3.4.1. Demanda Actual.....	46
3.3.4.1.1. Demanda Actual Total.	47
3.3.4.2. Proyección de la demanda.	47
3.3.5. Análisis de la oferta	48
3.3.5.1. Análisis de la matriz del perfil competitivo MPC.	48
3.3.5.2. Oferta Actual.....	49
3.3.5.3. Proyección de la Oferta.....	50
3.3.6. Demanda Insatisfecha	50
3.4. Estrategias de marketing	51
3.4.1. Los productos o servicios.....	51
3.4.2. Canales de distribución.....	51
3.4.3. Promoción y Publicidad.....	51

3.4.4. Precio	51
UNIDAD 4: Estudio técnico administrativo.....	52
4.1. Objetivo.....	52
4.2. Localización del proyecto	52
4.2.1. Macro localización.....	52
4.2.2. Micro localización.	53
4.3. Análisis y determinación de la capacidad productiva.....	54
4.4. Identificación y descripción de los procesos	55
4.4.1. Proceso Productivo	55
4.4.1.1. Elementos de entrada.	55
4.4.1.2. Elementos de transformación.....	55
4.4.1.2.1. Flujograma de procesos del yute.....	58
4.4.1.2.2. Flujograma de procesos de bolsas de yute.....	60
4.4.1.3. Elementos de salida.....	61
4.5. Estructura organizativa y administrativa	61
4.5.1. Misión	61
4.5.2. Visión.....	61
4.5.3. Políticas.....	61
4.5.4. Valores	62
4.5.5. Organigrama	62
4.5.6. Manual de funciones.....	63
4.5.7. Constitución legal de la empresa	67
4.5.7.1. Nombre comercial de la empresa.....	67
4.5.7.2. Tipo de contribuyente.	67
4.5.7.3. Proceso de constitución.....	67

4.5.7.3.1. Registro único de contribuyentes RUC.....	67
4.5.7.3.2. Permisos de funcionamiento.	67
UNIDAD 5: Estudio económico financiero.....	69
5.1. Objetivo.....	69
5.2. Inversiones del proyecto	69
5.3. Precio de venta al público	71
5.3.1. Precio de venta al público - Yute.....	71
5.3.2. Precio de venta al público – Bolsas	72
5.4. Ingresos proyectados.....	72
5.5. Depreciación	72
5.6. Egresos proyectados.....	73
5.7. Estados Financieros proyectados	74
5.7.1. Estado de resultados.....	74
5.7.2. Estado de situación inicial	75
5.7.3. Flujo de efectivo	76
5.8. Análisis y evaluación financiera	76
5.8.1. Costo de capital o de oportunidad.....	76
5.8.2. Tasa representativa del mercado - TRM.....	77
5.8.3. Valor Actual Neto - VAN.....	77
5.8.4. Punto de equilibrio.....	77
5.8.5. Tasa Interna de Rendimiento – TIR.....	78
Conclusiones.....	80
Recomendaciones	81
Referencias Bibliográficas	82
Anexos	86
Apéndice A: Formato de encuesta 1 aplicada.....	86

Apéndice B: Formato de encuesta 2 aplicada 89

Apéndice C: Formato de entrevista aplicada 91

Apéndice D: Evidencia de aplicación encuesta 1 92

Apéndice E: Evidencia de aplicación encuesta 2..... 94

Apéndice F: Evidencia de aplicación entrevista 95

Apéndice G: Factura Proforma de maquinaria 96

Apéndice H: Evidencia de búsqueda de información para permisos de funcionamiento..... 97

Índice de Tablas

Tabla 1: Matriz de evaluación de factores externos EFE 17

Tabla 2: Matriz de innovación 22

Tabla 3: Segmentación de mercado para el yute 25

Tabla 4: Segmentación de mercado para las bolsas de yute 26

Tabla 5: Segmentación de oferentes 43

Tabla 6: Calificación de la compra y venta de yute..... 44

Tabla 7: Procedencia de la fibra de cabuya 44

Tabla 8: Cantidad de yute que fabrica 44

Tabla 9: Variedad de tamaños que fabrica..... 45

Tabla 10: Principales clientes 45

Tabla 11: Temporada de mayor venta 45

Tabla 12: Demanda por producto 47

Tabla 13: Demanda Actual 47

Tabla 14: Demanda proyectada 48

Tabla 15:Matriz MPC 49

Tabla 16: Oferta actual 50

Tabla 17: Oferta proyectada 50

Tabla 18: Demanda insatisfecha 50

Tabla 19: Capacidad de producción..... 54

Tabla 20: Porcentaje de captación de demanda insatisfecha	54
Tabla 21: Resumen captación DI.....	54
Tabla 22: Manual de funciones-Gerente.....	63
Tabla 23: Manual de funciones-Asistente administrativo financiero	64
Tabla 24: Manual de funciones-Operario	65
Tabla 25: Manual de funciones-Vendedor.....	66
Tabla 26: Inversión	69
Tabla 27: Mano de obra directa-Rol de pagos.....	70
Tabla 28: PVP-Yute	71
Tabla 29: PVP - Bolsas.....	72
Tabla 30: Ingresos Proyectados	72
Tabla 31: Depreciación activos fijos	73
Tabla 32: Depreciación anual	73
Tabla 33: Egresos proyectados	74
Tabla 34: Estado de resultados	74
Tabla 35: Estado de situación inicial	75
Tabla 36: Flujo de efectivo	76
Tabla 37: Costo capital	76
Tabla 38: Costos fijo y variables	78
Tabla 39: TIR.....	79

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Realización de arreglos florales.....	28
Gráfico 2: Tamaño de arreglos frecuentes	28
Gráfico 3: Importancia de los productos amigables con el ambiente	29
Gráfico 4: Reconocimiento de yute	29
Gráfico 5: Compra de yute.....	30
Gráfico 6: Dinero invertido en detalles para arreglos florales.....	30
Gráfico 7: Interés por adquirir yute	31

Gráfico 8: Frecuencia de compra de yute	31
Gráfico 9: Cantidad de yute a adquirir.....	32
Gráfico 10: Preferencias de tamaños de yute.....	32
Gráfico 11: Factores que influyen en la compra.....	33
Gráfico 12: Disponibilidad de pago.....	33
Gráfico 13: Formas de compra del producto	34
Gráfico 14: Formas de comercialización	34
Gráfico 15: Promoción.....	35
Gráfico 16: Uso de empaque para ventas	36
Gráfico 17: Importancia de un producto amigable con el ambiente.....	36
Gráfico 18: Reconocimiento de las bolsas de cabuya.....	37
Gráfico 19: Interés por adquirir bolsas de cabuya	37
Gráfico 20: Cantidad de inversión en adornos.....	38
Gráfico 21: Frecuencia de compra.....	38
Gráfico 22: Cantidad de compra de bolsas	39
Gráfico 23: Tamaño de bolsa de referencia	39
Gráfico 24: Factores que consideran para la compra de las bolsas de cabuya	40
Gráfico 25: Disposición de pago ara las bolsas de cabuya	40
Gráfico 26: Forma de compras de bolsas.....	41
Gráfico 27: Medio de transmisión de información del producto.....	41
Gráfico 28: Forma para conocer las bolsas de cabuya.....	42
Gráfico 29: Flujograma de procesos del yute	58
Gráfico 30: Flujograma de procesos de bolsas	60

Índice de Imágenes

Imagen 1: Logotipo.....	21
Imagen 2: Provincia de Imbabura-Macrolocalización.....	52
Imagen 3: Microlocalización	53
Imagen 4: Aparato de cepillado (Escarmenadora-peinadora).....	55

Imagen 5: Máquina de hilar	56
Imagen 6: Urdidora.....	56
Imagen 7: Telar	56
Imagen 8: Yute de color.....	57
Imagen 9: Pieza de yute natural.....	57
Imagen 10: Bolsas de cabuya.....	59

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Organigrama Tecofib Cabuyas	62
---	----

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya.

Objetivos Específicos

1. Determinar los factores que intervienen en la idea de negocio y el planteamiento del problema.
2. Definir las características fundamentales del producto innovador, matriz de factores externos para la justificación de innovación y la vinculación tecnológica de la idea de negocio.
3. Realizar un estudio de mercado para establecer el segmento meta de la idea de negocio, por medio del cálculo de la demanda insatisfecha y formular estrategias de marketing a usarse para promocionar el producto.
4. Elaborar un estudio técnico para establecer la localización, estructura organizativa y aspectos referentes al proceso productivo de la idea de negocio.
5. Evaluar la viabilidad económica financiera, determinando la inversión, los costos, gastos y la rentabilidad de la idea de negocio.

UNIDAD I: Diagnóstico

1.1. Objetivo

Determinar los factores que intervienen en la idea de negocio y el planteamiento del problema.

1.2. Determinación y justificación del problema

A lo largo del tiempo se han consumido varios artículos derivados del petróleo, como los artículos sintéticos, que dentro de ellos están los productos plásticos, fundas, envases, telas, hilos y todo tipo de productos de decoración, que precisamente el consumo de estos productos decorativos, en el año 2018 presentan un crecimiento dentro del mercado internacional del 22.7%, en comparación con año 2017. Además, los ecuatorianos solamente en el entorno online que representa el 35% de la población, hacen compras de productos mayoritariamente sintéticos, siendo el 51% de consumo en mobiliario y decoraciones (Procolombia, 2019; Salazar, 2018).

En base a lo anterior, el consumo de los productos sintéticos, especialmente los productos decorativos son los que generan alta contaminación ambiental, que con el transcurso del tiempo ha ido en aumento, gracias a que estos luego de cumplir su función, son desechados y convertidos en basura, los cuales necesitan cientos de años para descomponerse y desaparecer en vista de que son productos no biodegradables (Riofrio et al., 2019).

Varias han sido las causas que han generado problemas ambientales, además de la deforestación y los gases industriales, están los desechos sólidos o sintéticos de la población, por su gran consumo. Por eso, solo en el año 2017 en Ecuador se ha generado 12.337 toneladas de basura, donde el 4% de los desechos es reciclada y el 96% representan a los desechos orgánicos e inorgánicos (Morán, 2020).

Los desechos inorgánicos que no son reciclados o reusados, al ser sólidos y materiales sintéticos, en su mayoría son enterrados en espacios amplios y necesitan de años para que desaparezcan, lo que no pasa con los desechos orgánicos por su rápida degradación. Por lo tanto, constantemente, aumentan los espacios para este tipo de residuos, existe pérdida de biodiversidad por los muchos animales que mueren por la ingesta de este tipo de residuos y contribuyen al efecto invernadero, que, por su composición, al ser quemados generan gases como monóxido de carbono, dióxido de carbono y otros gases que afectan al aire (García, 2019).

Es por ello que la idea de negocio, pretende ser amigable con el medio ambiente, puesto que el yute es fabricado a base de una fibra natural biodegradable el cual puede ser destruido por microorganismos del propio ambiente, por el sol, la lluvia, la humedad y el viento, lo que conlleva mayor seguridad y bienestar tanto para el planeta como para el ser humano, además, la velocidad de biodegradación es de 6,06 meses respectivamente, por lo tanto, el producto puede ser una alternativa para reemplazar o sustituir artículos sintéticos que tienden a producir residuos tóxicos o químicos de efecto invernadero cuando se descomponen. (Pinchao et al., 2019; Riofrio et al., 2019).

1.3. Factores que intervienen a la puesta en marcha de la idea de negocio

1.3.1. Situación del macro ambiente

1.3.1.1. Análisis de la matriz de evaluación de factores externos EFE.

La matriz de evaluación de factores externos, es una herramienta que busca identificar y evaluar los factores de amenazas y oportunidades que pueden influir en el desarrollo de un emprendimiento o negocio, facilitando “la formulación de algunas estrategias que permiten aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas (riesgos externos)” (Ruiz, 2021).

(Calderón, 2019; Torres, 2015) añaden que la matriz EFE, se genera a partir de varios pasos tales como:

1. Identificar un listado de factores externos;
2. Asignación de un peso y ponderaciones, según el nivel de importancia;
3. Asignar una calificación del 1 al 4, según el nivel de respuesta y cumplimiento;
4. Desarrollar la calificación ponderada; y
5. Evaluar la información obtenida, cuyo valor promedio es de 2,5.

Tabla 1: *Matriz de evaluación de factores externos EFE*

Matriz de evaluación de factores externos - EFE				
Factores	Peso	Ponderación	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades				
Demanda de productos amigables con el medio ambiente	100	0,13	4	0,51
Demanda de productos artesanales	80	0,10	3	0,31
Uso de comprobantes de pago legales	90	0,12	4	0,46
Leyes de apoyo y fortalecimiento para emprendimientos	90	0,12	4	0,46
Requisitos de funcionamiento	90	0,12	4	0,46

Impulso del producto por internet	70	0,09	3	0,27
Crecimiento de mercado	60	0,08	3	0,23
Aceptación de varias formas de pago	80	0,10	3	0,31
Amenazas				
Barreras de entrada	40	0,05	2	0,10
Comercialización en tiempos de COVID - 19	30	0,04	2	0,08
Demanda de artículos sintéticos con bajos costos	20	0,03	1	0,03
Cambios en las necesidades del mercado	30	0,04	1	0,04
TOTAL	780	1		3,26
Escala de Calificación	1	Respuesta mala		
	2	Respuesta de término medio		
	3	Respuesta menor		
	4	Mayor respuesta		

Nota: Adaptado de “Administración Estratégica” (Torres, 2015).

Los factores aplicados para el desarrollo de la matriz de factores externos, son adecuados a la idea de negocio, a partir del análisis de los “Factores que influyen en el emprendimiento y su incidencia en el desarrollo económico del Ecuador”(Moreira et al., 2018), acoplado a la industria artesanal, y el entorno actual en el que se encuentra. Tomando en cuenta aspectos macro del entorno como el factor político legal, socio cultural, económico, medio ambiental y el factor tecnológico.

Las ponderaciones presentadas, están dadas por un peso del 1 al 100, según la importancia de cada factor en la idea de negocio, siendo ponderadas entre el rango de 0 a 1 cuya suma es 1, y las calificaciones son presentadas conforme al nivel de capacidad de respuesta por parte de la idea de negocios frente a estos factores.

Por lo tanto, en base a la matriz, se considera como oportunidad con una calificación de respuesta alta para lograr el éxito de la idea de negocio, a los factores de la demanda del producto amigable con el medio ambiente y artesanal, ya que en la actualidad las personas han abandonado viejos hábitos y han adoptado una postura más amigable con la naturaleza (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A, 2020).

Los factores del uso de comprobantes de pago y las políticas para el funcionamiento y fortalecimiento a emprendimientos, cuentan con una calificación de 4, gracias a que el apoyo hacia los emprendimientos, ha tomado mayor enfoque en la actualidad, como la iniciativa del gobierno con el Fondo Capital Semilla para emprendedores, adicionalmente, la idea de negocio al encontrarse en la industria artesanal, puede

acoplarse a las leyes fácilmente y brindar a los consumidores un comprobante de pago legal gracias a que puede manejar, bajo un régimen de inscripción para contribuir a una cultura tributaria (Gonzales, 2021; SRI, 2020).

Otros factores, cuya calificación frente al nivel de respuesta para lograr el éxito de la idea de negocio es de 3 están: el impulso del producto por internet, gracias a que, para ofertar el producto se hará uso de las redes sociales como el Facebook e Instagram; el crecimiento al mercado, debido a que no solo se enfoca en el mercado florícola, sino que con las bolsas de empaque se puede captar el sector comercial; y la aceptación de varias formas de pago, ya que se pueden realizar pagos con efectivo y por transferencias bancarias.

Así mismo, los factores considerados en la matriz como amenazas, son factores que pueden representar algún inconveniente durante el desarrollo de la idea de negocio, como las barreras de entrada que se pueden presentar y las dificultades de comercialización en tiempos de COVID – 19, cuya calificación es de 2, gracias a que sí se considera una dificultad, que con medidas de prevención y las iniciativas de apoyo para emprendimientos que se generen, se pueden manejar de la mejor manera, teniendo así una capacidad respuesta de término medio ante estos factores.

En la capacidad de respuesta mala o baja, se encuentran los factores de la demanda de artículos sintéticos con bajos costos y los cambios en las necesidades del mercado, teniendo una calificación de 1, ya que las necesidades del consumidor están en constante cambios y tienen afinidad por productos con costos bajos, los cuales son aspectos mayores riesgos o dificultades para la idea de negocio.

Así, en base al resultado de la matriz de factores externos, es preciso señalar que el emprendimiento dedicado a la fabricación de Yute a base de cabuya, cuenta con un total de 3,26 de calificación, lo que significa que las oportunidades para el emprendimiento son superiores a las amenazas, por lo tanto, el entorno externo es favorable, por la alta capacidad de respuesta que puede brindar a los diferentes factores, sin embargo, si el negocio no trabaja en el cumplimiento de estos factores como estrategias de mercado, pueden convertirse en amenazas, como por ejemplo el no cumplimiento de los requisitos de funcionamiento, que puede generar multas y cierres del establecimiento.

UNIDAD 2: Propuesta de la idea de negocio

2.1. Objetivo

Definir las características fundamentales del producto innovador, matriz de factores externos para la justificación de innovación y la vinculación tecnológica de la idea de negocio.

2.2. Caracterización y funcionalidades del producto y/o servicio innovador

La presente idea de negocio tiene la intención de conservar la cultura y símbolo de desarrollo del Cantón Antonio Ante, donde solo la parroquia de San Roque perteneciente a este cantón, hace referencia a la permanencia de productos con cabuya (GADM-AA, 2021).

La producción de Yute como idea de negocio, además de ser símbolo cultural, se acopla como complemento en los diseños de decoración y pueden derivarse de esta, artesanías y bolsas para empaques o entregas de algún producto en específico.

Su producción inicia, con la fibra natural de cabuya, cuya fuente está en el sector de Intag y Lita perteneciente a los cantones de Cotacachi e Ibarra de la provincia de Imbabura, extraída por personas de la localidad, que después, por medio de los procesos de fabricación se convierte en hilo y por consiguiente en una tela rústica llamada yute, la misma que puede adoptar diferentes tamaños, colores, texturas, etc., necesitando únicamente de procesos de fabricación físicos, interviniendo obreros, maquinaria y no de sustancias químicas para la obtención de este producto, y al ser realizado a base de una fibra natural es un producto biodegradable, factor que ayuda a la conservación el medio ambiente.

De la misma forma, la idea de negocio, aspira contribuir al desempleo, por medio del uso de maquinaria artesanal, creado por personas de la localidad en el cantón y también apoyando con fuentes de empleo, en los diferentes procesos que se llevan a cabo en la fabricación del producto.

2.2.1. Características del producto

- Es realizado a base de la fibra de cabuya, fique o maguey;
- La fibra es 100% biodegradable;
- Cuenta con una alta resistencia a la tensión;
- Puede combinarse con el hilo de algodón, teniendo así otro tipo de yute;
- Su tamaño puede variar de entre 5 y 70 cm de ancho; y

- Su color natural está entre beige y café claro, el cual puede variar según la necesidad del cliente.

2.2.4. Marca

2.2.4.1. Logotipo.



Imagen 1: Logotipo

El logotipo está inspirado en la conservación de cultura y desarrollo del cantón, que invita al cliente a detenerse para observar el nombre de nuestra empresa “Tecofib Cabuyas”, usando la palabra cabuya como referente de esta línea de productos como a lo largo del tiempo se le ha conocido, para que así, logren identificar de manera más rápida el negocio y lo que este ofrece. De igual manera, el logotipo está diseñado con la imagen de la planta y la tela de cabuya como fondo, con el fin de dar a conocer la naturalidad del producto.

2.2.4.2. Psicología del color

Dentro de la psicología del color se han empleado colores como:

Café. - está asociado comúnmente a la tierra y virtudes como la constancia, la sencillez y la amabilidad (Omar, 2011; Stretstyle, 2010). Es por ello que el emprendimiento pretende usar este color por la asociación de la fibra de cabuya con la tierra y su adaptabilidad hacia cualquier tipo de suelo, con la intención de transmitir especialmente la sencillez y la constancia dentro de su marca.

Verde. - este color hace referencia al medio ambiente, la naturaleza, la vida y la salud (Omar, 2011). Por lo tanto, es lo que precisamente la marca busca transmitir al mercado, por la responsabilidad que tiene al presentar un producto que apoye el medio ambiente.

Blanco. - es un color “comúnmente ligado a conceptos como limpieza, claridad y simplicidad, lo que a su vez está asociado a sensaciones de paz y tranquilidad” (Segura, 2016, p. 17). Así, el emprendimiento ha decidido usar este color con el fin de expresar la simplicidad y tranquilidad en su marca, por un yute fabricado con una fibra natural con texturas rústicas y atractivas.

2.2.5. Slogan

“Lo natural y sencillo, también es bueno”

El slogan expresa la esencia del producto, manifiesta que para tener un estilo propio en un lugar o cosa, con la decoración de productos o como complementos de ellos, no necesariamente se debe usar artículos complejos, caros y altivos, sino que, con productos naturales y simples, también se logran estilos capaces de captar la atención de cualquiera.

2.3. Justificación de la Innovación

2.3.1. Matriz de innovación del emprendimiento innovador

La presente matriz de innovación indica los factores del emprendimiento que permita diferenciarse de otros, por los beneficios que puede brindar y aspectos relevantes para la marca, cuya escala va según el nivel de impacto, alto, medio y bajo.

Tabla 2: Matriz de innovación

Matriz de Innovación	
Factores	Impacto
Cumplir con las normas técnicas y legales del sector	Alto
Desarrollar productos respetuosos con el medio ambiente	Alto
Reducir el impacto medioambiental	Alto
Producción en base al bajo consumo de energía	Alto
Aumentar gama de productos	Alto
Mejorar la calidad del producto	Alto
Mano de obra flexible	Alto
Adaptabilidad al cambio	Medio
Fortalecimiento tecnológico	Medio
Redes de cooperación	Bajo

Nota: Adaptado de “Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación Latinoamericana” (Morales et al., 2012).

En base a la matriz de innovación, la idea de emprendimiento para fabricar la tela de yute cuenta con alto impacto en el tema medio ambiental, ya que, busca realizar su producción a base de una fibra natural la cual es biodegradable gracias a su rápida descomposición. Su uso representa una alternativa ecológica ya que, los procesos que se llevan a cabo con este tipo de materia prima son amigables con el ambiente, puesto que requieren de menos energía en el proceso de elaboración por el no uso de procesos industriales en la extracción de la materia prima y se busca disminuir al mínimo los desechos por medio de la optimización de los recursos (Lililay, 2018).

En base a la gama del producto y la calidad, cuenta con una calificación de alto impacto, a razón de que, pretende distinguirse de sus competidores ofreciendo una línea de yute respecto a la variación de colores, tamaños y texturas. Según los tamaños, estos pueden estar entre el rango de 5 y 70 cm de ancho, que dentro de los comunes y mayor facilidad de fabricación para el emprendimiento es del yute de 5cm, 25 cm, 35 cm y 70cm de ancho, con colores y texturas en base a las necesidades del consumidor. De igual forma se ofrece un yute combinado de cabuya y algodón, que es una línea que presenta mayor flexibilidad al momento de manipular la tela, lo cual también podrá ser de los tamaños antes mencionados.

Por otro lado, está la mano de obra flexible con un impacto alto, en cuanto a la oferta del mercado laboral, gracias a que la idea de negocio cuenta con la capacidad de contratación de mano de obra directa con facilidad de acoplo en los procesos de fabricación aplicados.

Con un nivel de impacto medio están la adaptabilidad al cambio y el fortalecimiento tecnológico, estos factores cuentan con una calificación de impacto medio a causa del entorno actual en que nos encontramos y las dificultades que representa el proceso de entregas del producto, sin embargo, con las medidas pertinentes en la situación frente COVID-19 puede ser llevada a cabo, así mismo, en cuanto a la tecnología, por uso de maquinaria artesanal, no hay grandes usos en tecnologías avanzadas, pero por la maquinaria utilizada hay alto trabajo físico y por consiguiente beneficios por la oferta de puestos de trabajo.

Para finalizar con el análisis de la matriz de innovación, está el bajo impacto del factor de las redes de cooperación donde “los procesos de innovación ya no se configuran como procesos independientes que realiza la empresa de manera aislada, sino que estas empiezan a trabajar en redes junto con otras empresas, centros de investigación e institutos de formación” (Morales et al., 2012, p. 5). Por lo tanto, el emprendimiento al ser una idea a generarse desde cero, con un nivel

de constitución muy baja, presenta dificultades para trabajar de forma cooperativa y asociativa con otras empresas.

2.4. Soporte y vinculación tecnológica

La vinculación que presenta la idea de negocios, está directamente dirigida al uso de las redes sociales por el alto impacto que presentan para el consumidor en los últimos tiempos y la masificación del uso de teléfonos inteligentes, por consiguiente, el mayor acceso a la información, redes sociales y entretenimiento audiovisual, por ello, las dimensiones de la economía se relacionan directamente a una economía digital, donde se ofrecen bienes y servicios en línea (CEPAL, 2021).

Por lo tanto, la idea de negocio pretende hacer uso de redes sociales, como Instagram y Facebook, para ofertar el producto por medio de publicaciones, anuncios y para socializar las preferencias del consumidor de manera directa, sin poner en riesgo su salud. Adicionalmente, estas redes sociales al contar con gran influencia al momento de que el consumidor compre o adquiera un producto, la publicidad de la idea de negocio en estas redes puede traer beneficios como aumentar la demanda del producto y captar un mercado más amplio.

UNIDAD 3: Estudio de mercado

3.1. Objetivo

Realizar un estudio de mercado para establecer el segmento meta de la idea de negocio, por medio del cálculo de la demanda insatisfecha y formular estrategias de marketing a usarse para promocionar el producto.

3.2. Segmentación de mercados y descripción del público objetivo

“Tecofib Cabuyas” está dirigido a dos segmentos metas de la provincia de Imbabura y Pichincha, en el sector floricultor para el yute como tela creada a base de cabuya y el sector comercial como mercado para las bolsas derivadas del yute, específicamente a:

1. 87 empresas que conforman la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores), 6 empresas de Imbabura y 81 empresas de Pichincha (Expoflores, 2021), para el yute a base de cabuya ; y
2. 37 tiendas de comercio de calzado y prendas de vestir del cantón Otavalo en la provincia de Imbabura.

3.2.1. Empresas de la Asociación Expoflores

Tabla 3: Segmentación de mercado para el yute

Criterios de segmentación	Geográficas		Por empresas	Psicológicas	
	Provincia	Sector		Beneficios	Preferencias
Segmentación de Mercado	Pichincha e Imbabura	Floricultor	87 empresas-Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, Expoflores.	Variedad de tamaños y colores. Suavidad con la unión algodón.	Interés por un producto amigable con el ambiente.

Nota: Adaptado de “Segmentación de mercados”(Paredes & Cardona, 2014)

Las empresas floricultoras, fueron seleccionadas debido a que el producto que se pretende ofertar puede ser usado para las decoraciones y detalles de los arreglos florales que exportan, y gracias a que “según datos ofrecidos por la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores) se ha registrado un crecimiento del 7 por ciento en las toneladas exportadas, en comparación con 2019” (El comercio, 2020), el sector floricultor con su expansión a países como Estados Unidos, Rusia y China pueden ser capaces de incurrir en costos para sus decoraciones.

3.2.1. Locales de comercio del Cantón Otavalo

Tabla 4: Segmentación de mercado para las bolsas de yute

Criterios de segmentación	Geográficas		Por tipo de local	Psicológicas	
	Provincia	Sector		Beneficios	Preferencias
Segmentación de Mercado	Imbabura	Comercial	37 locales comerciales de calzado y de prendas de vestir con características multimarca.	Variedad de tamaños y colores. Bolsas reusables.	Interés por un producto amigable con el ambiente.

Nota: Adaptado de “Segmentación de mercados”(Paredes & Cardona, 2014)

Las tiendas de comercio del cantón Otavalo, fueron elegidas debido a que, el flujo de comercio de las prendas de vestir y de calzado es bastante alto, por lo tanto, las bolsas derivadas del yute pueden ser usadas como empaque para la venta de estos productos, tomando en cuenta a las tiendas con características de tienda multimarca que es un tipo de establecimiento comercial con estilos innovadores y diferentes que “se especializan en vender y ofrecer en el mercado físico productos de diversas marcas y diseñadores, es decir crean un espacio en el cual le brindan la oportunidad a otras marcas y diseñadores de dar a conocer sus productos y ofrecerlos dentro de mercados específicos” (Mendoza, 2018).

3.3. Mercado meta

3.3.1. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Se ha aplicado un censo por considerarse que el número de elementos que forman parte del segmento al cual Tecofib Cabuyas se dirige con sus productos es una cantidad reducida, considerando a 87 empresas floricultoras y 37 tiendas multimarca para la aplicación de la encuesta en su totalidad.

3.3.2. Instrumentos de recolección

Encuestas

Para la recolección de datos del presente estudio, se llevó a cabo dos encuestas, cada una dirigida a los segmentos metas de cada producto. La encuesta 1 conformada por 15 preguntas y la encuesta 2 conformada por 13 preguntas, todas las preguntas generadas considerando aspectos como, precio plaza, promoción, nivel de consumo y preferencias, cuyo objetivo es recopilar información para determinar la aceptación de yute a base de cabuya y las bolsas que se derivan del mismo.

La unidad de análisis fueron 87 empresas que forman parte de la Asociación Expoflores de la provincia de Imbabura y Pichincha, que para la aplicación de la encuesta 1 de manera digital, se realizó un proceso de recopilación de información electrónica de la base de datos de Expoflores, finalizando con una disminución de 23 empresas por dificultades como la inexistencia de correos electrónicos, otras por trabajar bajo un mismo nombre comercial y por último la no contestación de la encuesta. Por lo tanto, mediante este proceso la segmentación fue reducido a 64 empresas florícolas, correspondientes a 5 empresa de la provincia de Imbabura y 59 empresas de la provincia de pichincha.

Para la encuesta 2, se tomaron en cuenta a 37 locales de comercio de calzado, prendas de vestir o ambas, seleccionadas mediante la herramienta de la observación identificando a los locales con características multimarca como:

- Ofertan prendas o calzado de marcas variadas (Nike, Adidas, Vans, Tommy, Puma Zara, Aeropostale, etc.);
- Productos de gama alta (valores o precios altos); y
- Estilos únicos e innovadores en sus tiendas.

Teniendo como resultado la colaboración en la encuesta de 30 locales multimarca, disminuyendo 7 tiendas por falta de permisos para brindar información y por la existencia de marcas con varias tiendas.

Entrevista

La entrevista que se llevó a cabo en el presente estudio, está conformada por 6 preguntas dirigidas a los competidores dedicados fabricación de productos con cabuya en el cantón Antonio Ante, considerando aspectos como: el nivel de ventas, el mercado al que se dirige, nivel de producción y variedad de productos, con la finalidad de recopilar información de los negocios familiares dedicados a la fabricación de yute que aún permanecen en funcionamiento en el cantón Antonio Ante.

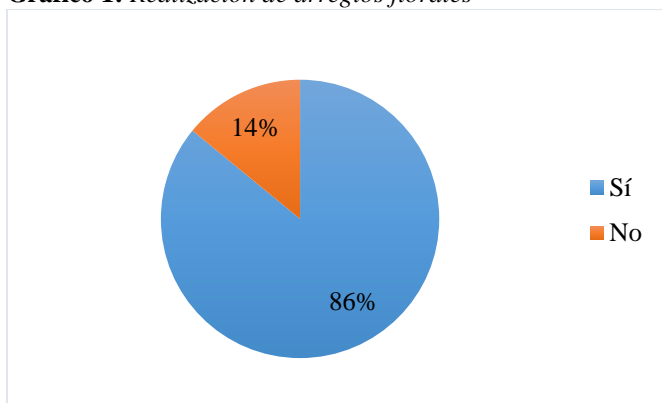
3.3.3. Resultados y discusión

Mediante finalización de las encuestas, se procedió a la generación de las tabulaciones de cada una de las preguntas, para llevar adelante los respectivos análisis.

Encuesta 1

1. ¿Realiza usted arreglos florales? Si la respuesta es **Sí** continúe con la encuesta.

Gráfico 1: Realización de arreglos florales



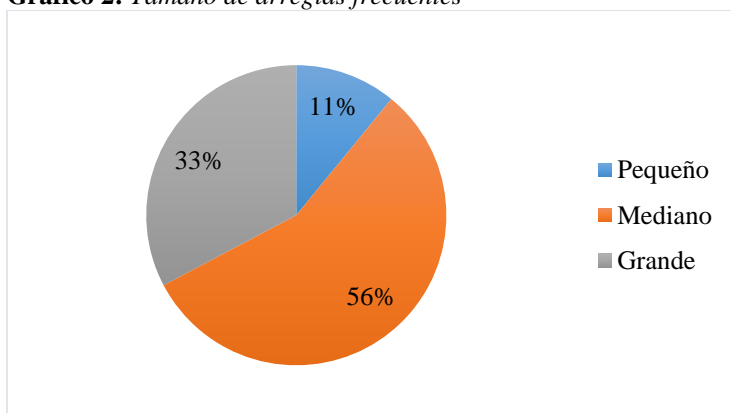
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

En base a la información, se disminuye a 55 empresas el segmento al cual se va a dirigir Tecofib Cabuyas ya que son las que realizan arreglos florales, lo que implica que solo estas usan materiales de decoración y complementarios para cada diseño, por lo tanto, el yute puede ser acogido de manera positiva en este proceso.

2. ¿Cuál es el tamaño de arreglos florales que más realiza?

Gráfico 2: Tamaño de arreglas frecuentes



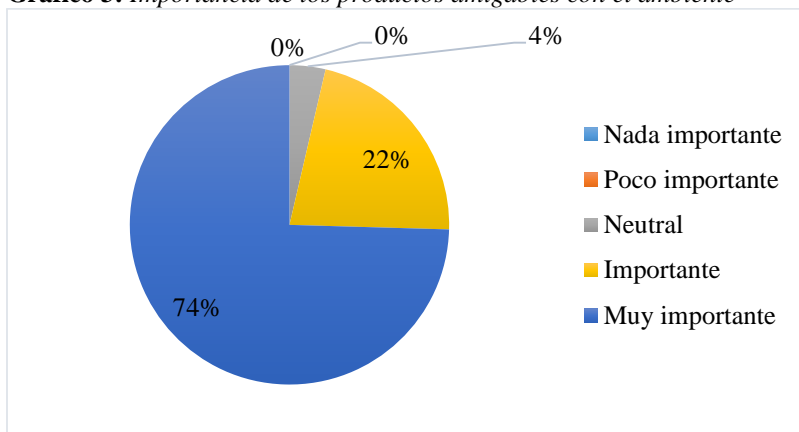
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

El tamaño de arreglos con mayor frecuencia de producción son los arreglos de tamaño mediano, lo que implica que las decoraciones y detalles complementarios como el yute, deben ir acorde al tamaño del arreglo.

3. ¿Qué tan importante es para usted usar productos amigables con el medio ambiente?

Gráfico 3: Importancia de los productos amigables con el ambiente



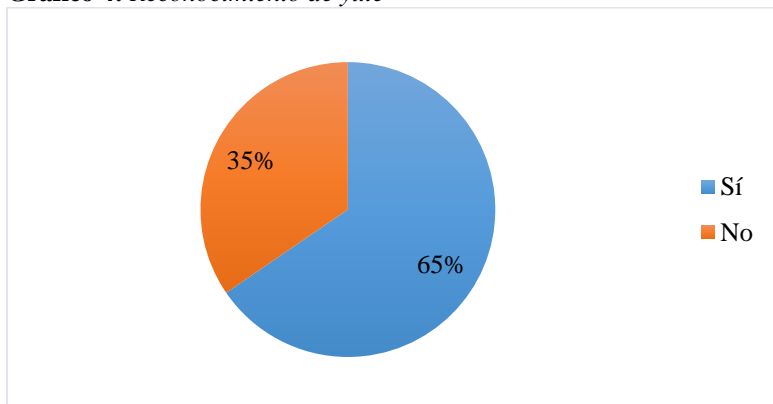
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

El uso de los productos eco amigables dentro de las empresas es favorable, gracias a que para todas las empresas de flores es importante este factor, lo cual ayuda a que el yute al ser fabricado con una materia prima orgánica sea acogido, de tal manera que apoye a las iniciativas del cuidado del ambiente que manejen las empresas.

4. ¿Conoce sobre el yute fabricado a base de cabuya?

Gráfico 4: Reconocimiento de yute



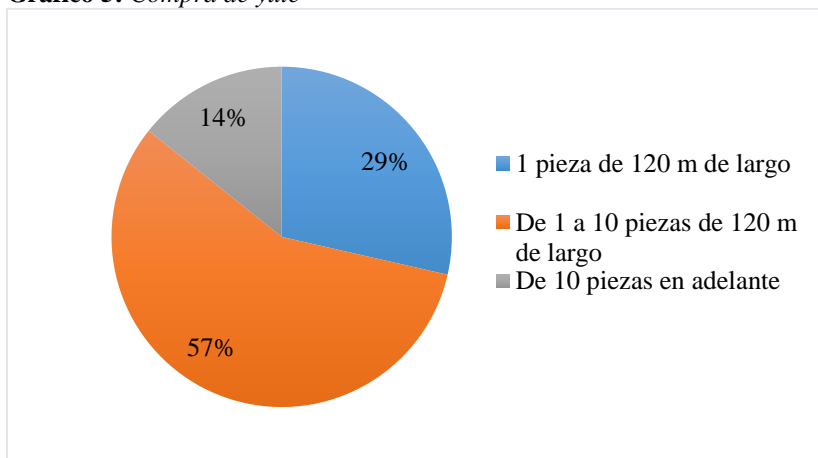
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Se identifica que más del 50% de las empresas que pertenecen a la Asociación Expoflores tienen conocimiento o han escuchado del yute fabricado a base de cabuya, lo que ayuda a su rápida relación con la funcionalidad de este, frente a su uso en los diseños de las flores que pueden realizar.

5. En caso de que usted si adquiriera yute ¿cuál es la cantidad que compra al mes?

Gráfico 5: Compra de yute



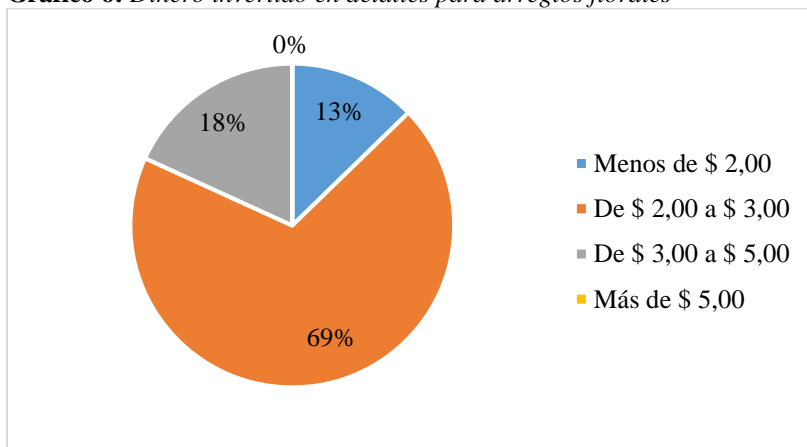
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Se puede mencionar que no todas las empresas conocían la tela de cabuya llamada yute, pero 35 de ellas que sí conocen esta tela, han realizado compras en su mayoría de entre 1 y 10 piezas de yute y un 14 % compras mayores a 10 piezas de yute.

6. ¿Cuánto dinero invierte en los detalles para cada uno de los arreglos florales?

Gráfico 6: Dinero invertido en detalles para arreglos florales



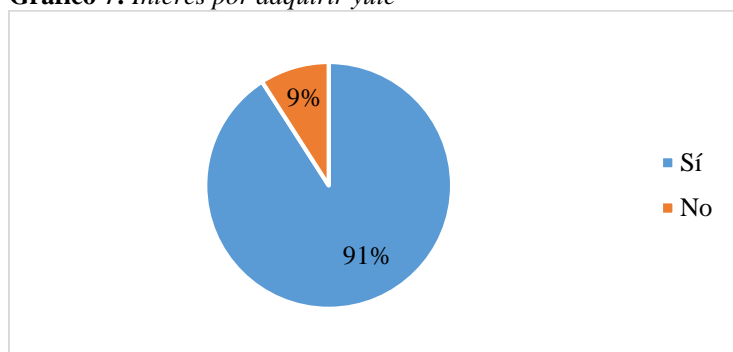
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Más del 50% de las empresas invierten entre \$2 y \$3 dólares en artículos para decoraciones, por lo que, el yute con un precio entre este rango, no representaría ningún problema al momento de su venta.

7. ¿Estaría interesado en adquirir el yute de cabuya para realizar los arreglos florales?

Gráfico 7: *Interés por adquirir yute*



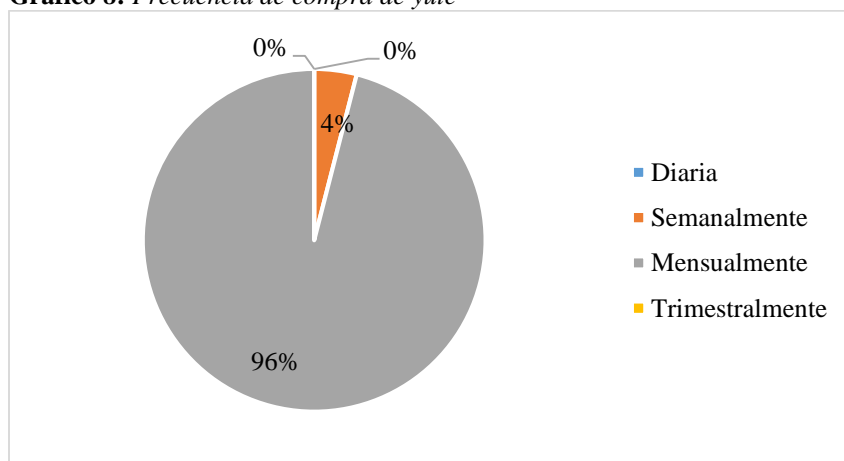
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

De 55 empresas que al mencionar que sí realizan arreglos florales en la primera pregunta, 50 empresas mencionan que sí adquirirían el yute de cabuya para sus diseños, lo que para Tecofib Cabuyas es el segmento meta total según el interés de compra, las mismas consideradas para la continuación de la encuesta con las preguntas siguientes.

8. ¿Cada cuánto adquiere o adquiriría el yute de cabuya?

Gráfico 8: *Frecuencia de compra de yute*



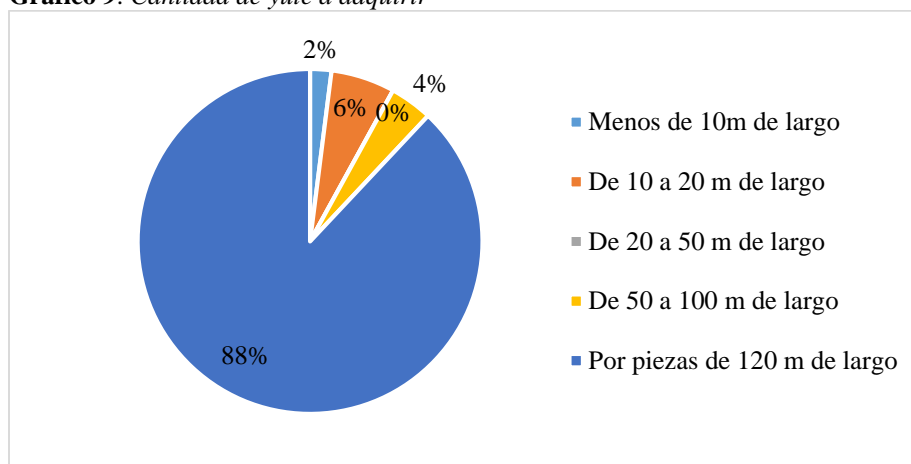
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

De las 50 empresas que sí adquirirían el yute, 48 empresas añaden que realizarían compras de yute mensualmente, lo que, tomando en cuenta la ubicación de las empresas frente a la ubicación de Tecofib Cabuyas, representa una ventaja gracias a que si las ventas son mensuales no se incurrirían en costos de distribución diarias o semanales.

9. ¿Cuántos metros de yute adquiriría?

Gráfico 9: Cantidad de yute a adquirir



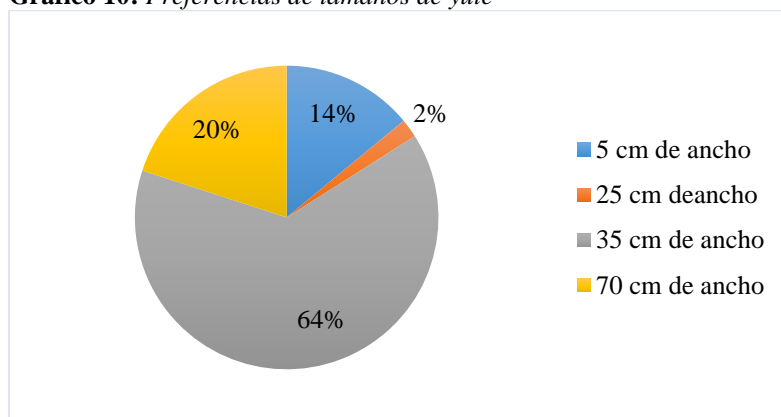
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Cerca del 100% de las empresas mencionan que no comprarían yute en bajas cantidades, lo que implica que si existirá una demanda alta del producto ofertado por Tecofib Cabuyas.

10. ¿Cuál es el tamaño de yute que le gustaría adquirir?

Gráfico 10: Preferencias de tamaños de yute



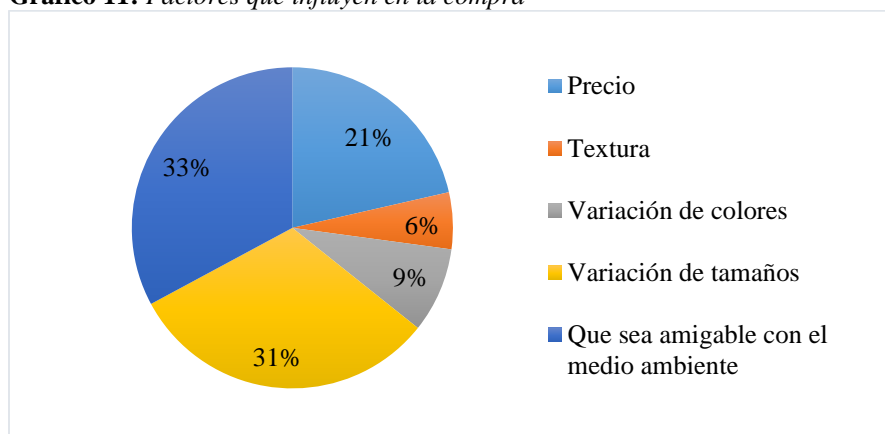
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

El tamaño de preferencia para las empresas es el yute de 35cm de ancho, lo que se relaciona con el tamaño mediano de arreglos florales que más realizan, por lo tanto, para Tecofib Cabuyas es un apoyo hacia su propuesta de variabilidad de tamaños, siendo el yute de 35cm de ancho uno de los tamaños con mayor facilidad para ser fabricada.

11. ¿Qué es lo que le parece interesante al momento de adquirir la tela de yute?

Gráfico 11: Factores que influyen en la compra



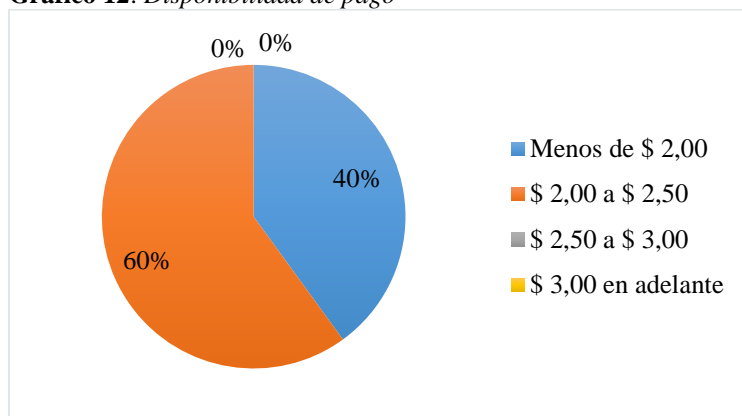
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Se puede inferir que el factor ambiental y la variabilidad de tamaños, representan más del 50 % a los aspectos fundamentales al momento de tomar la decisión de comprar por parte de las empresas.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el metro de yute?

Gráfico 12: Disponibilidad de pago



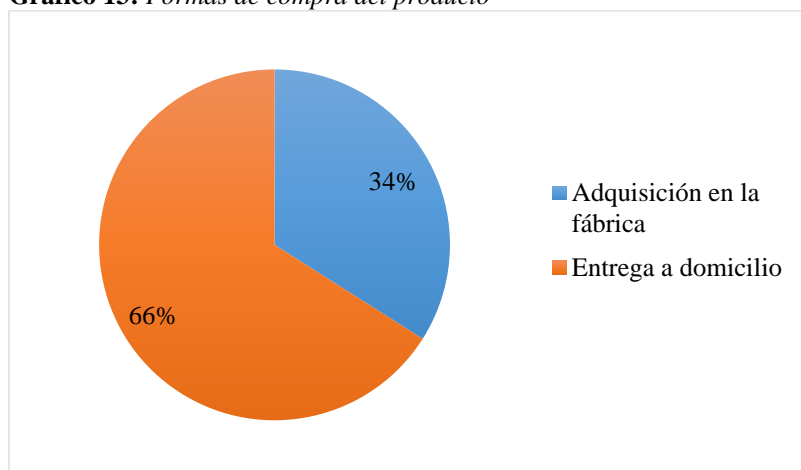
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

Las empresas mencionaron que el rango de dinero que estarían dispuestas a pagar por el metro de yute es de \$2,00 a \$2,50 respectivamente, por lo que se puede inferir que están dispuestas a pagar un precio semejante a lo que normalmente invierten en las decoraciones de los arreglos florales.

13. ¿Por qué medio le gustaría adquirir el yute?

Gráfico 13: Formas de compra del producto



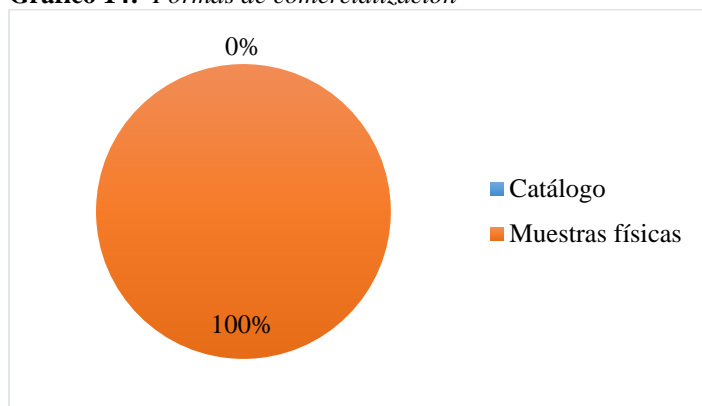
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

De las empresas que sí les gustaría realizar la adquisición de yute, en su mayoría tienen preferencias de compras por medio una entrega a domicilio.

14. ¿Cuál es la forma por la que le gustaría conocer el producto para su compra?

Gráfico 14: Formas de comercialización



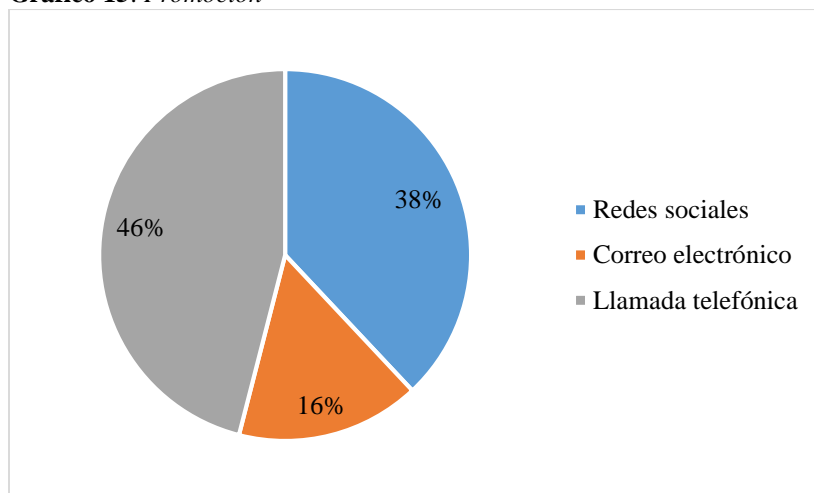
Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

La mejor manera para conocer el producto que ofrece Tecofib Cabuyas es por medio de muestras físicas, lo que implica que las empresas necesitan tener un acercamiento directo con los detalles que se empleará en sus arreglos florales.

15. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse sobre promociones y beneficios de nuestro producto?

Gráfico 15: *Promoción*



Fuente: Empresas de la Asociación Expoflores

Análisis:

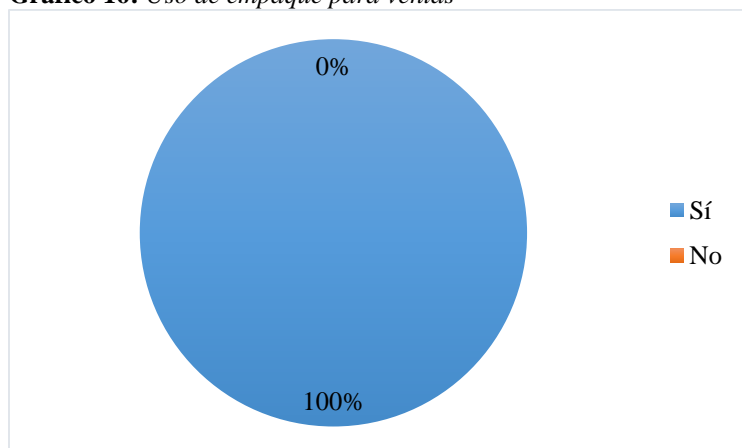
El medio de comunicación por el que las empresas les gustaría enterarse de los productos que se ofertan, serían llamadas telefónicas seguido de las redes sociales, por lo que, el uso de estos medios es más factible para las empresas.

Encuesta 2

Los datos arrojados mediante la aplicación de la encuesta número 2 dirigida a los 30 locales de comercio en el cantón Otavalo, en el centro se encuentran ubicadas 11 tiendas de calzado, 8 tiendas de prendas de vestir y 11 tiendas con ambos productos.

1. **¿Realiza usted la venta de sus productos en algún tipo de empaque o funda?** Si la respuesta es **Sí** continúe con la encuesta.

Gráfico 16: *Uso de empaque para ventas*



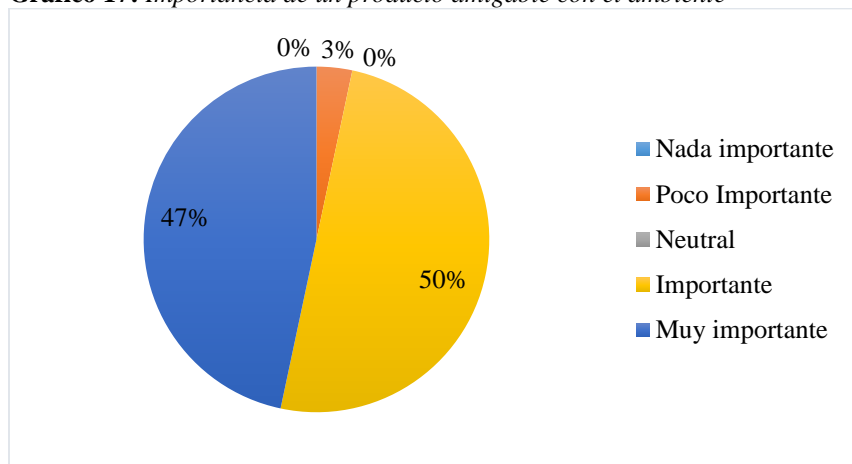
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

Todos los locales comerciales realizan sus ventas en algún tipo de funda, específicamente en fundas plásticas ya sean estas simples o personalizadas con la información de los locales.

2. **¿Qué tan importante es para usted usar productos amigables con el medio ambiente?**

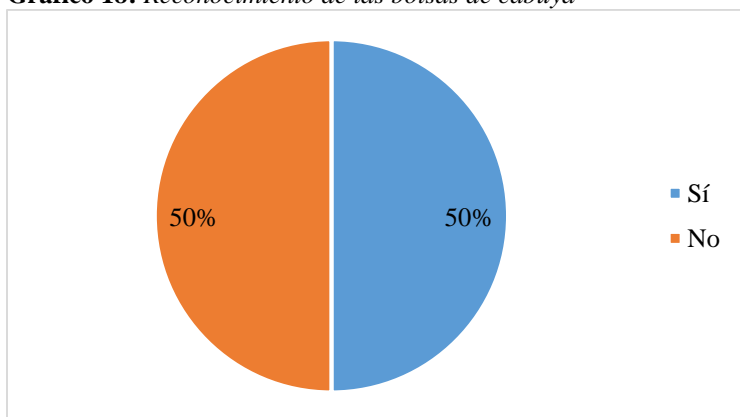
Gráfico 17: *Importancia de un producto amigable con el ambiente*



Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

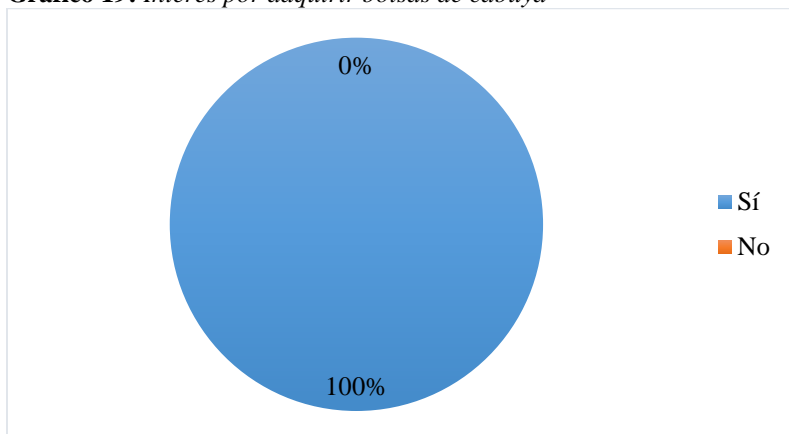
El factor medio ambiental está captando mayor compromiso por parte no solo de las personas, sino que también en las actividades económicas, empresas y negocios, como se lo comprueba en el resultado de los locales comerciales que consideran muy importante usar productos amigables con el ambiente.

3. ¿Conoce sobre las bolsas de cabuya?**Gráfico 18:** Reconocimiento de las bolsas de cabuya

Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

Se evidencia que la mitad de los locales conocen o han escuchado sobre las bolsas de cabuya, por lo que saben la textura y acabado que pueden tener las bolsas.

4. ¿Estaría interesado en adquirir bolsas de cabuya amigables con el medio ambiente, para realizar sus ventas?**Gráfico 19:** Interés por adquirir bolsas de cabuya

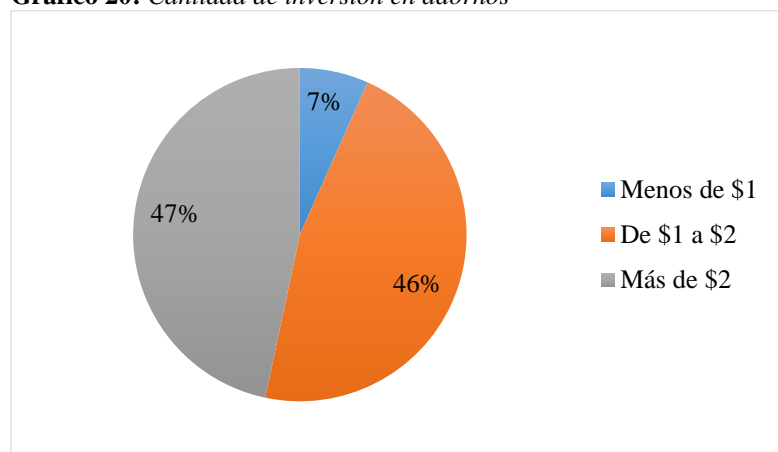
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

Todos locales identificados como el segmento meta de la idea de negocio, tienen interés en realizar adquisiciones de bolsas de cabuya, lo que es favorable para el presente estudio y el lanzamiento de las bolsas al mercado.

5. ¿Cuánto dinero invierte en los detalles y empaque de sus productos?

Gráfico 20: Cantidad de inversión en adornos



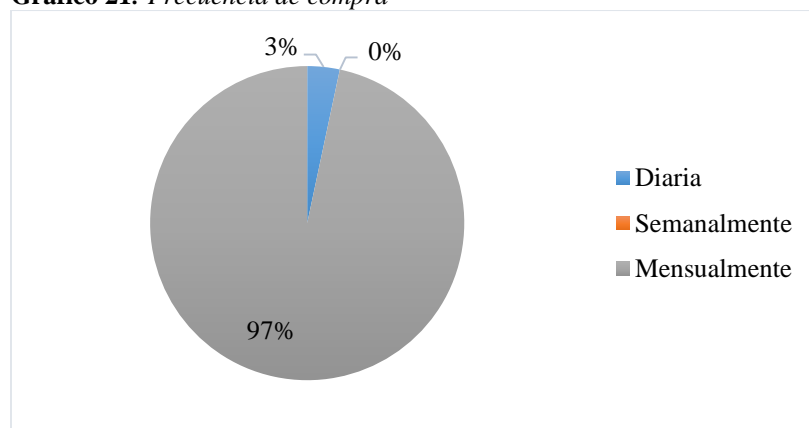
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

En este caso, casi el 100% de los locales de comercio del cantón Otavalo incurren en costos de empaque entre \$1 y más de \$2, por lo que son locales que si estarían dispuestos a costear las bosas de cabuya que Tecofib Cabuyas oferta.

6. En caso de estar interesado en una bolsa de cabuya ¿Cada cuánto adquiriría la bolsa?

Gráfico 21: Frecuencia de compra



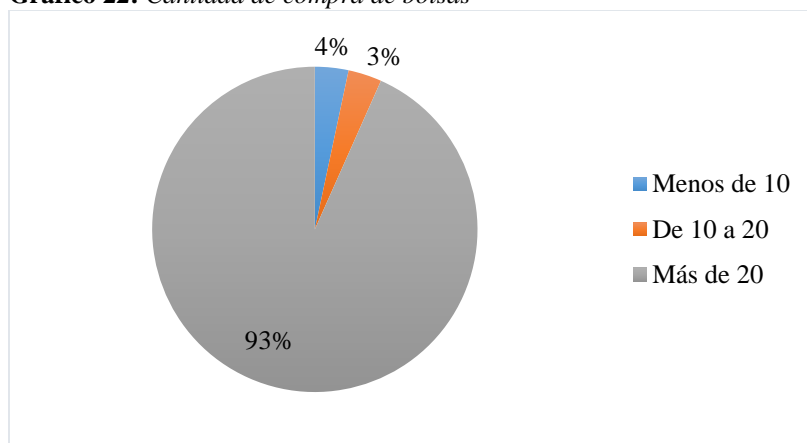
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

De los 30 locales que sí estarían interesados en adquirir las bolsas de cabuya, casi el 100% harían compras o adquisiciones mensuales, siendo este factor favorable por los costos de distribución, ya que se incurrirán en estos una vez por mes.

7. ¿Cuántas bolsas adquiriría?

Gráfico 22: Cantidad de compra de bolsas



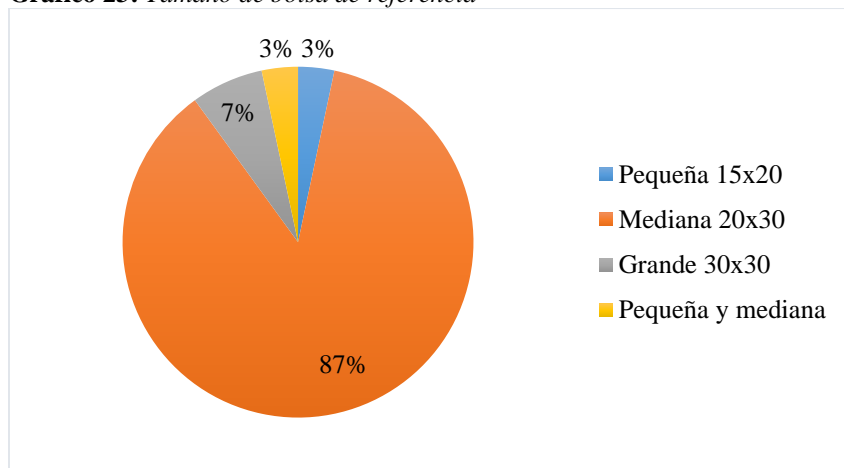
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

En base a la aplicación de las encuestas, se pudo constatar que el número de unidades de bolsas que les gustaría adquirir en las tiendas de comercio multimarca de calzado, ropa de vestir o mixta sobrepasan las 20 unidades mayoritariamente.

8. ¿Cuál es el tamaño de bolsa que adquiriría con frecuencia?

Gráfico 23: Tamaño de bolsa de referencia



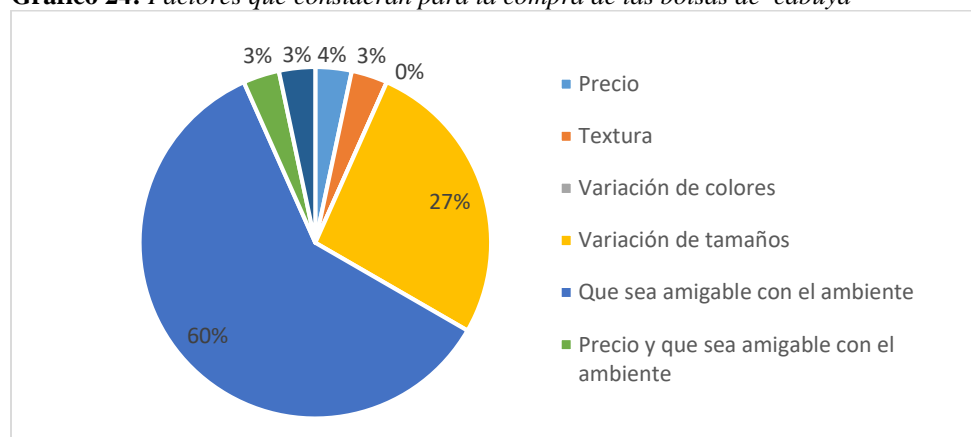
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

Conforme a las preferencias del consumidor en bolsas de cabuya, el tamaño de bolsas con mayor aceptación son las medianas, con medidas de 20 cm de ancho y 30 cm de altura, su preferencia se debe al espacio que ocupa una caja de calzado y las prendas de vestir.

9. ¿Qué es lo que le parece interesante al momento de adquirir una bolsa de yute?

Gráfico 24: Factores que consideran para la compra de las bolsas de cabuya



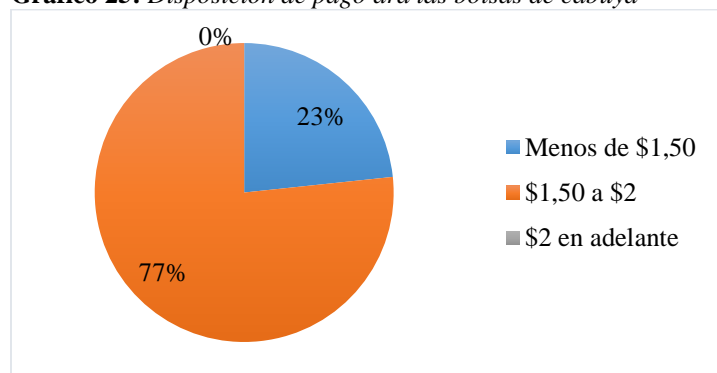
Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

A más del 50% de las tiendas, lo que les parece interesan al momento de decidir si comprar o no las bolsas de cabuya, es factor ambiental, seguido de factor de variabilidad de tamaños, lo cual es beneficioso para Tecofib Cabuyas ya que su producto es orgánico y propone tener 3 tipos de tamaños en bolsas.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de yute amigable con el medio ambiente?

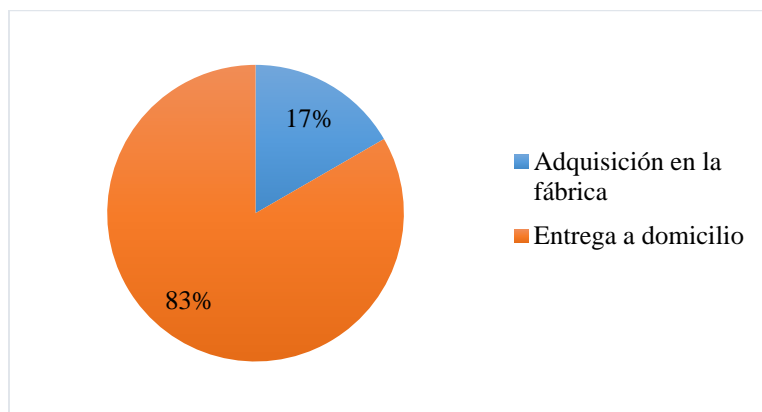
Gráfico 25: Disposición de pago ara las bolsas de cabuya



Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

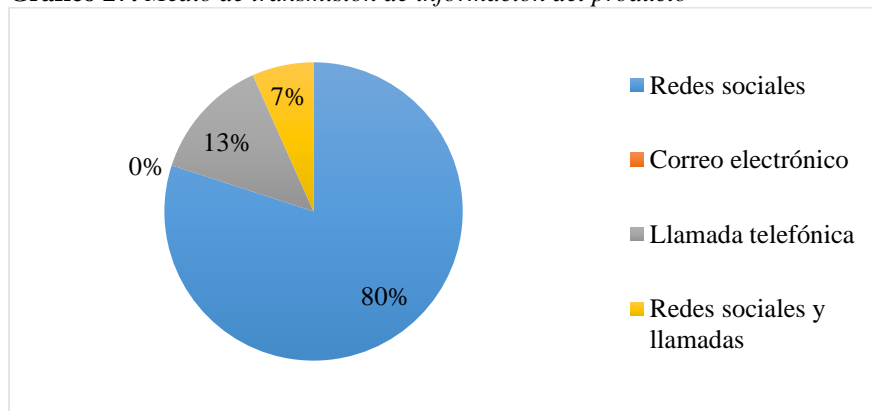
En base a los datos recopilados, cerca del 100% de las tiendas están dispuesta a pagar un valor de \$1,50 a \$2,00 por las fundas o bolsas de cabuya lo que implica que el valor está considerado con una similitud de los costos que incurren en las compras de fundas plásticas que personalizan.

11. ¿Por qué medio le gustaría adquirir la bolsa de yute?**Gráfico 26:** *Forma de compras de bolsas*

Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

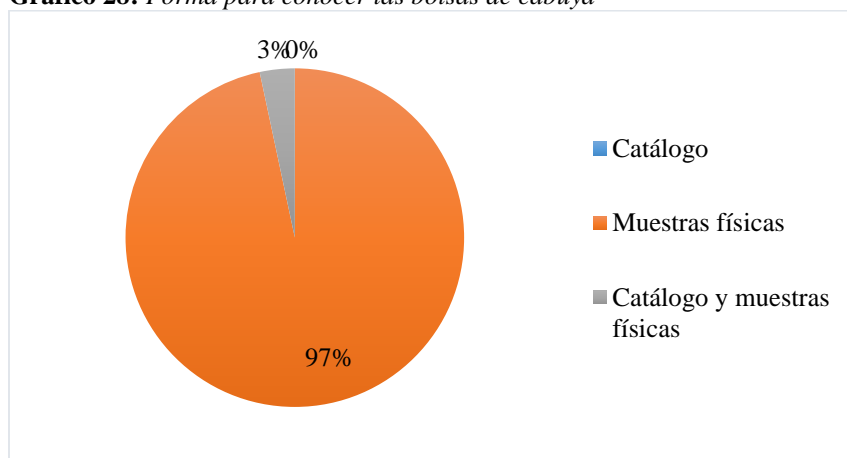
De acuerdo a la forma de adquisición del producto, casi el 100% de los locales tienen preferencia por las entregas a domicilio, por lo que Tecofib Cabuyas, sí cuenta con esa opción de comercialización de los productos.

12. ¿Por qué medio le gustaría informarse sobre promociones y beneficios de nuestro producto?**Gráfico 27:** *Medio de transmisión de información del producto*

Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

Conforme los datos recopilados, el medio de comunicación más preferido son las redes sociales, lo que implica que el manejo de redes para promocionar el producto es bastante factible, gracias el entorno digital en el que se encuentran los mercados actuales.

13. ¿Cuál es la forma por la que le gustaría conocer el producto para su compra?**Gráfico 28:** *Forma para conocer las bolsas de cabuya*

Fuente: Tiendas de comercio de Otavalo

Análisis:

En base a la información recopilada, los mercados objetivos para los productos que ofrece Tecofib Cabuyas, afirman que les gustaría conocer el producto por medio de muestras físicas, lo que implica que en las tiendas de comercio para realizar la compra de las bolsas de cabuya deben visualizar el producto como primer paso.

Entrevista

Tabla 5: Segmentación de oferentes

Criterios de segmentación	Segmento
Geográficas	Provincia de Imbabura
Competencia indirecta	Familias en los cantones Cotacachi, Urcuquí y Antonio Ante
Por familias	Negocios familiares donde se manufactura tela de cabuya
Competencia directa	5 familias que fabrican yute a base de cabuya en el cantón Antonio Ante.

Nota: Adaptado de (GADM-AA, 2021) y “El trabajo con fibra de cabuya en la provincia de Imbabura” (Jaramillo, 1992)

Para la presente entrevista se tomaron en cuenta a las familias del cantón Antonio Ante en vista de que desde años atrás se ha identificado que los lugares donde se manufactura tela de cabuya es en la provincia de Imbabura concentrando el mayor número de hiladores y tejedores en la parroquia de San Roque. Esta información comprobada por el GAD Municipal de Antonio Ante que menciona que San Roque es una parroquia que fusiona sus raíces étnicas para mantener su riqueza cultural y artesanal con materiales como la cabuya, además, esta tradición se instaló hace más de un siglo en esta provincia y este cantón (El comercio, 2016; GADM-AA, 2021).

Por lo tanto, se llevó a cabo un estudio de campo en el cantón para la identificación de las familias que en la actualidad aún están realizando la actividad de fabricación de yute con cabuya, realizando un recorrido y con ayuda del conocimiento de los pobladores se identificaron a 5 familias activas en esta actividad económica de los barrios del Salado, La Esperanza y Santo Domingo, 3 de ellos negocios como negocios informales y 2 negocios formales con el uso de RISE.

Con la identificación de las 5 familias se procedió a la aplicación de la entrevista, existiendo dificultades con 2 familias que se negaron a realizar la entrevista por motivos de reserva de información, pero gracias a los datos recolectados se ha logrado llegar a una empresa mayormente conocida por ser proveedora de yute, maquinaria y fibra de cabuya en la provincia de Pichincha llamada HILAFINA ECUADOR a cargo del Señor Ramírez Obando Juan José, que muy gustoso ha decidido ayudar con la presente investigación respondiente a la entrevista.

Por lo tanto, al finalizar la aplicación de la entrevista se obtuvieron los siguientes resultados:

1. ¿Cómo califica usted el negocio de la compra y venta de yute a base de cabuya?

Tabla 6: Calificación de la compra y venta de yute

Familias	Respuestas
Familia Pineda Picuasi	Mas o menos porque no se vende mucho en la actualidad
Familia Cabascango	Regular
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	Regular
Taller Hilafina Ecuador	Es muy rentable, y más que todo es una línea muy amplia, me considero uno de los principales proveedores de cabuya y yute en la provincia, es el negocio del futuro..

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

2. ¿Cuál es la procedencia de la fibra de cabuya que usted utiliza?

Tabla 7: Procedencia de la fibra de cabuya

Familias	Respuestas
Familia Pineda Picuasi	Proviene de productores directo de la zona de Intag
Familia Cabascango	Proviene de bodegas de un Señor de San Oracio, él nos provee y nos compra
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	Productores directos, de Intag
Taller Hilafina Ecuador	Yo lo extraigo directamente, se extrae de forma eléctrico manual

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

3. ¿Cuántos metros de yute fabrica mensualmente?

Tabla 8: Cantidad de yute que fabrica

Familias	Respuestas	Cantidad-Piezas de 120m
Familia Pineda Picuasi	Se fabrica mas o menos 7 piezas mensualmente de 120m de largo	7
Familia Cabascango	Semanal se realiza 200m de tela, en piezas de 100m.	6,7
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	Más o menos 1000m o 10 piezas igual a 1200m	10
Taller Hilafina Ecuador	Aproximadamente 3000m en piezas 120m de largo	25
Promedio en piezas		10,9

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

4. ¿Cuenta con alguna variedad de tamaños de yute para su venta?

Tabla 9: Variedad de tamaños que fabrica

Familias	Respuestas
Familia Pineda Picuasi	Solo se realiza la tela de 70 cm de ancho, que es la que sale siempre
Familia Cabascango	Solo la tela de 70 cm de ancho
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	Solamente de 70cm de ancho
Taller Hilafina Ecuador	La de 70 cm de ancho 120cm de ancho en máquinas industriales

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

5. ¿Quiénes son sus principales clientes?

Tabla 10: Principales clientes

Familias	Respuestas
Familia Pineda Picuasi	Se entrega a floresterías para los adornos de las flores
Familia Cabascango	Familia Pineda Picuasi y otro
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	Floresterias y almacenes artesanales de quito
Taller Hilafina Ecuador	Yo vendo a empresas grandes, florerías, centros comerciales y para proyectos

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

6. ¿Existe alguna temporada en la que aumenten sus ventas?

Tabla 11: Temporada de mayor venta

Familias	Respuestas
Familia Pineda Picuasi	En agosto es la temporada que aumentan las ventas
Familia Cabascango	Todo el año es igual
Sra. Martha Pineda Quinchiguango	En temporadas especiales, primero en diciembre, después san valentín, día de la madre, halloween, pero si se realizan ventas todo el año.
Taller Hilafina Ecuador	Por pandemia si se han bajado las ventas pero en días festivos se aumentaban a más o menos 3000m de yute, pero todo el años si se vende.

Fuente: Negocios familiares de Antonio Ante y Sr. Juan Ramírez.

Análisis Entrevista:

En base a los datos recolectados de las familias activas en esta actividad económica se puede afirmar que este tipo de negocio es muy rentable, porque a pesar de que nos encontramos en tiempos de pandemia su calificación es regular, lo que significa que antes de ello era mejor, y

también por la naturaleza de la materia prima que es amigable con el ambiente, adicionalmente se evidencia que el producto ofertado puede ser preferida en las floristerías por su línea de yute con variabilidad de tamaños en vista de que la competencia ofrece solo el yute de 70cm de ancho.

Por otro lado, su producción es constante en el año, con un promedio de 10,9 pieza de yute mensuales, cada una de 120m de largo, tomando en cuenta que también existe un flujo de ventas mayores en temporadas festivas.

3.3.4. Análisis de la demanda

3.3.4.1. Demanda Actual.

La demanda actual de los productos, está constituida por el número de empresas florícolas y locales de comercio dispuestos a adquirir el yute de cabuya y las bolsas derivadas de yute, lo que en los siguientes cuadros se encuentra la información de la demanda por producto, seguido del resultado total de demanda actual para el yute, considerado como el producto principal a fabricarse ya que a partir de 1 metro de este material se crea 1 bolsa.

Producto1: Yute a base de cabuya

Para determinar la demanda actual del producto 1, se consideró el número de empresas que forman parte de la Asociación Expoflores que sí estarían dispuestas a comprar el Yute, en base a ello, en los resultados de la encuesta 1 aplicada, en la pregunta 5 y 9 se verifica que se realizarían compras por piezas de entre 1 a 10 piezas, utilizando así un promedio de piezas a adquirir de 5 piezas, cada una correspondiente a 120m de largo, arrojándonos un total de 600m respectivamente para la demanda.

Producto 2: Bolsas de cabuya

Para determinar la demanda actual del producto 2, se tomó en cuenta a 30 locales o tiendas multimarca que sí estarían dispuestas a adquirir las bolsas de yute y la cantidad de bolsas que estarían dispuestas a adquirir tomando como mínimo 20 por el alto nivel de elección en la alternativa de comprar más de 20 bolsas en la pregunta 7.

Tabla 12: Demanda por producto

Producto	Mercado objetivo	Decisión de compra	Nro. Total de consumidores	Cantidad de consumo preferida		Frecuencia de consumo mensual	Demanda mensual promedio
				Cantidad	Unidad		
Yute a base de cabuya	55	91%	50	600	metros	88%	30.000
Bolsas de cabuya	30	100%	30	20	bolsas	93%	600

3.3.4.1.1. Demanda Actual Total.

A partir de la información anterior de demanda por producto, se identifica la demanda actual total, ya que para fabricar 1 bolsas se hace uso de 1 metro de yute, por lo tanto, los resultados totales de demanda de yute se verifican en el siguiente cuadro:

Tabla 13: Demanda Actual

Demanda	Yute Mensual	Yute Anual
	Metros	Metros
Yute	30.000	360.000
Bolsas	600	7.200
Demanda Actual Total	30.600	367.200

3.3.4.2. Proyección de la demanda.

Se proyecta la demanda de los productos por un lapso de 5 años, para esta proyección se utiliza la tasa de crecimiento anual promedio de Expoflores para el producto 1 y para el producto 2 la tasa de crecimiento anual del sector comercial, por ser el mercado al cual se dirigen.

Para la obtención de estas:

Para el producto 1, se extrajeron tasas anuales desde el año 2014 en vista de que en los 2 últimos años las tasas son negativas, de esta forma se obtuvo una tasa anual promedio del 1,1% registrado en el informe de (Expoflores, 2019): y

Para la tasa de crecimiento del sector comercial, para la proyección de demanda del producto 2 se utiliza una tasa del 3,7% conforme a las proyecciones de Banco Central del Ecuador, que menciona que para él año 2021 será favorable frente al PIB, debido a las mayores movilizaciones y ventas que existen.

Así mismo, en la matriz siguiente además de detallarse, la demanda proyectada por productos, se detalla una demanda del producto principal (Yute).

$$D_n = D_o(1 + i)^n$$

D_n= Demanda futura

D_o= Demanda Inicial

I= Tasa de crecimiento anual

n= Año proyectado (5)

Tabla 14: *Demanda proyectada*

Demanda	Yute	Bolsas	Demanda Total YUTE
2022	360.000	7.200	367.200
2023	363.780	7.466	371.056
2024	367.600	7.743	374.952
2025	371.459	8.029	378.889
2026	375.360	8.326	382.867
2027	379.301	8.634	386.887

3.3.5. *Análisis de la oferta*

3.3.5.1. **Análisis de la matriz del perfil competitivo MPC.**

Esta matriz permite identificar a los principales competidores de la empresa, cuyos factores incluyen aspectos internos y externos del entorno en el que se encuentran.

(Ponce, 2007) añade que el procedimiento para la generación de la matriz MPC consiste en los siguientes pasos:

1. Se obtiene información de las empresas competidoras que serán incluidas en la MPC;
2. Se enlistan los aspectos o factores a considerar, que bien pueden ser elementos fuertes o débiles, según sea el caso, de cada empresa u organización analizada;
3. Se asigna un peso a cada uno de estos factores;
4. A cada una de las organizaciones enlistadas en la tabla se le asigna una calificación, siendo los valores de las calificaciones los siguientes: 1, debilidad; 2, menor debilidad; 3, menor fuerza, y 4, mayor fuerza;
5. Se multiplica el peso de la segunda columna por cada una de las calificaciones de las organizaciones o empresas competidoras, obteniéndose el peso ponderado correspondiente; y

6. Se suman los totales de la columna del peso (debe ser de 1.00) y de las columnas de los pesos ponderados.

(p. 120)

Tabla 15: Matriz MPC

Factores críticos para el éxito	Peso		Negocio Flia 1		Negocio Flia 2		Negocio Flia 3		Negocio 4 Taller	
			C	Peso ponderado	C	Peso ponderado	C	Peso ponderado	C	Peso ponderado
Participación en el mercado	80	0,28	3	0,83	1	0,28	3	0,83	4	1,10
Competitividad en precios	50	0,17	4	0,69	2	0,34	3	0,52	3	0,52
Calidad de producto	90	0,31	4	1,24	3	0,93	4	1,24	4	1,24
Lealtad el cliente	70	0,24	3	0,72	3	0,72	4	0,97	3	0,72
Total	290	1		3,48		2,28		3,55		3,59

Nota: Adaptado del informe “La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizacionales” (Ponce, 2007)

En base a la matriz y lo datos recolectados, 3 de los negocios, cuentan con calificaciones de 3 y 4 por la fuerza que pueden tener frente a los factores de: participación en el mercado porque venden sus productos a florerías siendo este un mercado semejante para todos los negocios, y en cuando a los precios, estos son competitivos porque manejan precios entre el rango de \$1,80 y \$2 por metro de yute por lo que, para Tecofib Cabuyas puede representar competencia directa.

Así mismo uno de los negocios, cuenta con un perfil competitivo muy bajo frente a los factores, que, aunque cuente con una calificación de 3 en los factores la calidad y lealtad por estar acorde a las características del producto que todos ofrecen, no representa ser competencia para Tecofib Cabuyas, por la debilidad en la participación en el mercado debido a que cuenta con solo 2 clientes.

3.3.5.2. Oferta Actual.

Para determinar la oferta actual de los negocios de cabuya de las familias de cantón Antonio Ante, tomando en cuenta a la empresa con una participación alta en el mercado de la provincia de Pichincha, se usa la información registrada en la pregunta 3, tabla 8 correspondiente a la aplicación de la entrevista.

Tabla 16: Oferta actual

Familias	Producción Mensual (metros yute)	Producción Anual (metros yute)
Familia Pineda Picuasi	840	10.080
Familia Cabascango	800	9.600
Sra. Martha Pineda	1.200	14.400
Taller Hilafina Ecuador	3.000	36.000
Producción total Promedio	5.840	70.080

3.3.5.3. Proyección de la Oferta.

La proyección de la oferta se realizará por metros, en base a los mismos criterios con que se estima la demanda, es decir que será proyectada a una tasa de crecimiento anual del 1,1%, ya que no se tiene datos históricos del comportamiento de la producción de estos productos y se utilizará también la misma fórmula de la proyección de demanda para 5 años.

Tabla 17: Oferta proyectada

Año	Yute en metros
2022	70.080,00
2023	70.815,84
2024	73.436,03
2025	76.153,16
2026	78.970,83
2027	81.892,75

3.3.6. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es resultado de la diferencia que existe entre demanda y oferta proyectadas de yute en metros, en los siguientes cuadros consta la demanda insatisfecha de yute a base de cabuya proyectada para los siguientes 5 años:

Tabla 18: Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2022	367.200	70080	297.120
2023	371056	72673	298.383
2024	374952	75362	299.590
2025	378889	78150	300.738
2026	382867	81042	301.825
2027	386887	84040	302.847

3.4. Estrategias de marketing

3.4.1. Los productos o servicios

- a) Se dará a conocer al cliente la variedad de tamaños y colores por medio de un catálogo.
- b) Se ofertará los productos al cliente, por medio de las redes sociales.
- a) Apertura al cliente hacia la compra de productos con posibilidad de personalización en texturas y las bolsas con diseños de estacionalidad o temporada.
- b) Se empleará distribución de muestras físicas al consumidor.

3.4.2. Canales de distribución.

- c) Señalizar la ruta de acceso al lugar de fabricación del yute.
- d) Buscar colaboraciones en tiendas en línea para que el producto sea ofertado.
- e) Se manejarán ventas con entregas a domicilio.

3.4.3. Promoción y Publicidad

- a) Promocionar la imagen del negocio en los canales virtuales.
- b) Emplear anuncios en plataformas como Facebook e Instagram con la generación de contenido social informativo sobre nuestros productos.
- c) Participar en ferias de trabajos artesanales.
- d) Crear herramientas visuales como el video marketing, para dar a conocer los productos sus beneficios.
- e) Por la compra de grandes cantidades de los productos con pagos en efectivo, habrá un descuento del 5 %.

3.4.4. Precio

- a) Disminuir el precio en temporadas festivas, por debajo de los competidores durante tiempos limitados.
- b) Distribución de productos a domicilio sin recargos extras.
- c) Posibilidad de negociación de los precios de los productos, por ventas de grandes cantidades.

UNIDAD 4: Estudio técnico administrativo

4.1. Objetivo

Elaborar un estudio técnico para establecer la localización, estructura organizativa y aspectos referentes al proceso productivo de la idea de negocio.

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

En base a la localización, el emprendimiento pretende ubicarse en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia de San Roque.

En cuanto a las características de la provincia, esta posee un clima cálido-húmedo, así como también su superficie bordea los 4588 km cuadrados. También se puede mencionar que Imbabura posee una población de aproximadamente 428.355 habitantes y fue fundada el 25 de junio de 1824. Además, la provincia está constituida por seis cantones y su capital es la ciudad de Ibarra que fue fundada en septiembre de 1606 (Prefectura de Imbabura, 2015).

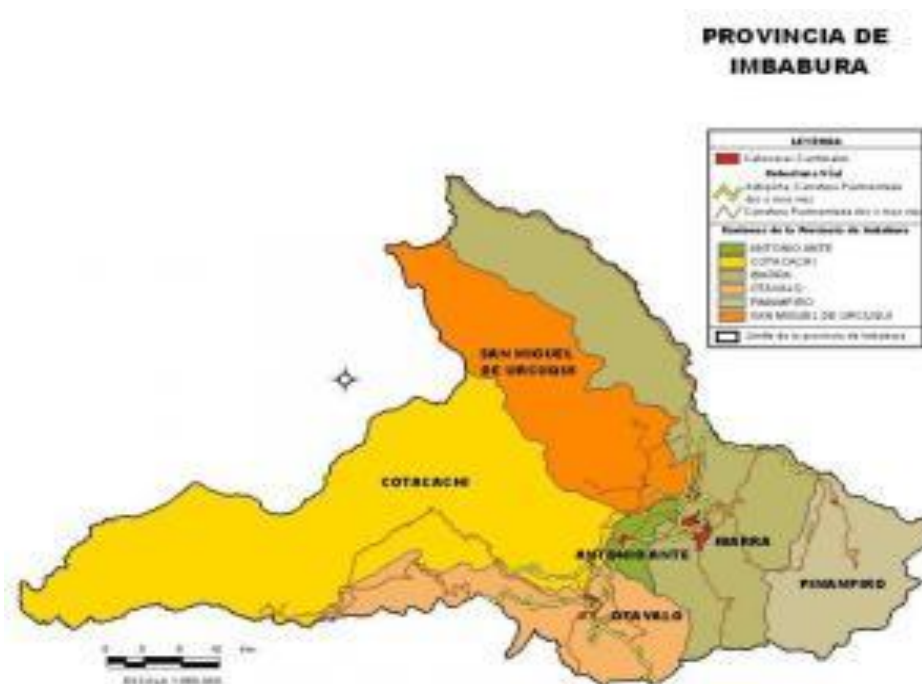


Imagen 2: Provincia de Imbabura-Macrolocalización

Extraído de: “Ubicación cartográfica provincia de Imbabura” (Hola mundo, 2010):<https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>

4.2.2. Micro localización.

La localización será en el cantón Antonio Ante, específicamente en la parroquia de San Roque a 50 metros del semáforo de la parroquia vía Atuntaqui. Los factores ideales para la ubicación del centro de producción, almacenamiento y distribución para la venta directa fueron los siguientes:

- a) Espacio físico e infraestructura amplia y adecuada para situar la maquinaria.
- b) Ubicación del negocio propio.
- c) Facilidad de acceso tanto para clientes como para proveedores por la cercanía a la panamericana.
- d) Cuenta con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado).
- e) Cuenta con las seguridades necesarias para salvaguardar los activos del negocio.
- f) Es un sitio favorable para la distribución de los productos.

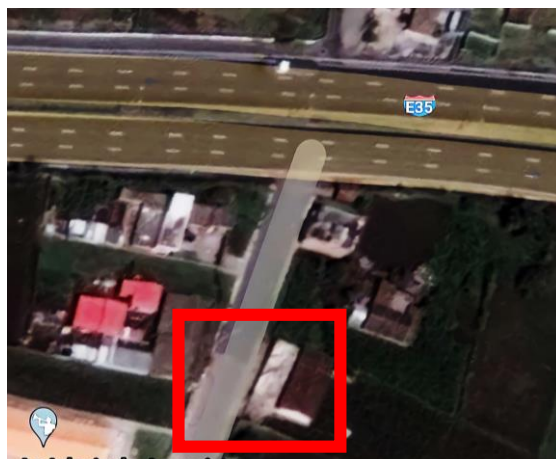


Imagen 3: Microlocalización

4.3. Análisis y determinación de la capacidad productiva

Tecofib Cabuyas cuenta con maquinaria para producir 202 metros de yute al día, con dos obreros y como apoyo de producción el administrador o dueño para realizar las bolsas de yute, necesitando 8h para producir 101m de yute por obrero y 10 min para realizar una bolsa de yute a partir del metro de yute fabricado previamente.

Tabla 19: *Capacidad de producción*

Capacidad de Producción					
Producto	U/M	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Yute	Metros	202	1.011	4.042	48.505
Bolsas	Unidades	48	240	960	11.520

El siguiente cuadro se detalla el porcentaje de captación de demanda insatisfecha, con proyección de la capacidad productiva únicamente del yute, gracias a que es el producto principal e inicial, frente a la cantidad de demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercado.

Utilizando una tasa de inflación de 0,044% para la proyección de capacidad productiva, obtenida de los registros de inflación de los últimos 5 años en Ecuador desde el año 2017 al 2021, en los meses de enero a junio conforme el (Banco Central del Ecuador, 2021).

Tabla 20: *Porcentaje de captación de demanda insatisfecha*

Año	0	1	2	3	4	5
Capacidad Productiva	48.505	48.527	48.548	48.570	48.591	48.613
Demanda Insatisfecha	297.120	298.383	299.590	300.738	301.825	302.847
% Cubrimiento DI	16,33%	16,26%	16,20%	16,15%	16,10%	16,05%

Tabla 21: *Resumen captación DI*

DI Captada	16,33%	Anual
Producción Anual	48.505	Metros
Producción mensual	4.042	Metros
MO	2	Obreros
Jornada (Horas)	8	Diarias
Días Laborales Mensuales	5	Días
Días Laborales Mensuales	20	Días
Tiempo de elaboración de 1m	5	Minutos

4.4. Identificación y descripción de los procesos

4.4.1. Proceso Productivo

4.4.1.1. Elementos de entrada.

Los elementos de entrada para Tecofib Cabuyas están conformados por las siguientes materias primas.

- a) Bultos de fibra de cabuya
- b) Pintura de varios colores (Anilina)
- c) Cera
- d) Accesorios de costura (esferos, cinta métrica, regla, etc)

4.4.1.2. Elementos de transformación.

Yute

1. **Selección de cabuya y encerado:** Este proceso comprende la selección de los bultos de cabuya, que implica que no esté negra ni húmeda, para proceder a encerar, de tal manera que sea más manejable y uniforme.
2. **Cepillado:** Consiste en separar la fibra de cabuya hasta que esta esté lisa, por medio de la escarmenadora o peinadora, un artefacto con varias puntas afiladas en el extremo superior.



Imagen 4: Aparato de cepillado (Escarmenadora-peinadora)

3. **Hilado:** Para proceder a hilar, la cabuya previamente cepillada, es juntada en barras o palos de madera llamada guanguna, para que este sea jalado e hilado en la máquina de hilar.



Imagen 5: *Máquina de hilar*

4. **Madejeado:** Este proceso representa la obtención del hilo de cabuya previamente hilada en madejas como se evidencia en el fondo de la imagen 6.
5. **Urdido:** Es el proceso principal para identificar el tamaño en largo y ancho, implica envolver el hilo de las madejas con el número de vueltas correspondientes.



Imagen 6: *Urdidora*

6. **Tejido:** Con el hilo previamente urdido, se procede instalar en el telar de madera, traspasando hilos para que este se convierta en una tela.



Imagen 7: *Telar*

7. **Tinturado y secado:** Este proceso es alternativo, según los requerimientos del cliente, si el cliente desea que el yute tenga un color específico, este es sumergido en agua caliente con la tinta deseada y secado al aire libre.



Imagen 8: *Yute de color*

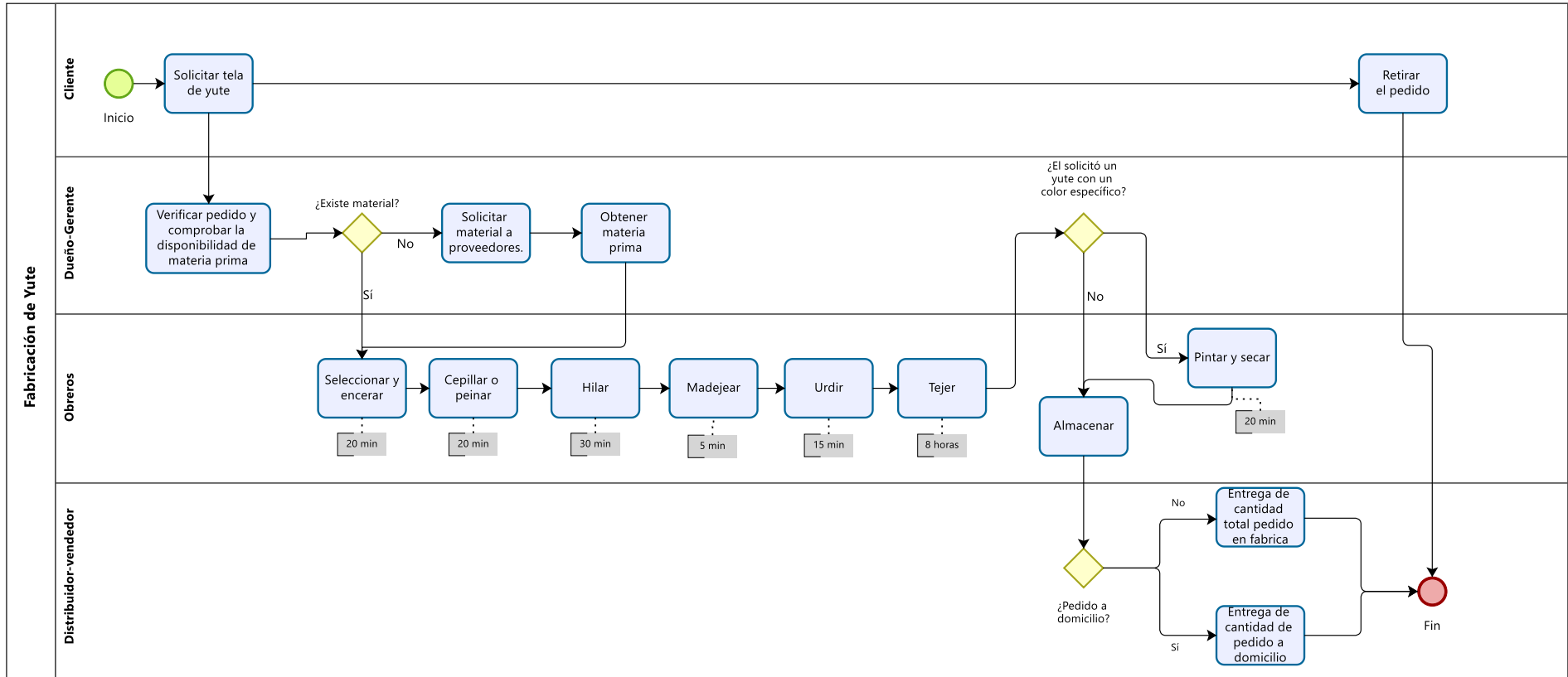
8. **Almacenaje:** Este paso corresponde únicamente a almacenar las piezas de yute ya listas para su comercialización.



Imagen 9: *Pieza de yute natural*

4.4.1.2.1. Flujograma de procesos del yute.

Gráfico 29: Flujograma de procesos del yute



Bolsas

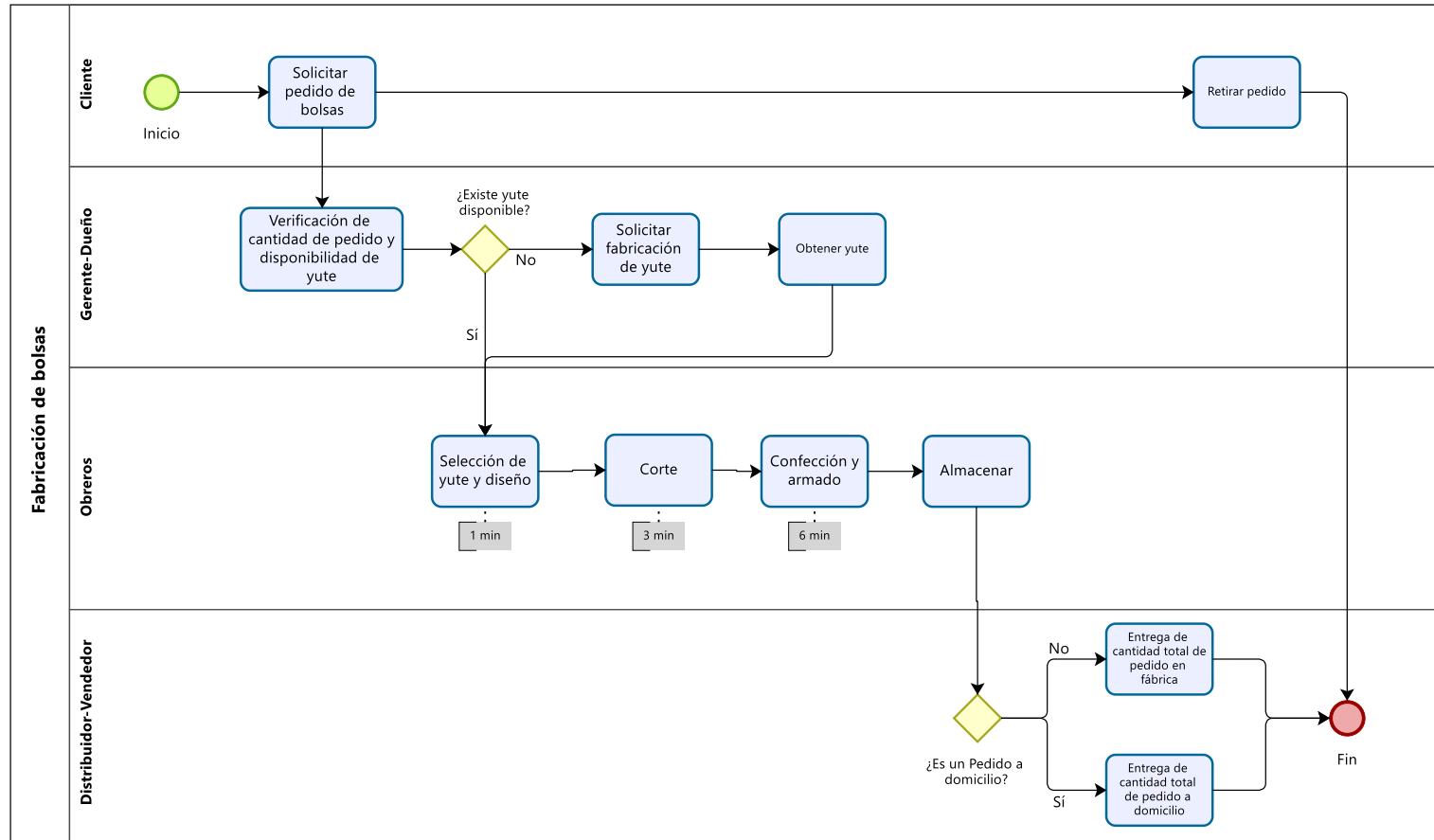
1. **Selección de yute y diseño:** Comprende la selección de la tela de acuerdo al tamaño de la bolsa requerida y diseñar la forma de la bolsa.
2. **Corte:** Este paso implica realizar el corte del yute conforme a los diseños previos.
3. **Confección y armado:** Este proceso es el más tedioso, ya que se procede a coser con el hilo de cabuya los bordes, lo más rápido posible e ir uniendo las partes de la tela para obtener el producto final.
4. **Almacenaje:** Corresponde únicamente a almacenar las bolsas de manera adecuado para evitar deformaciones y estén listas para su venta.



Imagen 10: Bolsas de cabuya

4.4.1.2.2. Flujograma de procesos de bolsas de yute.

Gráfico 30: Fluiograma de procesos de bolsas



4.4.1.3. Elementos de salida.

En cuanto a los elementos de salida, Tecofib Cabuyas tiene por objetivo realizar tres tipos de controles en la producción diaria de los productos y la calidad de los mismos: un control para materiales y estado de materias primas; el segundo durante el proceso de transformación para identificar fallas si es que existieren y el último un control de verificación de los productos, identificando que los productos no tengan cortes o hendiduras.

4.5. Estructura organizativa y administrativa

4.5.1. Misión

Tecofib Cabuyas es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de yute a base de cabuya, orientada hacia la permanencia de un símbolo cultural en el cantón Antonio Ante, comprometida con la creación de productos enfocados hacia el cuidado del medio ambiente para un desarrollo más limpio y ecológico.

4.5.2. Visión

Tecofib Cabuyas en el año 2026 será una de las empresas más reconocidas en la fabricación de yute, presentado al mercado variedad de productos para su compra, complementado su línea de productos con artículos de decoración para todos los hogares y siendo un referente en soluciones de diseños de interiores con productos artesanales.

4.5.3. Políticas

- Disminuir los desechos en un 90% usando los sobrantes de tela para material de muestras y promociones de los productos creando artesanías de decoración, lasos, etc.
- Realizar controles de calidad diarios en cada uno de los procesos o actividades de producción.
- Brindar equipos de protección adecuados para las actividades realizadas por los operarios, como mascarillas y mandiles.
- Brindar oportunidad de trabajo a personas sin experiencia, manteniendo una inducción adecuada en el aprendizaje de fabricación de yute.

4.5.4. Valores

Tecofib Cabuyas trabaja bajo los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** Todo el equipo de trabajo debe ser capaz de dar cumplimiento a sus obligaciones en el lugar de trabajo.
- **Respeto:** Fomentamos el respeto entre personas y con el exterior.
- **Paciencia:** Somos tolerantes, esperamos el momento adecuado y los tiempos de cada miembro de la empresa para lograr el desarrollo particular de cada uno y en general de la organización.
- **Orden:** Para el correcto funcionamiento de la organización, trabajamos conforme a una línea del orden, las personas en lugar de trabajo según corresponda y cada cosa en su lugar.

4.5.5. Organigrama

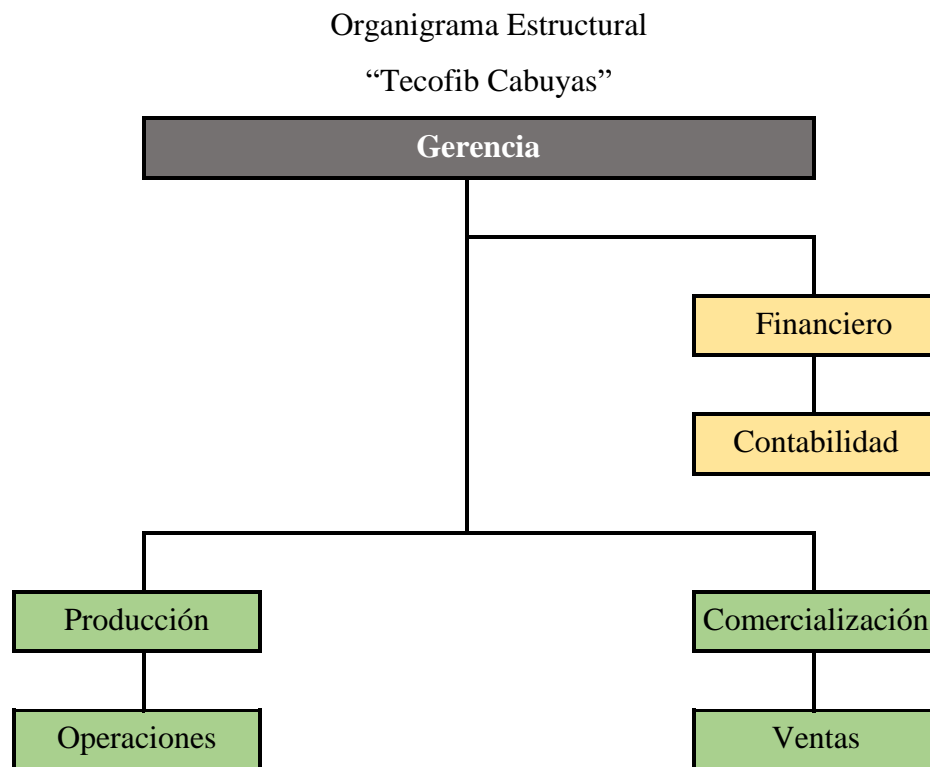


Ilustración 1: Organigrama Tecofib Cabuyas

4.5.6. Manual de funciones

Tabla 22: Manual de funciones-Gerente

Manual de Funciones "Tecofib Cabuyas"	
Unidad Administrativa:	Gerencia
Cargo:	Gerente o Propietario
Nivel Jerárquico:	Ejecutivo
Jefe Inmediato:	Presidente o Propietario
Naturaleza del puesto:	Este puesto tiene un carácter coordinador pues pretende optimizar el proceso administrativo, financiero y productivo del negocio.
Funciones:	
<p>Representar judicial y extrajudicial a la organización. Planificar y dirigir las actividades financieras y comerciales. Controlar, sancionar y remover a los trabajadores. Custodiar el inventario de bienes y valores del negocio.</p>	
Responsabilidades:	
<p>Analizar aspectos administrativos para la buena toma de decisiones. Desarrollar estrategias para promover la competencia del negocio. Planificar actividades que se desarrollen dentro de la empresa. Organizar los recursos de la empresa. Otras actividades solicitadas por el jefe inmediato.</p>	
Perfil:	
<p>Edad, 25 años en adelante. Sexo indistinto. Estado civil indistinto. Título en ingeniería industrial, administración de empresas, recursos humanos o carreras afines. Habilidad con respecto a las gestión administrativa y de personal. Experiencia mínima de 2 años.</p>	
Competencias:	
<p>Liderazgo Pensamiento crítico Comunicación Autocontrol Iniciativa Capacidad de negociación Capacidad para la toma de decisiones</p>	

Tabla 23: Manual de funciones-Asistente administrativo financiero

Manual de Funciones "Tecofib Cabuyas"	
Unidad Administrativa:	Gerencia
Cargo:	Asistente administrativo financiero
Nivel Jerárquico:	Administrativo
Jefe Inmediato:	Gerente o Propietario
Naturaleza del puesto:	Este puesto tiene un carácter financiero y colaborador, pues básicamente está basado en la administración de los recursos económicos y apoyo en el ámbito administrativo.
Funciones: Manejo de la contabilidad de la empresa, de acuerdo a los principios fundamentales de la contabilidad y en base a las normas internacionales de información financiera. Apoyo en las actividades administrativas y compras de la empresa.	
Responsabilidades: Efectuar estados financieros. Analizar los flujos de efectivo. Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones operacionales. Controlar los permisos de funcionamiento de la empresa. Otras actividades administrativas solicitadas por el jefe inmediato.	
Perfil: Edad, 25 años en adelante. Sexo indistinto. Estado civil indistinto. Título en contabilidad y auditoría, administración de empresas o carreras afines. Habilidad con respecto a las gestión administrativa y de personal. Experiencia mínima de 2 años.	
Competencias: Honestidad Liderazgo Comunicación Autocontrol Iniciativa Compromiso Trabajo en equipo	

Tabla 24: Manual de funciones-Operario

Manual de Funciones "Tecofib Cabuyas"	
Unidad Administrativa:	Departamento de Producción
Cargo:	Operario
Nivel Jerárquico:	Operativo
Jefe Inmediato:	Gerente
Naturaleza del puesto:	Este puesto es de carácter productivo, pues vincularía la materia prima y mano de obra hasta obtener un producto terminado.
Funciones: Manejar los procesos productivos de fabricación, para lograr la eficiencia y productos de calidad.	
Responsabilidades: Comunicación abierta con cada miembro de la empresa. Informar oportunamente al jefe inmediato, las novedades y requerimientos presentados en el proceso de productivo. Solicitar apoyo a los miembros de la organización, en caso de que sea necesario. Elaborar los productos tomando en cuenta los protocolos de calidad. Dar buen uso a la materia prima y maquinaria. Acatar las normas de seguridad y salud. Recomendar mejoras para el proceso productivo. Otras actividades solicitadas por el jefe inmediato.	
Perfil: Edad de los 19 años en adelante. Sexo indistinto. Estado civil indistinto. Título básico de ser bachiller. Título en ingeniería industrial o carreras afines. Habilidad manual para la fabricación de productos artesanales. Experiencia mínima de 1 año.	
Competencias: Iniciativa Trabajo en equipo Comunicación Responsabilidad Adaptabilidad	

Tabla 25: Manual de funciones-Vendedor

Manual de Funciones "Tecofib Cabuyas"	
Unidad Administrativa:	Departamento de Comercialización
Cargo:	Vendedor
Nivel Jerárquico:	Operativo
Jefe Inmediato:	Gerente
Naturaleza del puesto:	Este puesto es de carácter comercial, puesto que de esta actividad dependen las operaciones económicas.
Funciones: Realizar ventas buscando siempre la mejor opción para el beneficio de la empresa. Crear relaciones a largo plazo con clientes. Generar técnicas de comercialización.	
Responsabilidades: Atención directa con el cliente. Solicitar información sobre las características de los productos. Coordinar actividades con el jefe inmediato, para identificar nuevos mercados. Asegurarse que, en una negociación de ventas, las dos partes cumplan con lo pactado. Otras actividades solicitadas por el jefe inmediato.	
Perfil: Edad de los 23 años en adelante. Sexo indistinto. Estado civil indistinto. Título básico de ser bachiller. Título en marketing, administración de empresas, o carreras afines. Habilidad manual y conceptual en la fabricación de productos artesanales y comercialización. Experiencia mínima de 2 años.	
Competencias: Iniciativa Trabajo en equipo Comunicación Responsabilidad Honorabilidad Adaptabilidad	

4.5.7. Constitución legal de la empresa

4.5.7.1. Nombre comercial de la empresa.

El nombre comercial de la empresa es “Tecofib Cabuyas”, cuya razón social es la propietaria del negocio Calderón Pineda Carmen Estefanía, con ubicación en Imbabura, Antonio Ante-San Roque.

4.5.7.2. Tipo de contribuyente.

Tecofib Cabuyas una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de yute, se encuentra en tipo de contribuyente de persona natural con negocio, por razones de inicio del mismo. Sujeto al tipo de régimen RIMPE-Emprendedores (Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares), cuyo impuesto a la fracción básica desde los 60 dólares en el servicio de rentas internas, conforme al nivel de ingresos que se generen (SRI, 2022)

4.5.7.3. Proceso de constitución.

El proceso para la creación de la empresa bajo persona natural es:

- Disponer de espacio físico
- Generación de nombre comercial
- Obtener registro único de contribuyentes.
- Permisos de funcionamiento

4.5.7.3.1. Registro único de contribuyentes RUC.

Para la obtención del Ruc el (Servicio de Rentas Internas, 2021) a enlistado los siguientes requisitos:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación);
- Certificado de votación (Presentación);
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente; y
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

4.5.7.3.2. Permisos de funcionamiento.

Patente

Para la obtención de la patente municipal del cantón Antonio Ante es necesario cumplir con:

- Permiso de bomberos

El permiso será otorgado bajo previa visita al establecimiento y verificación de cumplimiento de manejo de señalética, seguridad contra incendios (extintor y detector de humo), con las cantidades adecuadas según el tamaño de lugar.

- Permiso ambiental

Tecofib Cabuyas a ser un negocio que trabaja con materiales orgánicos no necesita de permiso ambiental conforme Jefatura de gestión ambiental-GADM-AA.

- Permiso de uso de suelo

Este permiso es otorgado con la presentación de: cedula de ciudadanía, papeleta de votación, certificado de no adeudar a la municipalidad, pagos de impuesto predial y la copia de RUC.

UNIDAD 5: Estudio económico financiero

5.1. Objetivo

Evaluar la viabilidad económica financiera, determinando la inversión, los costos, gastos y la rentabilidad de la idea de negocio.

5.2. Inversiones del proyecto

Tabla 26: *Inversión*

Plan de Inversión				
Descripción	Cantidad	u/m	Valor Unitario	Valor Total
Inversiones Fijas				
Maquinaria				\$ 3.370,00
Escarmenadora	1	unidad	\$ 70,00	\$ 70,00
Hiladora	1	unidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Madejeadora	2	unidad	\$ 200,00	\$ 400,00
Urdidora	1	unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
Telar	2	unidad	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Mobiliario y equipo de producción				\$ 582,00
Carretos	12	unidad	\$ 10,00	\$ 120,00
Carrizo	40	unidad	\$ 0,15	\$ 6,00
Contedores	3	unidad	\$ 20,00	\$ 60,00
Barillas	6	unidad	\$ 50,00	\$ 300,00
Sillas de hilar	4	unidad	\$ 20,00	\$ 80,00
Balanza romana	1	unidad	\$ 5,00	\$ 5,00
Tijera	4	unidad	\$ 2,00	\$ 8,00
Aguja	3	unidad	\$ 1,00	\$ 3,00
Muebles de oficina				\$ 270,00
Escritorio	1	unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas	3	unidad	\$ 40,00	\$ 120,00
Equipo de cómputo				\$ 924,00
Laptop	1	unidad	\$ 700,00	\$ 700,00
Software contable PERSEO	1	sistema	\$ 24,00	\$ 24,00
Facturador	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Total Inversión Fija				\$ 5.146,00
Inversiones Diferidas				
Permiso de funcionamiento				\$ 64,00
Patente				\$ 23,00
Permiso uso de suelo				\$ 21,00
Permiso de bomberos				\$ 20,00
Total Inversión Diferida				\$ 64,00
Capital de Trabajo				
Materia Prima Directa				\$ 1.370,00
Cabuya	17	bultos	\$ 70,00	\$ 1.190,00
Pintura (Anilina)	10	kilos	\$ 15,00	\$ 150,00
Cera	30	unidades	\$ 1,00	\$ 30,00
Mano de Obra Directa (2 operarios)				\$ 1.006,12
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)				\$ 360,00
Energía Eléctrica				\$ 75,00
Agua Potable				\$ 15,00
Internet CNT				\$ 20,00
Lubricantes				\$ 50,00

Mantenimiento de fábrica				\$	200,00
Gastos Administrativos				\$	887,59
Gerente				\$	503,06
Asistente administrativo financiero				\$	251,53
Material de oficina, seguridad y salud				\$	73,00
Gasto impuestos				\$	60,00
Gastos Ventas				\$	451,53
Vendedor				\$	251,53
Gastos de transporte				\$	100,00
Gasto Publicidad				\$	100,00
Total Capital de Trabajo				\$	4.075,23
Total de Inversión				\$	9.285,23

El presente plan de inversión, esta obtenida con costos estimados de capital de trabajo para el primer mes, con costos de materia prima necesaria para la producción mensual según la capacidad de Tecofib Cabuyas de 4.042 metros de yute y como mano de obra directos a dos obreros.

Cada miembro de la empresa siendo remunerado conforme a las obligaciones legales vigentes en el código de trabajo, teniendo en cuenta media jornada de trabajo del asistente administrativo y el vendedor:

Tabla 27: *Mano de obra directa-Rol de pagos*

N°	Cargo	Remuneración	Total Ingresos	IESS Personal	IESS Patronal
1	Operario 1	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 40,16	\$ 47,39
2	Operario 2	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 40,16	\$ 47,39
3	Administrador	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 40,16	\$ 47,39
4	Asistente Administrativo	\$ 212,50	\$ 212,50	\$ 20,08	\$ 23,69
5	Vendedor	\$ 212,50	\$ 212,50	\$ 20,08	\$ 23,69
		\$ 1.275,00	\$ 1.275,00	\$ 120,49	\$ 142,16

N°	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Egresos	Total a Recibir	Meses	Total Anual
1	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 40,16	\$ 503,06	12	\$ 6.036,70
2	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 40,16	\$ 503,06	12	\$ 6.036,70
3	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 40,16	\$ 503,06	12	\$ 6.036,70
4	\$ 17,71	\$ 17,71	\$ 20,08	\$ 251,53	12	\$ 3.018,35
5	\$ 17,71	\$ 17,71	\$ 20,08	\$ 251,53	12	\$ 3.018,35
	\$ 106,25	\$ 106,25	\$ 120,49	\$ 1.509,18		\$ 24.146,80

Adicionalmente, la cantidad total de inversión estará financiada por capital propio en su totalidad, ya que el total de inversión no sobrepasa los \$10.000,00 y no será necesario realizar algún tipo de crédito.

5.3. Precio de venta al público

5.3.1. Precio de venta al público - Yute

Para el precio de venta al público, se considera que las ventas serán realizadas por metros de yute, obteniendo el costo total de: la materia prima directa; la mano de obra que interviene incluyendo todas las obligaciones legales; los costos indirectos de fabricación y los gastos administrativos y de ventas, a partir de los costos de producción y distribución de la producción mensual (4.042 m) de Tecofib Cabuyas conforme su capacidad.

Tabla 28: PVP-Yute

Yute					
Descripción	Cantidad mensual	U/M	Costo Unitario	Costo total de fabricación mensual (4.042 m Yute)	Costo Total 1m de Yute
Costos de Producción					\$ 0,68
Materia Prima Directa				\$ 1.370,00	\$ 0,34
Cabuya	17	bultos	\$ 70,00	\$ 1.190,00	\$ 0,29
Pintura (Anilina)	10	kilos	\$ 15,00	\$ 150,00	\$ 0,04
Cera	30	unidades	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 0,01
Mano de obra directa				\$ 1.006,12	\$ 0,25
CIF				\$ 360,00	\$ 0,09
Energía Eléctrica				\$ 75,00	\$ 0,02
Agua Potable				\$ 15,00	\$ 0,004
Internet CNT				\$ 20,00	\$ 0,005
Lubricantes				\$ 50,00	\$ 0,012
Mantenimiento de fabrica				\$ 200,00	\$ 0,049
Costos de Distribución					\$ 0,33
Gastos Administrativos				\$ 887,59	\$ 0,22
Gerente				\$ 503,06	\$ 0,12
Asistente administrativo financiero				\$ 251,53	\$ 0,06
Material de oficina, seguridad y salud				\$ 73,00	\$ 0,02
Gasto impuestos				\$ 60,00	\$ 0,01
Gastos Ventas				\$ 451,53	\$ 0,11
Vendedor				\$ 251,53	\$ 0,06
Gastos de transporte (vehículo)				\$ 100,00	\$ 0,02
Gasto Publicidad				\$ 100,00	\$ 0,02
Costo de Fabricación Total					\$ 1,01
Utilidad					44%
Precio de Venta al Público					\$ 1,80

5.3.2. Precio de venta al público – Bolsas

Tabla 29: PVP - Bolsas

Descripción	Cantidad	Bolsas		Costo Unitario	Costo Total
		U/M			
Materiales					
Yute	1	metro		\$ 1,01	\$ 1,01
Mano de Obra					
Directa	1	bolsa		\$ 0,25	\$ 0,25
Costo de Producción Total					\$ 1,26
Utilidad					34%
Precio de Venta al Público					\$ 1,90

Para el precio de ventas al público de las bolsas de yute, se tomó en cuenta el costo de fabricación total del yute y el costo de \$ 0,25 como remuneración por cada bolsa que se fabrique.

5.4. Ingresos proyectados

Para la proyección ingresos se ha utilizado la tasa de inflación de 0,044%, lo que implica que para los próximos 5 años la cantidad no variará en altas cantidades.

Tabla 30: Ingresos Proyectados

Año	Proyección Ingresos					
	0	1	2	3	4	5
Yute-C. Productiva	48.505	48.527	48.548	48.570	48.591	48.613
Precio del producto	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80
Total	\$ 87.309,00	\$ 87.348,60	\$ 87.386,40	\$ 87.426,00	\$ 87.463,80	\$ 87.503,40
Bolsas-C. Productiva	11.520	11.525	11.530	11.535	11.540	11.545
Precio del producto	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90
Total	\$ 21.888,00	\$ 21.897,67	\$ 21.907,35	\$ 21.917,04	\$ 21.926,72	\$ 21.936,42
Total de Ingresos	\$ 109.197,00	\$ 109.246,27	\$ 109.293,75	\$ 109.343,04	\$ 109.390,52	\$ 109.439,82

5.5. Depreciación

La depreciación por los activos fijos de Tecofib Cabuyas está dada bajo la naturaleza de los bienes y su vida útil conforme a los porcentajes de depreciación anual según la Ley orgánica de régimen tributario interno (SRÍ, 2015).

Tabla 31: Depreciación activos fijos

Nro.	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Valor Residual	% de Depreciación	Vida Útil
1	Escarmenadora	1	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 7,00	10%	10
2	Hiladora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 100,00	10%	10
3	Madejeadora	2	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 40,00	10%	10
4	Urdidora	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 30,00	10%	10
5	Telar	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	\$ 160,00	10%	10
6	Equipo de Producción	1	\$ 582,00	\$ 582,00	\$ 58,20	10%	10
7	Muebles de oficina	1	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 27,00	10%	10
8	Equipo de computo	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 70,00	33%	5
9	Software contable PERSEO	1	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 2,40	33%	5
10	Facturador	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 20,00	33%	5

Tabla 32: Depreciación anual

Detalle / Año	1	2	3	4	5	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Escarmenadora	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 31,50	\$ 38,50
Hiladora	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 450,00	\$ 550,00
Madejeadora	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 180,00	\$ 220,00
Urdidora	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 135,00	\$ 165,00
Telar	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 720,00	\$ 880,00
Equipo de Producción	\$ 52,38	\$ 52,38	\$ 52,38	\$ 52,38	\$ 52,38	\$ 261,90	\$ 320,10
Muebles de oficina	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 121,50	\$ 148,50
Equipo de computo	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 630,00	\$ 70,00	\$ 126,00
Software	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 21,60	\$ 2,40	\$ 4,32
Facturador	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 180,00	\$ 20,00	\$ 36,00
Total	\$ 546,30	\$ 546,30	\$ 546,30	\$ 546,30	\$ 2.731,50	\$ 2.392,10	\$ 546,30

5.6. Egresos proyectados

Los egresos en los cuales incurrirá Tecofib Cabuyas, están dados conforme la cantidad de producción anual del metro de yute, incluyendo los metros de yute para la realización de bolsas. Las bolsas no serán presentadas con los costos de producción y distribución, debido a que es un producto secundario del metro de tela de yute, como plus para la variación de productos que por el tiempo que se toma para fabricar una bolsa, estos costos ya están incluidos en los costos totales del yute, con la diferencia que si se incurrirán en pago por bolsas como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 33: Egresos proyectados

Año	Proyección de Egresos					
	0	1	2	3	4	5
Yute, Cantidad-Producción	48.505	48.527	48.548	48.570	48.591	48.613
Costo de Producción	\$ 33.379,70	\$ 33.394,45	\$ 33.409,21	\$ 33.423,98	\$ 33.438,75	\$ 33.453,53
Materia Prima	\$ 16.440,00	\$ 16.447,27	\$ 16.454,54	\$ 16.461,81	\$ 16.469,09	\$ 16.476,36
Mano de Obra	\$ 12.073,40	\$ 12.078,74	\$ 12.084,08	\$ 12.089,42	\$ 12.094,76	\$ 12.100,11
Total CIF	\$ 4.866,30	\$ 4.868,45	\$ 4.870,60	\$ 4.872,76	\$ 4.874,91	\$ 4.877,06
Servicios Básicos	\$ 4.320,00	\$ 4.321,91	\$ 4.323,82	\$ 4.325,73	\$ 4.327,64	\$ 4.329,56
Depreciación	\$ 546,30	\$ 546,54	\$ 546,78	\$ 547,02	\$ 547,27	\$ 547,51
Gastos Administrativos	\$ 10.651,05	\$ 10.655,76	\$ 10.660,47	\$ 10.665,18	\$ 10.669,89	\$ 10.674,61
Gastos de Ventas	\$ 5.418,35	\$ 5.420,74	\$ 5.423,14	\$ 5.425,54	\$ 5.427,94	\$ 5.430,34
Total	\$ 49.449,10	\$ 49.470,96	\$ 49.492,82	\$ 49.514,70	\$ 49.536,58	\$ 49.558,48
Bolsas, Cantidad-producción	11.520	11.525	11.530	11.535	11.540	11.545
Costo de Producción	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25
Total	\$ 2.880,00	\$ 2.881,27	\$ 2.882,55	\$ 2.883,82	\$ 2.885,10	\$ 2.886,37
Total de egresos	\$ 52.329,10	\$ 52.352,23	\$ 52.375,37	\$ 52.398,52	\$ 52.421,68	\$ 52.444,85

5.7. Estados Financieros proyectados

5.7.1. Estado de resultados

El presente estado de resultado ayuda a verificar los resultados que puede tener Tecofib Cabuya en un periodo, detallando los ingresos, los gastos y como resultado del ejercicio las ganancias o pérdidas que puede llegar a tener.

Se ha tomado en cuenta las obligaciones que debe cumplir Tecofib cabuyas con los trabajadores con el 15% de las utilidades liquidas para los mismos, conforme lo estable la ley en el Art. 97 del Código del Trabajo (Ministerio de Trabajo, 2005).

Tabla 34: Estado de resultados

“Tecofib Cabuyas”						
Estado de Resultados						
del 01 al 31 de diciembre del 2022						
Año	0	1	2	3	4	5
+Ventas	\$ 109.197,00	\$ 109.246,27	\$ 109.293,75	\$ 109.343,04	\$ 109.390,52	\$ 109.439,82
- Costo de Ventas	\$ 52.329,10	\$ 52.352,23	\$ 52.375,37	\$ 52.398,52	\$ 52.421,68	\$ 52.444,85
= Utilidad Bruta	\$ 56.867,90	\$ 56.894,05	\$ 56.918,38	\$ 56.944,52	\$ 56.968,84	\$ 56.994,97
- Gastos Administrativos	\$ 10.651,05	\$ 10.655,76	\$ 10.660,47	\$ 10.665,18	\$ 10.669,89	\$ 10.674,61
- Gastos de Ventas	\$ 5.418,35	\$ 5.420,74	\$ 5.423,14	\$ 5.425,54	\$ 5.427,94	\$ 5.430,34
= Utilidad Operacional	\$ 40.798,50	\$ 40.817,54	\$ 40.834,78	\$ 40.853,80	\$ 40.871,01	\$ 40.890,02
- 15% Participación Trabajadores	\$ 6.119,78	\$ 6.122,63	\$ 6.125,22	\$ 6.128,07	\$ 6.130,65	\$ 6.133,50

= Utilidad del Ejercicio	\$ 34.678,73	\$ 34.694,91	\$ 34.709,56	\$ 34.725,73	\$ 34.740,36	\$ 34.756,52
--------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

5.7.2. Estado de situación inicial

El balance inicial nos brinda información de la situación económica financiera de Tecofib Cabuyas para el primer año, con proyecciones positivas para la misma.

Para el balance general o inicial, se tomó como inventario, a la cantidad anual de producción por los costos que se incurren en su fabricación.

Tabla 35: Estado de situación inicial

“Tecofib Cabuyas”
Estado de Situación Inicial
al 31 de diciembre

Año	0	1	2	3	4	5
ACTIVO						
Activo Corriente						
Inventarios	\$ 33.379,70	\$ 33.394,45	\$ 33.409,21	\$ 33.423,98	\$ 33.438,75	\$ 33.453,53
Total Activo Corriente	\$ 33.379,70	\$ 33.394,45	\$ 33.409,21	\$ 33.423,98	\$ 33.438,75	\$ 33.453,53
Activo fijo						
Muebles de oficina	\$ 270,00	\$ 245,70	\$ 221,40	\$ 197,10	\$ 172,80	\$ 148,50
Depreciación	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30	\$ 24,30
Maquinaria y equipo	\$ 3.952,00	\$ 3.596,32	\$ 3.240,64	\$ 2.884,96	\$ 2.529,28	\$ 2.173,60
Depreciación	\$ 355,68	\$ 355,68	\$ 355,68	\$ 355,68	\$ 355,68	\$ 355,68
Equipo de computo	\$ 700,00	\$ 574,00	\$ 448,00	\$ 322,00	\$ 196,00	\$ 70,00
Depreciación	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 126,00
Software contable PERSEO	\$ 24,00	\$ 19,68	\$ 15,36	\$ 11,04	\$ 6,72	\$ 2,40
Depreciación	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32	\$ 4,32
Facturador	\$ 200,00	\$ 164,00	\$ 128,00	\$ 92,00	\$ 56,00	\$ 20,00
Depreciación	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Total Activo fijo	\$ 4.435,70	\$ 3.925,40	\$ 3.415,10	\$ 2.904,80	\$ 2.394,50	\$ 1.868,20
Otros Activos						
Gastos Administrativos	\$ 10.651,05	\$ 10.655,76	\$ 10.660,47	\$ 10.665,18	\$ 10.669,89	\$ 10.674,61
Gastos Ventas	\$ 5.418,35	\$ 5.420,74	\$ 5.423,14	\$ 5.425,54	\$ 5.427,94	\$ 5.430,34
Total Activo Diferido	\$ 16.069,40	\$ 16.076,50	\$ 16.083,61	\$ 16.090,72	\$ 16.097,83	\$ 16.104,94
TOTAL ACTIVOS	\$ 53.884,80	\$ 53.396,36	\$ 52.907,92	\$ 52.419,50	\$ 51.931,08	\$ 51.426,68
PASIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 19.206,08	\$ 18.701,45	\$ 18.198,36	\$ 17.693,77	\$ 17.190,72	\$ 16.670,16
Utilidad del Ejercicio	\$ 34.678,73	\$ 34.694,91	\$ 34.709,56	\$ 34.725,73	\$ 34.740,36	\$ 34.756,52
TOTAL PATRIMONIO	\$ 53.884,80	\$ 53.396,36	\$ 52.907,92	\$ 52.419,50	\$ 51.931,08	\$ 51.426,68
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 53.884,80	\$ 53.396,36	\$ 52.907,92	\$ 52.419,50	\$ 51.931,08	\$ 51.426,68

5.7.3. Flujo de efectivo

El registro de flujo de efectivo brinda información de las salidas y entradas del efectivo manejado por Tecofib Cabuyas, donde presenta flujos totales positivos, por lo que se evidencia que los gastos son menores que los ingresos y en base a las proyecciones es un escenario favorable para el negocio.

Tabla 36: Flujo de efectivo

"Tecofib Cabuyas"						
Flujo de Efectivo						
al 31 de diciembre del 2022						
Año	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	\$ 9.285,23					
Ingresos						
Utilidad Neta	\$ 56.867,90	\$ 56.894,05	\$ 56.918,38	\$ 56.944,52	\$ 56.968,84	\$ 56.994,97
Total Ingresos	\$ 56.867,90	\$ 56.894,05	\$ 56.918,38	\$ 56.944,52	\$ 56.968,84	\$ 56.994,97
Egresos						
Costo de Producción	\$ 33.379,70	\$ 33.394,45	\$ 33.409,21	\$ 33.423,98	\$ 33.438,75	\$ 33.453,53
Gastos Administrativos	\$ 10.651,05	\$ 10.655,76	\$ 10.660,47	\$ 10.665,18	\$ 10.669,89	\$ 10.674,61
Gastos de Ventas	\$ 5.418,35	\$ 5.420,74	\$ 5.423,14	\$ 5.425,54	\$ 5.427,94	\$ 5.430,34
Total Egresos	\$ 49.449,10	\$ 49.470,96	\$ 49.492,82	\$ 49.514,70	\$ 49.536,58	\$ 49.558,48
Saldo Flujo de Efectivo	\$ 7.418,80	\$ 7.423,09	\$ 7.425,56	\$ 7.429,82	\$ 7.432,26	\$ 7.436,49

5.8. Análisis y evaluación financiera

5.8.1. Costo de capital o de oportunidad

Para la determinación del costo oportunidad se hace referencia a la tasa de interés pasiva referencial de 5,66% del (Banco Central del Ecuador, 2021b) efectiva y registrada hasta el mes de julio del año 2021.

Tabla 37: Costo capital

Recursos	Valor	%	Tasa Pasiva	Ingreso por Tasa	Valor Ponderado
Propios	\$ 9.285,23	100%	5,66%	\$ 525,54	5,66%
Ajeno	\$ -	0%	0%	\$ -	0%
Costo Capital	\$ 9.285,23	100%	5,66%	\$ 525,54	5,66%

En base a la tabla de costo capital, se evidencia que se renuncia a un ingreso por tasa de \$ 502,26 si se invirtiera en el Banco Central, por lo que, la alternativa de invertir en Tecofib Cabuyas es mejor al presentar utilidades altas.

5.8.2. Tasa representativa del mercado - TRM

Para el cálculo de la tasa de rendimiento se utilizó la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK) \times (1 + \text{inflación}) - 1$$

CK-Costo Capital= 5,66%

Tasa de inflación= 0,044%

$$TRM = (1 + 5,66\%) \times (1 + 0,044\%) - 1 = 5,71\%$$

El cálculo del porcentaje referencial del valor del dinero en el futuro es de 5,71% y es necesaria para obtener el valor actual neto como tasa de descuento.

5.8.3. Valor Actual Neto - VAN

$$VAN = -I.I + \sum \frac{FNE}{(1 + i)^n}$$

i - tasa de descuento	5,71%
n - tiempo del proyecto	5
I.I- inversión inicial	\$ 9.285,23
FNC - flujos netos de efectivo	

$$VAN = -9.285,23 + \left(\frac{7.418,80}{(1 + 0.0571)^1} + \frac{7.423,09}{(1 + 0.0571)^2} + \frac{7.425,56}{(1 + 0.0571)^3} + \frac{7.429,89}{(1 + 0.0571)^4} + \frac{7.432,26}{(1 + 0.0571)^5} \right) = \$ 22.244,97$$

En base a los cálculos, el VAN es de \$ 22.244,97 positivo, lo que significa que este es el valor presente de los flujos de caja o efectivo generado por la inversión del presente proyecto el cual debe ser aceptado para su puesta en marcha.

5.8.4. Punto de equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio se ha considerado los costos para una producción mensual conforme a la capacidad que cuenta Tecofib Cabuyas, distribuyendo los costos totales en costos fijos y variables para obtener los costos fijo y variables unitarias.

Tabla 38: Costos fijo y variables

Detalle	Costo Total	Costos Fijos	Costos Variables
Costos de producción	\$ 2.736,12		
MPD	\$ 1.370,00		\$ 1.370,00
MOD	\$ 1.006,12	\$ 1.006,12	
CIF	\$ 360,00	\$ 20,00	\$ 90,00
Costos de distribución	\$ 1.339,12		
GA	\$ 887,59	\$ 503,06	\$ 133,00
GV	\$ 451,53	\$ 251,53	\$ 200,00
GF	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 4.075,23	\$ 1.780,70	\$ 1.793,00
Unidades (capacidad mensual)		4.042	m yute
CFu			\$ 0,44
CVu			\$ 0,44
PVP			\$ 1,80
Venta			\$ 7.293,66

El cálculo del punto de equilibrio se realizó con las siguiente formulas:

$$PEQ = \frac{CF}{PvP - CVu}$$

Costos fijos = CF

Precio de venta al público= PvP

Costo variable unitario = CVu

$$PEQ = \frac{1.780,70}{1,80 - 0,44} = 1.309,33 \text{ m}$$

En base a la cantidad obtenida del cálculo del punto de equilibrio se puede decir que por lo menos se debe producir y vender 1.309 metros de yute para poder cubrir los costos.

5.8.5. Tasa Interna de Rendimiento – TIR

Para obtener la tasa interna de rendimiento de la presente inversión se aplica la siguiente formula:

$$TIR = -I.I + \sum FEF (1 + i)^n$$

Tabla 39: TIR

Años	F. Efectivo
0	\$ -9.285,23
1	\$ 7.418,80
2	\$ 7.423,09
3	\$ 7.425,56
4	\$ 7.429,82
5	\$ 7.432,26
TIR	75%

Conforme al resultado de la TIR, se concluye que hay un porcentaje alto de rentabilidad, lo que asegura que esta inversión es viable y existirá un rápido retorno de la misma.

Conclusiones

Finalizando el estudio para el emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya, se concluye que:

Mediante al análisis de esta idea de negocio, se identificó que, con la oferta del yute y las bolsas fabricadas con materiales orgánicos, se puede aportar hacia la disminución de la contaminación, gracias a que son productos 100% biodegradables y no generan desechos perjudiciales para el ser humanos, lo que representa uno de los factores externos con mayor oportunidad para la permanencia del emprendimiento además del apoyo que existe por parte de la sociedad y el estado para su desarrollo y sostenibilidad.

La propuesta de crear un emprendimiento con responsabilidad ambiental es uno de los factores que genera beneficios para el negocio, gracias a que en la actualidad hay un mayor compromiso por el cuidado del ambiente, por lo que su acogida puede ser positiva, además de ello, existe el factor de conservación y desarrollo de una actividad económica como lo es la fabricación de yute, que ha disminuido considerablemente a lo largo del tiempo, que con ayuda del mundo digital puede mejorar y permanecer a lo largo del tiempo.

En base al estudio de mercado, se identificó dos segmentos claves para los productos que se ofrecen, cuya aceptación es favorable por parte de 50 empresas floricultoras y 30 tiendas multimarca con disposición a adquirir estos productos, donde su demanda es amplia y por ende productiva y rentable para el negocio, por lo que las estrategias enfocadas a las 4P del marketing están acorde hacia la satisfacción de estos mercados y sus requerimientos.

Dentro del estudio técnico, se evidencia que la ubicación de Tecofib Cabuyas, representará uno de los factores ideales para la puesta en marcha del negocio, por la facilidad de ingreso y reconocimiento para los clientes, así mismo, gracias a la capacidad de producción que puede tener Tecofib Cabuyas logrará captar un 16,33% de la demanda insatisfecha total.

Por medio del estudio financiero, con una inversión inicial de \$9.285,23, crear este emprendimiento es factible ya que las proyecciones del estado de resultados, estado de situación financiera y flujo de efectivo presenta datos con una alta rentabilidad, que si existe una demanda constante durante todo el año de los productos ofertados Tecofib Cabuyas podrá

recuperar su inversión en poco tiempo según los indicadores positivos de evaluación financiera.

Recomendaciones

Es fundamental que el emprendimiento se mantenga trabajando con el fin de contribuir positivamente a medio ambiente sin que se haga uso de materiales sintéticos, para que su imagen se mantenga a lo largo del tiempo y seguir fabricando productos con materiales orgánicos, incluyendo alianzas con proveedores directos de fibra de cabuya, para controlar los desechos desde su extracción.

Se recomienda trabajar constantemente en la innovación, para brindar al cliente mayor variabilidad de productos, con diferentes fibras naturales y que el cliente tenga la posibilidad de elegir un diseño específico, manteniendo su naturalidad y demostrando que “Lo natural y sencillo, también es bueno” como su slogan menciona.

Es necesario ampliar el segmento, captando mayor mercado de la Asociación Expoflores, incluyendo empresas de todas las provincias del Ecuador e incluyendo a las tiendas de comercio de todo Imbabura. Así mismo implementar la investigación, innovación y desarrollo en los procesos para brindar servicios complementarios como el diseño de interior con los productos ofertados.

Tecofib Cabuyas, debe trabajar constantemente en el cumplimiento de las políticas, normativa legal, valores, misión y visión para construir una identidad propia y única en el mercado, potenciando el compromiso y crecimiento bajo la responsabilidad social.

Efectuar un control contable para verificar la situación de la empresa en cuando a sus egresos, ingresos y todo tipo de cuentas, para lograr identificar a tiempo algún movimiento económico falso o que puede generar pérdidas y tomar una decisión pronta para mantenerse en el mercado.

Referencias Bibliográficas

- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (2020). *La preferencia de los consumidores se centra en el cuidado del medio ambiente*. <https://www.bbva.com/es/ar/los-consumidores-centran-sus-preferencias-en-el-cuidado-del-medio-ambiente/>
- Banco Central del Ecuador. (2021a). *Informe de Inflación*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/317-informe-de-inflación>
- Banco Central del Ecuador. (2021b). *Tasa de Interés*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes072021.htm>
- Calderón, A. (2019). *Matriz de evaluación del factor externo - ceninca*. <https://ceninca.com/matriz-de-evaluacion-del-factor-externo/>
- CEPAL. (2021). *Tecnologías digitales para un nuevo futuro*. www.cepal.org/apps
- El comercio. (2016). *Los tapices de cabuya también son ornamentales de primera clase - El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/construir/tapices-cabuya-imbabura-tejido-intercultural.html>
- El comercio. (2020). *Ecuador vende mil toneladas más de flores pero a menor precio - El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-flores-exportacion-precios-oferta.html>
- Expoflores. (2019). *Informe Anual de Exportaciones*. https://expoflores.com/wp-content/uploads/2020/04/reporte-anual_Ecuador_2019.pdf
- Expoflores. (2021). *Lista de Socios Expoflores - Expoflores*. <https://expoflores.com/lista-de-socios-expoflores/>
- GADM-AA. (2021). *San Roque-El nacimiento de una parroquia intercultural y progresista*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Antonio Ante. <https://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/informacion-general/17-canton/101-san-roque>
- García, A. (2019). *CONTAMINACIÓN por PLÁSTICOS: causas, consecuencias y*

- soluciones.* <https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-por-plasticos-causas-consecuencias-y-soluciones-2114.html>
- Gonzales, J. (2021). *Guillermo Lasso ofreció crear el Fondo Capital Semilla para los emprendedores - El Comercio.* El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/guillermo-lasso-capital-semilla-emprendedores.html>
- Hola mundo. (2010). *Ubicación cartográfica provincia Imbabura | Imbabura – Ecuador.* <https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>
- Jaramillo, H. (1992). El trabajo con fibra de cabuya en la provincia de Imbabura. *REVISTA DEL INSTITUTO OTAVALENO DE ANTROPOLOGIACENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIONES.* <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9929/1/REXTN-SA16-04-Jaramillo.pdf>
- Lililay. (2018). *Ventajas de las fibras naturales vegetales en el mundo textil.* <https://www.lililay.com/post/ventajas-de-las-fibras-naturales-vegetales-en-el-mundo-textil>
- Mendoza, N. (2018). *Tiendas multimarcas: una tendencia que va más allá de la moda.* <https://www.businessalamode.com/post/2018/01/18/tiendas-multimarcas-una-tendencia-que-va-más-allá-de-la-moda>
- Ministerio de Trabajo. (2005). *CODIGO DEL TRABAJO.* www.lexis.com.ec
- Morales, M., Ortíz, C., & Arias, M. (2012). Factores determinantes de los procesos de innovación: una mirada a la situación en Latinoamérica. *Escuela de administración de negocios*, 148-163. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n72/n72a10.pdf>
- Morán, S. (2020). *Ecuador, ahogado en basura, está lejos de cumplir las metas de los ODS al 2030 | Plan V.* <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/ecuador-ahogado-basura-esta-lejos-cumplir-metas-ods-al-2030>
- Moreira, M., Bajaña, I., Pico Saltos, B., Guerrero, G., & Villaroel, J. (2018). Vista de Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo

- Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas-UTEQ*, 2. <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/263/259>
- Omar, L. (2011). Influencia del color en las preferencias de los consumidores. En *Revista Observatorio Calasanz Año: Vol. II* (Número 4). <https://core.ac.uk/download/pdf/6348451.pdf>
- Paredes, M., & Cardona, J. (2014). Segmentación de mercados. *ECO Revista académica*, 10. <https://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/04/Archivos/Revista ECO10.pdf#page=89>
- Pinchao, Y., Osorio, O., Checa, O., & Tobar, E. (2019). Study on the rate and time of biodegradation under controlled conditions of natural fibers of fique (*Furcraea andina*) and cotton (*Gossypium barbadense*). *Informacion Tecnologica*, 30(4), 59-67. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000400059>
- Ponce, H. (2007). LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES Matrix SWOT: An alternative for diagnosing and determining intervention strategies in organizations. *Redalyc*, 12, 113-130. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Prefectura de Imbabura. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PROVINCIA DE IMBABURA*.
- Procolombia. (2019, enero 18). *Crecen oportunidades de negocio para artículos de de / Portal de Exportaciones - Colombia Trade*. <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/crecen-oportunidades-de-negocio-para-articulos-de-decoracion-y-muebles>
- Riofrio, C., Oviedo, C., & Navarro, D. (2019). Importancia De Productos Biodegradables En Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 9. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/productos-biodegradables-ecuador.html>
- Ruiz, M. (2021). *MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico - Milagros Ruiz Barroeta*. <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis->

estrategico/

Salazar, J. (2018, octubre 31). *¿Cuántos ecuatorianos compran por internet?* - Tekzup.
<https://tekzup.com/cuantos-ecuatorianos-compran-internet/>

Segura, N. (2016). *Marketing del color: ¿Qué relación tiene el color del logo con la personalidad de una marca?* <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140132>

Servicio de Rentas Internas. (2021). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona natural (artesanos) | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios.*
<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

SRI. (2020). *Régimen Impositivo Simplificado (RISE) - intersri - Servicio de Rentas Internas.*
<https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise>

SRI. (2022). *Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) - intersri - Servicio de Rentas Internas.* <https://www.sri.gob.ec/rimpe>

SRÍ. (2015). *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, LORTI.*
<https://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546-4bf4-ad32-c5686b487ccc/20151228+LORTI.pdf>.

Stretstyle. (2010). *Historia y significado del color: Café - Viste la Calle.*
<https://vistelacalle.com/32008/historia-y-significado-del-color-cafe/>

Torres, Z. (2015). *Administración Estratégica.* Grupo Editorial Patria.
<https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39403>

Anexos

Apéndice A: Formato de encuesta 1 aplicada

ENCUESTA 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Administración de Empresas

Tema:

Plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información, para determinar la aceptación del yute fabricado a base de cabuya, en las empresas que conforman la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, Expoflores.

Indicaciones

- Los datos recopilados serán de absoluta reserva para el presente estudio.
- Conteste con toda sinceridad.
- Marque con una X la respuesta de su elección.

Pregunta Informativa

Ubicación:

Provincia de Pichincha ()
 Provincia de Imbabura ()

1. ¿Realiza usted arreglos florales? Si la respuesta es **SÍ** continúe con la encuesta.

a) Sí () b) No ()

2. ¿Conoce sobre el yute fabricado a base de cabuya?

a) Sí () b) No ()

3. ¿Qué tan importante es para usted usar productos amigables con el medio ambiente?

Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
()	()	()	()	()

4. En caso de que usted si compre yute ¿cuál es la cantidad que compra al mes?

- a) 1 piezas de 120m de largo ()
 b) De 1 a 10 piezas de 120m de largo ()
 c) De 10 piezas en adelante ()

5. ¿Estaría interesado en adquirir el yute de cabuya para realizar los arreglos florales?

- a) Sí () b) No ()

6. ¿Cuál es el tamaño de arreglos florales que más realiza?

- a) Pequeño ()
b) Mediano ()
c) Grande ()

7. ¿Cuánto dinero invierte en los detalles para cada uno de los arreglos florales?

- a) Menos de \$2 ()
b) De \$2 a \$3 ()
c) De \$3 a \$5 ()
d) Más de \$5 ()

8. ¿Cada cuánto adquiere o adquiriría el yute de cabuya?

- a) Diaria ()
b) Semanalmente ()
c) Mensualmente ()
d) Trimestralmente ()

9. ¿Cuántos metros de yute adquiriría?

- a) Menos de 10m de largo ()
b) De 10 a 20 m de largo ()
c) De 20 a 50m de largo ()
d) De 50 a 100m de largo ()
e) Por piezas de 120 m de largo ()

10. ¿Cuál es el tamaño de yute que le gustaría adquirir?

- a) 5cm de ancho ()
b) 25 cm de ancho ()
c) 35cm de ancho ()
d) 70cm de ancho ()

11. ¿Qué es lo que le parece interesante al momento de adquirir la tela de yute?

- a) Precio ()
b) Textura ()
c) Variación de colores ()
d) Variación de tamaños ()
e) Que sea amigable con el medio ambiente ()

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el metro de yute?

- a) Menos de \$2 ()
b) \$2 a \$2,50 ()

- c) \$2,50 a \$3 ()
- d) \$3 en adelante ()

13. ¿Por qué medio le gustaría adquirir el yute?

- a) Adquisición en la fábrica ()
- b) Entrega a domicilio ()

14. ¿Cuál es la forma por la que le gustaría conocer el producto para su compra?

- a) Catálogo ()
- b) Muestras físicas ()

15. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse sobre promociones y beneficios de nuestro producto?

- e) Redes sociales ()
- a) Correo Electrónico ()
- b) Llamada telefónica ()

Apéndice B: Formato de encuesta 2 aplicada

ENCUESTA 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas

Administración De Empresas

Tema:

Plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información, para determinar la aceptación de las bolsas derivas del yute de cabuya, en las tiendas de comercio del Cantón Otavalo.

Indicaciones

- Los datos recopilados serán de absoluta reserva para el presente estudio.
- Conteste con toda sinceridad.
- Marque con una X la respuesta de su elección.

Pregunta Informativa

Tipo de tienda:

Tienda de calzado	()
Tienda de prendas de vestir	()
Tienda de calzado y prendas de vestir	()

1. ¿Realiza usted la venta de sus productos en algún tipo de empaque o funda? Si la respuesta es **Sí** continúe con la encuesta.

a) Sí () b) No ()

2. ¿Conoce sobre las bolsas de cabuya?

a) Sí () b) No ()

3. ¿Qué tan importante es para usted usar productos amigables con el medio ambiente?

Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
()	()	()	()	()

4. ¿Estaría interesado en adquirir bolsas de cabuya amigables con el medio ambiente, para realizar sus ventas?

a) Sí ()
b) No ()

5. ¿Cuánto dinero invierte en los detalles y empaque de sus productos?

- a) Menos de \$1 ()
- b) De \$1 a \$2 ()
- c) Más de \$2 ()

6. En caso de estar interesado en una bolsa de cabuya ¿Cada cuánto adquiriría la bolsa?

- a) Diaria ()
- b) Semanalmente ()
- c) Mensualmente ()

7. ¿Cuántas bolsas adquiriría?

- a) Menos de 10 ()
- b) De 10 a 20 ()
- c) Más de 20 ()

8. ¿Cuál es el tamaño de bolsa que adquiriría con frecuencia?

- a) Pequeña 15x20 ()
- b) Mediana 20x30 ()
- c) Grande 30x30 ()

9. ¿Qué es lo que le parece interesante al momento de adquirir una bolsa de yute?

- a) Precio ()
- b) Texturas ()
- c) Variación de colores ()
- d) Variación de tamaños ()
- e) Que sea amigable con el ambiente ()

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bolsa de yute amigable con el medio ambiente?

- a) Menos de \$1,50 ()
- b) \$1,50 a \$2 ()
- c) \$2 en adelante ()

11. ¿Por qué medio le gustaría adquirir la bolsa de yute?

- a) Adquisición en la fábrica ()
- b) Entrega a domicilio ()

12. ¿Por qué medio le gustaría informarse sobre promociones y beneficios de nuestro producto?

- a) Redes sociales ()
- b) Correo Electrónico ()
- c) Llamada telefónica ()

13. ¿Cuál es la forma por la que le gustaría conocer el producto para su compra?

- a) Catálogo ()
- b) Muestras físicas ()

Apéndice C: Formato de entrevista aplicada

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Administración de Empresas

Tema:

Plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya.

Objetivo de la entrevista: Recopilar información de los negocios familiares dedicados a la fabricación de yute que aún permanecen en funcionamiento en el cantón Antonio Ante.

Indicaciones

- Los datos recopilados serán de absoluta reserva para el presente estudio.
- Conteste con toda sinceridad.

1. ¿Cómo califica usted el negocio de la compra y venta de yute a base de cabuya?

Muy malo ()	Malo ()	Regular ()	Bueno ()	Muy Bueno ()
-----------------	-------------	----------------	--------------	------------------

2. ¿Cuál es la procedencia de la fibra de cabuya que usted utiliza?

- a) Productores directos ()
- b) Bodegas ()
- c) Importa de países vecinos ()

3. ¿Cuántos metros de yute fabrica mensualmente?

- a) 1 piezas de 120m de largo ()
- b) De 1 a 10 piezas de 120m de largo ()
- c) De 10 piezas en adelante ()

4. ¿Cuenta con alguna variedad de tamaños de yute para su venta?

- a) Solo de 70 cm de ancho ()
- b) Otro ()

5. ¿Quiénes son sus principales clientes?

- a) Floristerías ()
- b) Almacenes de decoración ()
- c) Locales artesanales ()
- d) Locales de comercio ()
- e) Otros ()

6. ¿Existe alguna temporada en la que aumenten sus ventas?

- a) La venta se mantiene igual durante todo el año ()
- b) La venta aumenta en días de celebraciones especiales ()

Apéndice D: Evidencia de aplicación encuesta 1

EMPRESAS QUE FORMAN PARTE DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE FLORES DEL ECUADOR, EXPOFLORES, DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA E IMBABURA									
Razón Social	Nombre Comercial	Teléfono	Sitio web	Correo	Cantón	Provincia	Tipo de Cultivo	Estado encuesta	Correo electrónico
AGRICOLA SAN ANDRES DEL CHAPI S.A.	MARA ROSAS	23614376	www.sanandros.com	-	RUMAHUÍ	PICHINCHA	ROSAS - ROSAS PRESERVADAS	Falso	-
AGRIFFEG S.A. ANNE FLOWERS	ANNE FLOWERS	02042070 02042063 020590357	www.anna-flowers.com	anna@anneflowers.com anneflowers@hotmail.com	CAYAMBE	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
AGRI TAB AGRICOLA TABACUNDO CIA. LTDA.	ARBUITA	03976 25217	www.grupo-arbusta.com	info@grupo-arbusta.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS - CLAVELES	Falso	-
AGRI VALDANI S.A.	AGRI VALDANI S.A.	02381 5973	www.agriwaldani.com	info@agriwaldani.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
AGROMPORT HEP SOCIEDAD CIVIL COMERCIAL	SKY VALLEY	2210253	www.grupohp.com	-	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS	-	-
AGROGAMALFONSO S.A.	GLAMOUR	033 344 2347 033 234 3334 033 350 2811	www.glamour.com	glam@glamour.com	MEJA	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
AGROSERVICIOS ANDRÉS CAMACHO S.A.	ALMA ROSAS	033 631 6317	http://www.alma.com	info@alma.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
ALKAVAT CIA. LTDA. - VALLE VERDE	VALLE VERDE	02-2442 712	www.valverde.com	info@valverde.com	CAYAMBE	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
ANAFO FLOWERS CIA. LTDA.	ANAFO FLOWERS	06-2 306 236 +593 6 230 1 5226	-	-	ANTONIO ANTE	IMBABURA	ROSAS	Exitado por	-
ARBUITA CIA. LTDA.	ARBUITA	03976 25217	www.grupo-arbusta.com	info@grupo-arbusta.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS - CLAVELES	Falso	-
AZATA GARDENS CIA. LTDA.	AZATA	02-2269867	www.azatagardens.com	info@azatagardens.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS	Exitado	-
BELLARÓ S.A.	BELLARÓ	0236-5668	www.bellaros.com	info@bellaros.com ccc@bellaros.com	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS - ROSAS PRESERVADAS	Exitado	-
BONIFAZ ANDRÁDE DIEGO RAFAEL	BLUE LILY FARMS	03-80259726	-	-	CANGAHUA	PICHINCHA	AGAPANTHUS 4 KAC	-	-
BOUQUET FLOWERS S.A.	BOUQUET FLOWERS	02-2365230	-	-	PEDRO MONCAYO	PICHINCHA	ROSAS	-	-

Mensaje nuevo | Eliminar | Archivo | Mover a | Categorizar | Deshacer

Elementos enviados ★ | Filtrar

¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

info@almaroses.com | Ayuda con encuesta - Estudio de mercado | Sáb 23:26 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

sales@glamour.com | Ayuda con encuesta - Estudio de mercado | Sáb 23:24 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

info@agriwaldani.com | Ayuda con encuestas - Estudio de mercado | Sáb 23:22 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

info@grupo-arbusta.com | Ayuda con encuesta-Estudio de mercado | Sáb 23:21 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

sales@anneflowers.com: anneflowers1@hotmail.com | Ayuda con encuesta-Estudio de mercado | Sáb 23:13 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

Ayuda con encuesta-Estudio de mercado

Microsoft Outlook | No se pudo entregar a estos destinatarios o grupos: sales@anneflowers.com (sales@anneflowers.com) El ... Dom 25/7/2021 23:19

CALDERON PINEDA CARMEN ESTEFANIA | Sáb 24/7/2021 23:13 | Para: sales@anneflowers.com; anneflowers1@hotmail.com

¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estudiante de la Universidad Técnica del Norte de la carrera de Administración de Empresas-FACAE. El motivo de este mensaje es que me encuentro realizando un estudio de mercado del plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya y me gustaría su ayuda respondiendo una breve encuesta, su respuesta es parte esencial del presente estudio y factor clave para mi titulación. Esperando su favorable respuesta, muchas gracias y Dios los bendiga.

<https://forms.office.com/r/c98VXdeF0f>

Fill | UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Facultad en Ciencias Administrativas y Económicas | TEMA: Plan de negocio para el emprendimiento dedicado a la

Elementos enviados ★ | Filtrar

sales@ecuatorianflower.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante U... | Dom 00:08 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

ventas@ecoadorfarms.com: sales@ecoadorfarms.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 00:02 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

info1@ecoroses.com.ec | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Sáb 23:54 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

sales@ecoffgroup.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Sáb 23:49 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

info@dreamfarmscorp.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Sáb 23:48 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

sales@davinicroses.com

Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN

CALDERON PINEDA CARMEN ESTEFANIA | Sáb 24/7/2021 23:46 | Para: sales@davinicroses.com

¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estudiante de la Universidad Técnica del Norte de la carrera de Administración de Empresas-FACAE. El motivo de este mensaje es que me encuentro realizando un estudio de mercado del plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya y me gustaría su ayuda respondiendo una breve encuesta, su respuesta es parte esencial del presente estudio y factor clave para mi titulación. Esperando su favorable respuesta, muchas gracias y Dios los bendiga.

<https://forms.office.com/r/c98VXdeF0f>

Fill | UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Facultad en Ciencias Administrativas y Económicas | TEMA: Plan de negocio para el emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya. Objetivo de la encuesta: Recopilar información, para determinar la aceptación del yute fabricado a base de cabuya, en las empresas que conforman la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador.

Elementos enviados ★ | Filtrar

information@rosaprima.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 22:51 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

sales@qualisa.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 22:46 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

patricia@ecuaplanet.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 22:43 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

INFO@NEUMANNFLOWERS.COM.EC | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 22:32 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

contact@natufloor.com | Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN | Dom 22:28 | ¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estu...

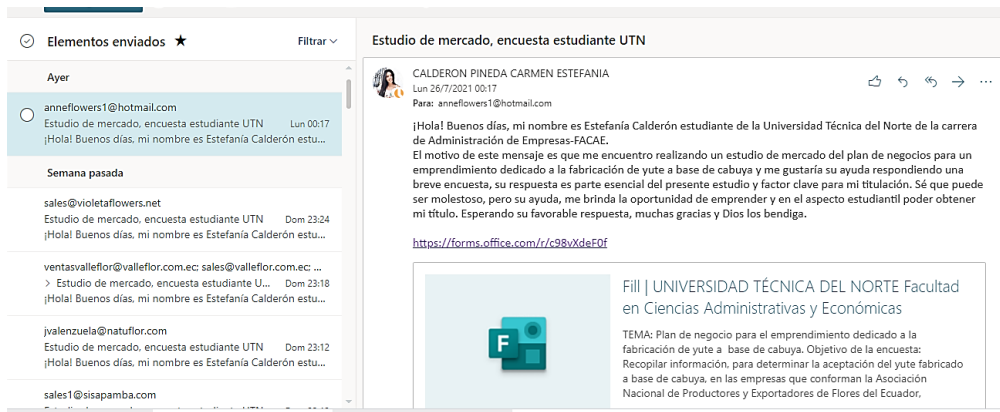
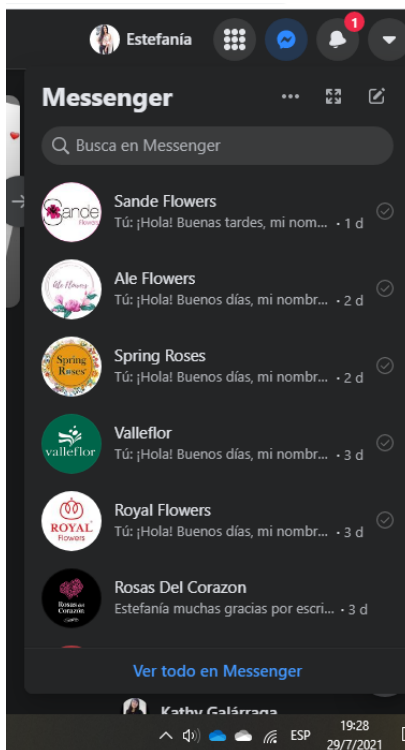
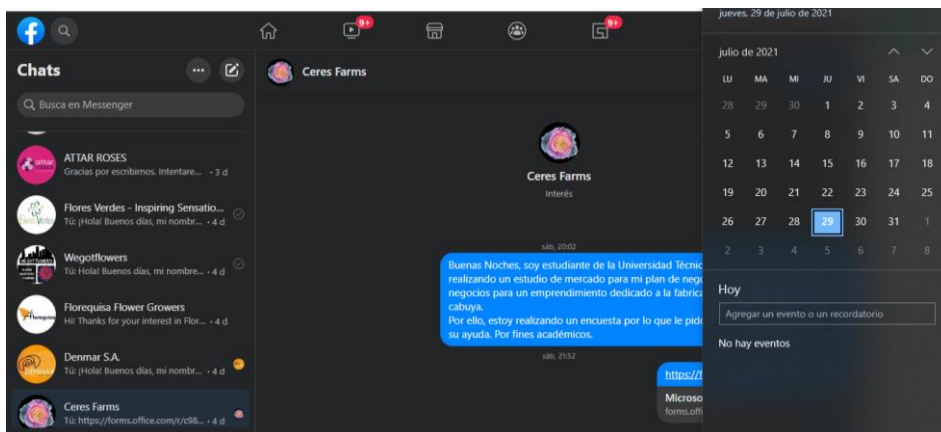
Estudio de mercado, encuesta estudiante UTN

CALDERON PINEDA CARMEN ESTEFANIA | Dom 25/7/2021 21:12 | Para: sales@pontetresa.com

¡Hola! Buenos días, mi nombre es Estefanía Calderón estudiante de la Universidad Técnica del Norte de la carrera de Administración de Empresas-FACAE. El motivo de este mensaje es que me encuentro realizando un estudio de mercado del plan de negocios para un emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya y me gustaría su ayuda respondiendo una breve encuesta, su respuesta es parte esencial del presente estudio y factor clave para mi titulación. Esperando su favorable respuesta, muchas gracias y Dios los bendiga.

<https://forms.office.com/r/c98VXdeF0f>

Fill | UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Facultad en Ciencias Administrativas y Económicas | TEMA: Plan de negocio para el emprendimiento dedicado a la fabricación de yute a base de cabuya. Objetivo de la encuesta: Recopilar información, para determinar la aceptación del yute fabricado a base de cabuya, en las empresas que conforman la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador.



Apéndice E: Evidencia de aplicación encuesta 2



Apéndice F: Evidencia de aplicación entrevista



Apéndice G: Factura Proforma de maquinaria

Aserradero Villegas Torres		FACTURA PROFORMA	
RUC: 1001604766001			
Imbabura, Antonio Ante – Andrade Marin		Fecha	
Autovía Los Lagos Nro.1 y calle Jorge Regalado		20.08.2021	
		N° de factura	
		0012	
Cliente	Concepto		
Estefanía Calderón	Trabajo: fabricación de maquinaria de taller de cabuya		
San Roque			
0985432502			
stefaniacp5@gmail.com			
Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio
Mesa peinadora	1	70,00	70,00
Máquina de hilar	1	1.000,00	1.000,00
Máquina madejeadora	2	200,00	400,00
Máquina de tejer	2	800,00	1.600,00
Urdidora	1	300,00	300,00
Observaciones / Instrucciones de pago:		Total parcial	3.370,00
		Descuento	0,00
		Subtotal menos descuento	0,00
		IVA	0,00%
		TOTAL FACTURA	3.370,00 \$
 Firma			

Apéndice H: Evidencia de búsqueda de información para permisos de funcionamiento