



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑOS EN EL CANTÓN LA MANÁ,  
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Ingeniería Comercial

**Autoras:**

Contreras Sánchez Glenda Vanessa

Lazo Herrera Ana Marlene

**Tutor:**

Mgtr. Franco Coello Mauricio Rubén

**La Maná – Ecuador**

**Marzo 2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Contreras Sánchez Glenda Vanessa y Lazo Herrera Ana Marlene declaramos ser autoras del presente de investigación: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, siendo el M. Sc. Franco Coello Mauricio Rubén tutor del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Contreras Sánchez Glenda Vanessa

C.I.: 050341452-6



Lazo Herrera Ana Marlene

C.I.: 1702104760-1

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el título, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑOS EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de Contreras Sánchez Glenda Vanessa y Lazo Herrera Ana Marlene, de la carrera Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, marzo del 2022



Mgtr. Franco Coello Mauricio Rubén  
C. I.: 050180544-4

**TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores aprobamos el presente informe de investigación, de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; por cuanto, las postulantes: Contreras Sánchez Glenda Vanessa y Lazo Herrera Ana Marlene, con el título de proyecto de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidas al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, marzo del 2022

Para constancia firman:



M. Sc. Albarracín Reinoso Marilin Vanessa

C. I.: 171971537-5

**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



M. Sc. Valencia Neto Mayra Elizeth

C. I.: 050312446-3

**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Mg. Pazmiño Cano Gloria Evelina

C. I.: 120556823-9

**LECTOR 3 (SECRETARIA)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Hago constar mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a los docentes que compartieron sus conocimientos en el transcurso de la etapa académica, especialmente al Tutor del Proyecto.*

*Glenda y Ana*

***DEDICATORIA***

*Este trabajo investigativo está dedicado a nuestros padres y hermanos, por la motivación y apoyo moral recibidos para lograr este éxito académico.*

*Glenda y Ana*



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TITULO:** “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi”

**Autoras:**

Contreras Sánchez Glenda Vanessa

Lazo Herrera Ana Marlene

### RESUMEN

El propósito del presente trabajo de investigación fue realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas entre 1 y 5 años en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, cuya actividad principal es la transformación de materias primas en productos terminados, ofreciendo al mercado diversidad de producción en cuanto a sus prendas favorecidas por la presencia de proveedores de materiales e insumos locales y disponibilidad de recursos, obteniendo una gran oportunidad de contribuir con el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña industria bajo criterios de excelencia y compromiso que permitan ganar prestigio en el ámbito empresarial, generando niveles de competitividad que contribuyan a la satisfacción de los gustos y preferencias de los consumidores, para el trabajo de la microempresa se compone de seis personas con asignación de sus funciones y responsabilidades, distribuidas en el área administrativa, producción y de ventas, así también la inversión económica que se efectuará será financiada por recursos propios y de fuentes externas permitiendo disponer de los montos monetarios necesarios para llevar a cabo el buen desenvolvimiento de la actividad económica, los cuales se verán recuperados mediante el rendimiento favorable de los mismos en el transcurso de la vida útil del proyecto, en cuanto a la presencia de impactos negativos, estos serán fortalecidos y mitigados respectivamente mediante medidas de precaución que permitan moderar sus efectos asegurando el bienestar y la calidad de vida de los recursos humanos.

**PALABRAS CLAVES:** Factibilidad, creación, microempresa, confección, comercialización, prendas niños.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES**

**TITLE:** “Feasibility study for the creation of a micro-enterprise dedicated to the confection and commercialization of a children's clothing in the La Maná canton, Cotopaxi province”

**Autoras:**

Contreras Sánchez Glenda Vanessa  
Lazo Herrera Ana Marlene

**ABSTRACT**

The purpose of this research work was to carry out a feasibility study for the creation of a microenterprise dedicated to the manufacture and sale of clothing for boys and girls between 1 and 5 years of age in the canton of La Maná, province of Cotopaxi, whose activity main is the transformation of raw materials into finished products, offering the market diversity of production in terms of its garments favored by the presence of suppliers of local materials and supplies and availability of resources, obtaining a great opportunity to contribute to the development and strengthening of the small industry under criteria of excellence and commitment that allow it to gain prestige in the business environment, generating levels of competitiveness that contribute to the satisfaction of the tastes and preferences of consumers, for the work of the micro-enterprise it is made up of six people with assignment of their functions and responsibilities, distributed in the area administrative, production and sales area, as well as the economic investment that will be made will be financed by its own resources and external sources, allowing the necessary monetary amounts to be available to carry out the good development of the economic activity, which will be recovered through the favorable performance of the same in the course of the useful life of the project, in terms of the presence of negative impacts, these will be strengthened and mitigated respectively through precautionary measures that allow moderating their effects, ensuring the well-being and quality of life of the human Resources.

**Keywords:** Feasibility, creation, microenterprise, clothing, marketing, children's clothing.





## AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de docente del centro de idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que, la traducción del resumen del proyecto de investigación al idioma inglés, presentado por la señoritas egresadas: Contreras Sánchez Glenda Vanessa y Lazo Herrera Ana Marlene, cuyo título versa **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑOS EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticiarias hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

Latacunga, marzo del 2022

Atentamente



Firmado electrónicamente por:  
**OLGA SAMANDA  
ABEDRABBO RAMOS**

M. Sc. Olga Samanda Abedrabbo Ramos  
C. I.: 050351007-5  
**DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS UTC**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
INTRODUCCIÓN.....	1
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	2
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:.....	3
3. JUSTIFICACIÓN.....	4
4. BENEFICIARIOS.....	5
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
5.1. Delimitación del objeto de investigación:.....	7
5.2. Formulación del problema.....	7
6. OBJETIVOS.....	8
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METOLOGÍA.....	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10
8.1. Antecedentes investigativos.....	10

8.2.	Categorías fundamentales.....	11
8.2.	Marco teórico.....	11
8.3.1.	Estudio de mercado .....	12
8.3.1.1.	Objetivos y generalidades del estudio de mercado.....	13
8.3.1.2.	La oferta.....	13
8.3.1.2.1.	Tipos de oferta.....	14
8.3.1.2.2.	Proyección de la oferta .....	14
8.3.1.3.	La demanda.....	15
8.3.1.3.1.	Demanda insatisfecha .....	15
8.3.1.3.2.	Proyección de la demanda .....	16
8.3.1.4.	Marketing mix .....	16
8.3.1.4.1.	Producto.....	17
8.3.1.4.2.	Precio .....	17
8.3.1.4.3.	Plaza.....	18
8.3.1.4.4.	Promoción.....	19
8.3.1.4.5.	Publicidad .....	19
8.3.1.5.	Comercialización .....	19
8.3.1.5.1.	Micro comercialización .....	20
8.3.1.5.2.	Macro comercialización .....	20
8.3.1.5.3.	Canales de comercialización .....	21
8.3.1.5.4.	Tipos de canales de comercialización .....	21
8.3.2.	Estudio técnico .....	22
8.3.2.1.	Tamaño del proyecto .....	23
8.3.2.2.	Localización del proyecto.....	24

8.3.2.3.	Macro localización .....	24
8.3.2.4.	Micro localización .....	24
8.3.2.5.	Ingeniería del proyecto .....	25
8.3.2.6.	Sitio preciso .....	25
8.3.2.7.	Disponibilidad de materia prima e insumos .....	25
8.3.2.8.	Distribución espacial .....	26
8.3.2.9.	Organización de la empresa.....	27
8.3.2.9.1.	Organigrama .....	27
8.3.2.9.2.	Marco legal .....	28
8.3.3.	Estudio económico .....	29
8.3.3.1.	Costo.....	30
8.3.3.2.	Tipos de costos .....	30
8.3.3.2.1.	Costos fijos .....	30
8.3.3.2.2.	Costos variables.....	31
8.3.3.3.	Inversión .....	31
8.3.3.3.1.	Inversión fija.....	31
8.3.3.3.2.	Inversión diferida.....	32
8.3.3.4.	Capital de trabajo.....	32
8.3.3.5.	Depreciación.....	32
8.3.3.6.	Amortización .....	33
8.3.3.7.	Ingreso .....	33
8.3.3.8.	Gastos .....	33
8.3.3.8.1.	Tipos de gastos .....	34
8.3.3.9.	Estados financieros.....	34
8.3.3.9.1.	Estado de situación financiera .....	35

8.3.3.9.2.	Estado de resultados integral .....	35
8.3.3.9.3.	Estado de flujo de efectivo .....	36
8.3.4.	Estudio financiero.....	36
8.3.4.1.	Valor actual neto (VAN) .....	37
8.3.4.2.	Tasa interna de retorno (TIR) .....	38
8.3.4.3.	Relación beneficio/costo (B/C) .....	39
9.	PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	40
10.	METODOLOGÍA.....	41
10.1.	Diseño de la investigación.....	41
10.1.1.	Cualitativa:.....	41
10.1.2.	Cuantitativa.....	41
10.2.	Tipo de investigación.....	42
10.2.1.	Investigación exploratoria .....	42
10.2.2.	Investigación descriptiva .....	42
10.2.3.	Método inductivo.....	42
10.2.4.	Método deductivo .....	43
10.3.	Población y muestra.....	44
10.3.1.	Universo poblacional.....	44
10.3.2.	Muestra .....	44
10.4.	Técnicas e instrumentos.....	45
10.4.1.	Observación .....	45
10.4.2.	Encuesta.....	45
11.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	46
11.1.	Resultado de las encuestas.....	46
11.2.	Conclusiones y recomendaciones de las encuestas aplicadas. ....	56

11.2.1.	Conclusiones.....	56
11.2.2.	Recomendaciones .....	56
11.3.	Propuesta. ....	57
11.3.1.	Estudio de mercado .....	57
11.3.1.1.	Oferta actual .....	57
11.3.1.1.1.	Proyección de la oferta .....	58
11.3.1.2.	Demanda.....	58
11.3.1.2.1.	Proyección de la demanda .....	59
11.3.1.3.	Demanda insatisfecha .....	60
11.3.1.4.	Matriz AOR .....	60
11.3.1.5.	Cruces estratégicos .....	61
11.3.1.6.	Conclusiones del estudio de mercado.....	62
11.3.2.	Estudio técnico .....	63
11.3.2.1.	Localización.....	63
11.3.2.2.	Disponibilidad de infraestructura .....	64
11.3.2.3.	Proveedores de materia prima e insumos .....	64
11.3.2.4.	Disponibilidad de mano de obra.....	64
11.3.2.5.	Disponibilidad de financiamiento.....	64
11.3.2.6.	Promoción.....	65
11.3.2.7.	Publicidad .....	65
11.3.2.15.1.	Internet.....	65
11.3.2.15.2.	Radio.....	65
11.3.2.8.	Capacidad instalada .....	66
11.3.2.9.	Diseño del proceso productivo .....	66
11.3.2.10.	Identificación del producto.....	67

11.3.2.10.1. Características.....	67
11.3.2.11. Distribución de espacios.....	68
11.3.2.12. Requerimientos del proyecto .....	69
11.3.2.12.1. Maquinaria y equipo .....	69
11.3.2.12.2. Costos de producción.....	71
11.3.2.13. Gastos de administración.....	74
11.3.2.13.1. Gastos de constitución.....	74
11.3.2.13.2. Remuneración del personal administrativo .....	75
11.3.2.13.3. Otros gastos administrativos.....	75
11.3.2.13.4. Gastos de publicidad.....	76
11.3.2.13.5. Otros gastos de ventas .....	76
11.3.2.14. Organización y marco legal de la micro empresa.....	77
11.3.2.14.1. Nombre o razón social, tipo de empresa.....	77
11.3.2.14.2. Logotipo empresarial.....	77
11.3.2.14.3. Eslogan empresarial.....	77
11.3.2.14.4. Filosofía empresarial .....	78
11.3.2.14.5. Políticas .....	78
11.3.2.14.6. Organigrama .....	80
11.3.2.15. Manual de funciones.....	80
11.3.2.15.1. Área administrativa.....	81
11.3.2.15.2. Área de producción.....	82
11.3.2.16. Aspecto legal .....	83
11.3.2.16.1. Registro único de contribuyentes (RUC).....	83
11.3.2.16.2. Permiso de los bomberos.....	83
11.3.2.16.3. Patente Municipal .....	84

11.3.2.16.4.	Entidades que otorgan los permisos de funcionamiento .....	84
11.3.2.16.5.	Obligaciones tributarias.....	85
11.3.2.17.	Conclusiones del estudio técnico.....	85
11.3.3.	Estudio financiero.....	86
11.3.3.1.	Análisis de precios.....	86
11.3.3.1.1.	Pantalones.....	86
11.3.3.1.2.	Pantalinetas / Shorts.....	87
11.3.3.1.3.	Camisetas / Blusas .....	88
11.3.3.1.4.	Vestidos .....	88
11.3.3.1.5.	Camisas.....	89
11.3.3.2.	Fijación de precios.....	89
11.3.3.2.1.	Proyección de precios.....	89
11.3.3.4.	Determinación de ingresos .....	90
11.3.3.5.	Determinación de los egresos .....	107
11.3.3.5.1.	Costos de producción.....	107
11.3.3.5.2.	Costos generales de fabricación .....	109
11.3.3.5.3.	Gastos administrativos.....	111
11.3.3.5.4.	Gastos de ventas .....	112
11.3.3.5.5.	Gastos Financieros.....	113
11.3.3.5.6.	Depreciación de propiedad, planta y equipo .....	114
11.3.3.5.7.	Amortización activos diferidos.....	116
11.3.3.6.	Capital de trabajo.....	117
11.3.3.7.	Inversión total .....	117
11.3.3.8.	Financiamiento .....	118
11.3.3.9.	Estado de situación financiera .....	119



11.3.3.10.	Estado de resultados integrales.....	120
11.3.3.11.	Flujo de efectivo .....	121
11.3.3.12.	Análisis financiero.....	121
11.3.3.12.1.	Costo de oportunidad.....	122
11.3.3.12.2.	Valor actual neto.....	122
11.3.3.13.	Tasa interna de retorno .....	123
11.3.3.14.	Resumen de los indicadores de evaluación del proyecto .....	123
12.	<b>IMPACTOS</b> .....	124
12.1.	Impacto socio-económico.....	124
12.1.1	Generación de fuentes de empleo.....	124
12.1.2.	Estabilidad laboral .....	124
12.3.1.	Buenas relaciones laborales.....	124
12.3.2.	Calidad de vida .....	125
12.2.	Impacto empresarial .....	125
12.2.1.	Emprendimiento .....	125
12.2.2.	Competitividad .....	125
12.2.3.	Manejo de sobrantes de tela.....	126
12.2.4.	Contaminación del aire .....	126
12.2.5.	Ruido en el área de trabajo .....	126
13.	<b>PRESUPUESTO DEL PROYECTO</b> .....	127
14.	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	128
14.1.	Conclusiones.....	128
14.2.	Recomendaciones .....	128
15.	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	129
16.	<b>ANEXOS</b> .....	132

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Págs.</b>
1. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados .....	9
2. Lugares de comercialización .....	46
3. Análisis de la competencia .....	47
4. Periodicidad de adquisición.....	48
5. Ingresos.....	49
6. Rango – disponibilidad de pago .....	50
7. Característica que cautiva la atención del cliente .....	51
8. Negocios similares.....	52
9. Grado de aceptación .....	53
10. Aceptación de compra .....	54
11. Medios de comunicación .....	55
12. Oferentes de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná .....	57
13. Oferta actual de prendas de vestir de niños y niñas.....	58
14. Proyección de la oferta anual.....	58
15. Determinación de la población demandante.....	59
16. Proyección de la población demandante total .....	59
17. Proyección de la demanda insatisfecha .....	60
18. Matriz AOOD .....	60
19. Cruces estratégicos .....	61
20. Producción - capacidad instalada .....	66
21. Tallaje .....	68
22. Detalle de la distribución de la planta .....	69
23. Maquinaria y equipo .....	69
24. Equipos de computación.....	70
25. Equipo de oficina.....	70
26. Muebles y enseres.....	70
27. Inversión fija.....	71
28. Requerimiento de materia prima por prenda .....	71

29. Cantidad requerida de MPD por prendas .....	72
30. Costo mensual de la materia prima directa.....	72
31. Remuneración mensual MOD producción .....	72
32. Requerimiento de materia prima indirecta por prenda .....	73
33. Cantidad requerida de MPI.....	73
34. Costo mensual de MPI.....	73
35. Mano de obra indirecta.....	74
36. Otros costos indirectos.....	74
37. Gastos de constitución .....	75
38. Remuneración mensual administración.....	75
39. Otros gastos administrativos.....	75
40. Gastos de publicidad.....	76
41. Otros gastos de ventas .....	76
42. Manual de funciones área administrativa .....	81
43. Manual de funciones área contabilidad .....	81
44. Manual de funciones área de producción .....	82
45. Manual de funciones área de confección.....	82
46. Entidades que otorgan los permisos de funcionamiento .....	84
47. Fijación de precio – pantalones .....	87
48. Fijación de precio – pantalones / Shorts .....	87
49. Fijación de precio – camisetas.....	88
50. Fijación de precio – vestidos .....	88
51. Fijación de precio – camisas.....	89
52. Fijación de precios.....	89
53. Proyección de precios .....	90
54. Proyección de Ingresos .....	92
55. Cálculo del costo anual - materia prima .....	107
56. Proyección materia prima directa.....	108
57. Rol de pagos anual – producción.....	108
58. Proyección de la mano de obra directa.....	108
59. Cálculo del Costo anual - materia prima indirecta .....	109

60. Proyección materia prima indirecta.....	109
61. Proyección mano de obra indirecta .....	110
62. Cálculo anual de otros costos indirectos de fabricación.....	110
63. Proyección de otros costos de fabricación.....	110
64. Resumen de la proyección de costos generales de fabricación .....	111
65. Rol de pagos anual – administración.....	111
66. Cálculo anual de los suministros de oficina .....	112
67. Proyección de suministros de oficina .....	112
68. Resumen de gastos administrativos .....	112
69. Cálculo anual de los suministros de oficina .....	113
70. Proyección anual de suministros de ventas .....	113
71. Cálculo anual de Publicidad y Promoción.....	113
72. Amortización del crédito .....	114
73. Resumen del pago de capital e intereses .....	114
74. Activos depreciables.....	115
75. Depreciación maquinaria y equipo .....	115
76. Depreciación equipos de computación .....	115
77. Depreciación muebles y enseres.....	116
78. Resumen del total anual de depreciaciones de propiedad, planta y equipo.....	116
79. Amortización de activos diferidos.....	117
80. Capital de trabajo.....	117
81. Inversión total.....	118
82. Financiamiento .....	118
83. Estado de situación financiera .....	119
84. Estado de resultados integrales.....	120
85. Flujo de caja.....	121
86. Costo de oportunidad.....	122
87. VAN.....	122
88. TIR.....	123
89. Resumen de los indicadores de evaluación del proyecto .....	123
90. Presupuesto para la elaboración del proyecto.....	127

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Págs.</b>
1. Lugares de comercialización .....	46
2. Análisis de la competencia .....	47
3. Periodicidad de adquisición.....	48
4. Ingresos.....	49
5. Rango – disponibilidad de pago .....	50
6. Característica que cautiva la atención del cliente .....	51
7. Negocios Similares .....	52
8. Grado de aceptación .....	53
9. Aceptación de compra .....	54
10. Medios de comunicación .....	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Págs.</b>
1. Categorías fundamentales.....	12
2. Marketing mix .....	17
3. Estudio técnico .....	23
4. Organización de la empresa.....	27
5. Estudio financiero.....	29
6. Localización del proyecto.....	63
7. Mapa de procesos .....	66
8. Tarjeta de presentación.....	67
9. Etiqueta de lavado.....	67
10. Etiqueta de marca.....	68
11. Distribución de la planta.....	68
12. Logotipo empresarial.....	77
13. Organigrama estructural .....	80

## ÍNDICE DE ANEXO

	<b>Págs.</b>
1. Datos informativos del tutor del proyecto .....	132
2. Datos informativos de la autora 1 del proyecto .....	133
3. Datos informativos de la autora 2 del proyecto .....	134
4. Formato de encuesta aplicado padres y madres de familia del cantón La Maná.....	135
5. Validación 1 de la encuesta .....	137
6. Validación 2 de la encuesta .....	138
7. Validación 3 de la encuesta .....	139
8. Reporte de Original .....	140

## INTRODUCCIÓN

La microempresa ha sido parte de la economía sostenible en el Ecuador y otros países desarrollados, por lo que con el pasar del tiempo se ha ido incrementando su participación en la economía de los países a través de la innovación tecnológica e industrial para conformar grandes empresas a futuro con la unión de pequeños y medianos capitales. Los centros de confecciones artesanales en nuestro país y en el cantón La Maná exclusivamente, ha sido parte fundamental para experimentar cambios y consolidar los centros de confección de manera organizada con representatividad a través de la Asociación de Artesanos del cantón La Maná.

El análisis para la consecución del proyecto microempresarial, se enmarca en la oferta y la demanda que fue muy bien estudiada y definida para la creación de una microempresa en confección exclusiva para niños y niñas. El mercado forma parte de la aceptación comercial con que contamos; es decir, nuestros clientes, para ello se realizó el debido proceso para la población de muestra cuantitativa y cualitativa.

El producto, es el resultado de un trabajo bien planificado y ejecutado, que fue el éxito de la microempresa definido por su calidad y buena acogida por los consumidores.

Las confecciones de más aceptación que tuvo el mercado fueron definidas por las costumbres y cultura de la familia en el cantón La Maná, dado estas circunstancias nos enfocamos exclusivamente en la confección de ropa para niños y niñas para hacer un balance de factibilidad en ventas del producto terminado a la exigencia de la moda actual.

En conclusión, la microempresa que se pretende crear estuvo basada en los estudios antes mencionados y adicionalmente la creatividad de quienes son parte de este posible proyecto a ejecutarse. Se aplicó las técnicas y metodología adecuada de la investigación, para recabar información relevante que ayudó a encaminar el proceso de creación de la microempresa.



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Título del proyecto:**

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi”

<b>Fecha de Inicio:</b>	Septiembre 2021
<b>Fecha de finalización:</b>	Marzo 2022
<b>Lugar de Ejecución:</b>	Cantón La Maná – Provincia Cotopaxi
<b>Facultad que auspicia:</b>	Facultad Ciencias Administrativas
<b>Carrera que Auspicia:</b>	Ingeniería Comercial
<b>Proyecto de investigación vinculado:</b>	Gestión de las PYMES en el cantón La Maná
<b>Equipo de Trabajo:</b>	Mgtr. Mauricio Rubén Franco Coello Srta. Glenda Vanessa Contreras Sánchez Srta. Ana Marlene Lazo Herrera
<b>Área de conocimiento:</b>	04 Administración, Negocios y Legislación 041 Negocios y Administración 0413 Gestión y administración
<b>Línea de investigación:</b>	8 Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.
<b>Sub Líneas de investigación de la carrera:</b>	1 Estrategias administrativas productividad y emprendimiento
<b>Plan Nacional del Buen Vivir:</b>	Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:**

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, donde se pretende contar con una completa gama de ropa exclusivamente para el sector infantil. Mediante un análisis maso, meso y microeconómico de las microempresas dedicadas a dicha producción, considerando el entorno del cantón, y a la vez que permitió identificar variables de decisión en clientes potenciales para la línea de ropa de niños, de acuerdo a las condiciones que se planteó en el mismo.

Luego de hacer una breve reseña de los antecedentes, se inició con el estudio de mercado con la ayuda de fuentes primarias (encuestas) y secundarias (instituciones públicas y/o privadas) se constituyó, en primera instancia, el mercado del proyecto, el escenario geográfico del mercado, el ingreso de los consumidores, los motivos de consumo, así como los gustos y preferencias de los compradores; luego, se hizo el análisis histórico y futuro de la oferta y la demanda, se estableció la demanda insatisfecha del mercado y la oferta del proyecto. Se continuó con el análisis de precios existentes en el mercado, la comercialización del producto y su concerniente canal de distribución, la promoción y publicidad que se va a utilizar para fortalecer al producto y se presenta las características y cualidades del mismo.

La investigación también presenta el estudio técnico del proyecto, que estuvo compuesto por: el estudio de tamaño, localización e ingeniería del proyecto. En el estudio de tamaño se consideró: el tamaño óptimo del proyecto y los diferentes elementos que podrían condicionarlo, así como la capacidad instalada del mismo. En el estudio de localización se estableció el lugar de mayor beneficio para situar la planta de fabricación y a partir de allí iniciar la comercialización. La ingeniería del proyecto consta de la representación técnica del producto, definición y establecimiento del proceso de elaboración, la distribución de la planta, requerimientos de materiales, maquinaria, equipos, mano de obra, entre otras.

El estudio del marco legal del proyecto implica el análisis de la normativa nacional e internacional del proyecto que interfieren en la creación del mismo. El estudio

organizacional comprende el diseño de la misión, visión, objetivos, políticas y estrategias del proyecto; así como un análisis del entorno interno y externo de la microempresa, a fin de establecer los objetivos estratégicos.

En el estudio financiero se estableció los costos de producción, gastos administrativos, de ventas y financieros del proyecto, se estableció el capital de trabajo que se necesitó para poner en marcha el negocio y la inversión total del mismo; además, las fuentes de financiamiento y el cronograma de inversiones. Se estableció un margen de ganancias y se calculó los precios de venta de cada producto. Se realizó el cálculo del margen de contribución y se estableció el punto de equilibrio del proyecto para saber a qué nivel se debe mantener la producción. Finalmente, se elaboró los estados de situación económica, financiera y el flujo de efectivo de la empresa. En la evaluación del proyecto se empleó indicadores como el VAN, TIR y B/C para establecer la factibilidad y rentabilidad del proyecto, el porcentaje de retorno de las inversiones y el tiempo en el cual se logrará recuperar lo invertido. Finalmente, se emiten conclusiones y recomendaciones acerca de los aspectos más relevantes del trabajo desarrollado.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Desde los primeros inicios los colonizadores por necesidad realizaban la producción y oferta de vestimentas de todo tipo de preferencias y gustos. Sin embargo, en el transcurso de los últimos años la población ha aumentado y por ende la evolución comercial: para satisfacer las necesidades de adquirir vestimentas se han presentado varios cambios en las tendencias y variedades de gustos y preferencias de los consumidores.

La falta de fuentes de empleo lleva a que la mayoría de mujeres de la provincia de Cotopaxi se dediquen a realizar actividades que requieren de esfuerzo físico; es decir, a la agricultura, además están expuestas a los repentinos cambios climáticos en la zona y al abandono de sus hijos con familiares o en instituciones de cuidado infantil, hace años atrás las microempresas de elaboración de prendas de vestir se ha visto como una opción de ingreso en muchos hogares, pero esta actividad se ha visto reducida por la falta de organización, es por esto que el presente proyecto de creación de una empresa de confección y comercialización de prendas de vestir enfocada en la población infantil será una oportunidad de desarrollo, ya que dará beneficios personales como permanecer en el

hogar con la familia y percibir un justo ingreso económico en función de la cantidad de prendas elaboradas, por otro lado permitirá la toma de decisiones, respecto a las condiciones favorables y desfavorables que se presentan en el mercado.

La implementación de las microempresas genera beneficios que contribuyen a la economía mediante la generación de puestos de trabajo; así, como también a una mayor competitividad en el mercado. Con la creación de este proyecto se pretende que los artículos elaborados sean distribuidos directamente, por ende, el trabajo de las productoras será mejor remunerado incentivándoles así a la producción constante y contribuyendo a la generación de puestos de trabajo en la ciudad, incrementando los ingresos de quienes estén involucrados directamente en este proyecto, ofertando productos de calidad, con diseños exclusivos y con precios altamente competitivos.

Con un trabajo riguroso se aspira obtener estándares de calidad y cantidad; además, poder proporcionar fuentes de trabajo implementando una tecnología de punta para la optimización de los recursos que forman parte de la organización, ofreciendo al mercado diversidad de producción en cuanto a sus prendas favorecidas por la presencia de proveedores de materiales e insumos locales y disponibilidad de recursos, al enmarcarse en un sector de gran reconocimiento por su producción textil y formación profesional se asimila una gran oportunidad de contribuir con el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña industria bajo criterios de excelencia y compromiso que permitan ganar prestigio en el ámbito empresarial, generando niveles de competitividad que contribuyan a la satisfacción de los gustos y preferencias de las personas.

#### **4. BENEFICIARIOS**

##### **4.1. Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos de este proyecto de investigación son las 6 personas que conforman el talento humano de la microempresa y los 10200 niños y niñas del cantón La Maná.

##### **4.2. Beneficiarios indirectos**

Los beneficiarios indirectos son los 2000 estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi extensión La Maná, el SRI y la ciudadanía en general del cantón.

## 5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En los países desarrollados en el ámbito industrial, surgen conflictos con la mediana y pequeña empresa, al poseer maquinaria mucho más sofisticada optimizan recursos materiales y humanos, esto ocasiona un choque en la preferencia comercial, siendo que las prendas de vestir de este tipo de empresas tienen un precio mucho más económico que las confeccionadas por las microempresas con maquinaria rudimentaria (Castro, 2021)

Cabe mencionar que el sector cooperativo empresarial está dando muy buenos resultados para enfrentar la crisis en muchos países, al incursionar en la adquisición de préstamos a través del sistema de financiamiento ético que va desde el 2% al 4% de interés anual, como es el caso de Chile, Colombia, con más auge en Latinoamérica.

En el Ecuador el principal problema radica en el ingreso de prendas de vestir de países aledaños, que por contar con una moneda inferior a la nuestra terminan convenciendo a nuestros consumidores, en adquirir prendas de vestir a menor precio que las nuestras, muchas de las veces sin importar la calidad y afectando de manera directa a la producción nacional. Las empresas a nivel corporativo tienen un fuerte impacto por el desarrollo amplio de marketing ya que poseen un mayor índice de institucionalidad empresarial y por ende tienen acceso a grandes créditos a nivel nacional e internacional. (Castro, 2021)

El cantón La Maná provincia de Cotopaxi se encuentra ubicado a 150 km de la capital de la provincia Latacunga, su ubicación geográfica y su agradable clima tropical han permitido ofrecer varios lugares de relajación, atrayendo turistas nacionales e internacionales, esto ha contribuido al acrecentamiento de nuevos negocios que buscan ofertar diversos productos, permitiendo cambiar la cotidianidad de los lamanenses y de los turistas que visitan esta ciudad.

La creación de esta investigación nace por la escasez de un negocio dedicado de manera exclusiva a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas. Ya que se ha observado entre los pequeños y medianos almacenes que se dedican a la distribución de estos productos estos en muchas ocasiones no logran satisfacer a los consumidores generando una demanda insatisfecha. Al contar con esta microempresa contribuiría a la economía local ya que esto genera fuentes de trabajo, apoya a las personas emprendedoras, la clientela obtendría productos novedosos y de calidad.

Las principales causas que se evidencian para la no creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná se deben a la gran cantidad de mercado informal que existe, asimismo la falta de un estudio de mercado que permita comercializarlas.

Los efectos que se originan por las causas presentadas anteriormente, se establecen la alta venta informal de prendas de vestir donde no se regula y controla los precios, además de la inexistencia de un estudio de mercado de comercialización de prendas de vestir de niños evidencia la insatisfacción de las necesidades de los consumidores por lo que muchos viajan a ciudades cercanas para adquirir estos productos. Con base en los datos anteriores, se puede predecir que, si la situación actual continúa en el cantón La Maná, se seguirá ofertando las prendas de vestir a precios elevados. Proporcionalmente no se contribuirá de manera positiva para reactivar el sector de comercialización y la creación de fuentes de trabajo. Considerando el pronóstico anterior una de las posibles de soluciones es la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños para que cubra toda la demanda local.

### **5.1.Delimitación del objeto de investigación:**

**Área:** Administración

**Aspecto:** Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños.

**Espacial:** Se ejecutará en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

**Temporal:** Octubre 2021 – Marzo 2022

### **5.2.Formulación del problema**

¿Es factible crear una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi?

## **6. OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

### **Objetivos específicos**

- Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes.
- Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías que permitan establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño.
- Formular el estudio financiero aplicando técnicas económicas que permitan determinar la viabilidad del proyecto.

## 7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

**Cuadro 1.** Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivo específico	Actividad (tarea)	Resultado de la actividad	Medio de verificación
Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los instrumentos para la ejecución de la encuesta</li> <li>Determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha.</li> <li>• Establecer la competencia en la comercialización de prendas de niños</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos de oferta, demanda y demanda insatisfecha</li> <li>• Comprender las características de la competencia.</li> </ul>	Encuestas.
Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías que permitan establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el tamaño, la ubicación y disponibilidad del proyecto.</li> <li>• Describir la distribución del local</li> <li>• Realizar un estudio legal y organizacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la inversión inicial y la forma de financiamiento.</li> <li>• Establecer los ingresos y costos de la confección comercialización de prendas de vestir para niños.</li> </ul>	Cálculo de la inversión inicial y la forma de financiación Tabla de amortización
Formular el estudio financiero aplicando técnicas económicas que permitan determinar la viabilidad del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar los estados financieros.</li> <li>• Calcular el (VAN) Valor Actual Neto</li> <li>• Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.</li> </ul>	Conocer sobre la viabilidad para la creación instalación de la micro empresa.	Desarrollo del Valor Actual Neto (VAN), Cálculo del TIR

Elaborado por: Las Autoras



## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes investigativos**

El presente proyecto se fundamenta en la recolección de información acertada al desarrollo comercial, acudiendo a libros y trabajos de investigación realizados a nivel nacional e internacional, que ante el eminente crecimiento de la población surge la demanda de la confección y venta de prendas de vestir especialmente para niños y niñas con más volumen de ventas a nivel mundial.

#### **Proyecto 1: Plan de negocios para un nuevo concepto de ropa infantil: Rapax**

Según (Marfull, 2017) entiende como cliente final de Rapax a los niños y niñas de entre uno y cinco años de edad que serán quienes usen los productos que se ofrecerán al mercado. Sin embargo, estos menores no son quienes acuden a comprar a las tiendas, y por su edad tampoco generan presión en la decisión de compra, por lo que el mercado objetivo estuvo enfocado en el cliente directo que corresponde a las madres de estos, o mujeres que presenten contacto y/o relación con este tipo de infantes.

La decisión de orientarse en la mujer radica en un estudio de The Boston Consulting Group (BCG) que determinó que ellas son responsables de más del 70% de las compras domésticas y familiares, y que, en contraparte, indica que los hombres suelen complicarse al momento de hacer regalos a sus hijos, esperando que sean ellas quienes solucionen este dilema. Entonces, Rapax es dirigido a mujeres de entre 29 y 39 años de edad, que sean madres o tengan contacto directo con infantes de entre uno y cinco años.

#### **Proyecto 2: Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa de bebé en la Parroquia de Chillogallo ubicada al Sur del Distrito Metropolitano de Quito**

Según (Lizarazo, 2019), el objetivo principal para la realización de este estudio es revelar las motivaciones, comportamientos y necesidades insatisfechas en el mercado de ropa de bebé, estimando el número de consumidores así como su nivel de consumo, descubrir las formas de llegar al cliente ofreciendo un mejor servicio para posicionarse en el mercado; además, nos sirvió para tomar decisiones basadas en la existencia de un mercado real.

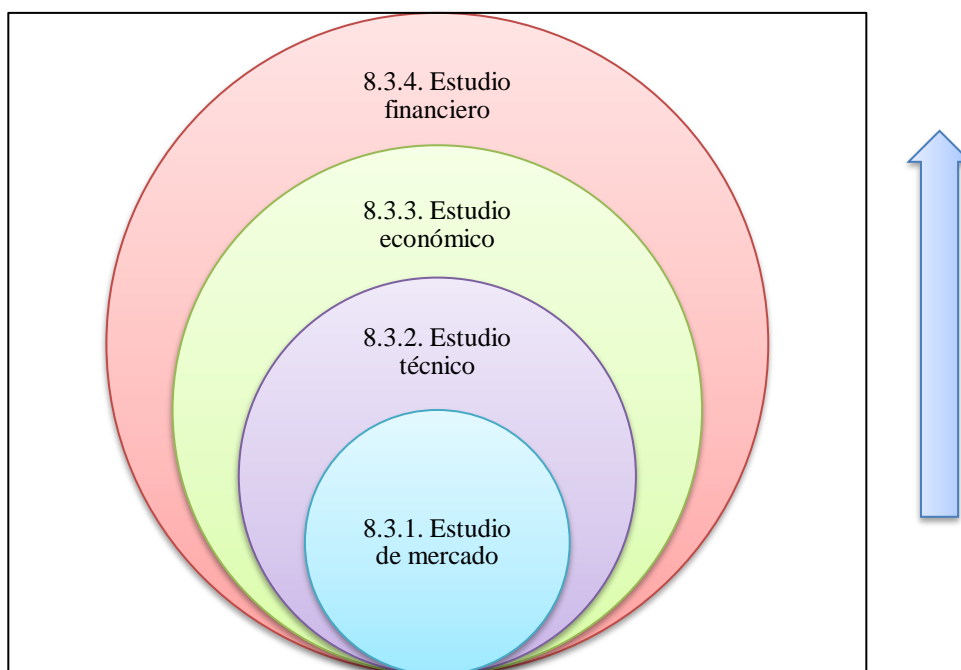
Acorde a los objetivos específicos, es viable este proyecto ya que existe un alto índice de crecimiento poblacional en aquella parroquia, en este caso fijado como universo de estudio las mujeres en edad fértil de 15 a 45 años, generalmente quien toma la decisión de compra de ropa de sus hijos, es la madre por lo tanto en ella se enfocaron las características que se espera del producto.

### **Proyecto 3: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización on line de prendas de vestir**

Según (Cacao, Pihuave, & Jibaja, 2017) representa la oportunidad que existe en Guayaquil de realizar comercialización de prendas de vestir a través de tiendas virtuales. En el año 2015 en el país el comercio electrónico represento un total de 800 millones de dólares transacciones según afirmó Leonardo Ottati, director de la Cámara de Comercio. Para poder consolidar este proyecto se aplicaron técnicas de entrevistas y encuestas las cuales permitieron realizar un análisis para conocer el porcentaje de aceptación de los futuros compradores. Después del estudio realizado se llegaron a conclusiones que se incentivará a las personas a consumir producto nacional, donde el proyecto tuvo un proceso de que las entregas se va a realizar de manera rápida en un tiempo apropiado gracias al flujograma que nos indica el desarrollo correcto al receptor un pedido y como entregarlo, la atención al cliente es fundamental para saber de sus reclamos y sugerencias sobre algún producto que les cause duda al momento de adquirirlos y con esto atender todas las necesidades que tengan los clientes.

Se puede mencionar que las proyecciones y el tiempo de recuperación indica que el tema de la creación de una microempresa de comercialización on line de prendas de vestir es un proyecto que abarca y convence tanto al área económica como al área social, resguardando que la inversión será recuperada y a esto agregándole las ganancias que generarán e irán creciendo al pasar el periodo teniendo un gran éxito en el emprendimiento de este proyecto. La empresa se constituirá de acuerdo a las leyes que existen en el país bajo el nombre comercial de CHARM. En el cual se puede observar un VAN de US\$ 38.700,63 y TIR del 40% demostrando la viabilidad de este negocio.

## 8.2. Categorías fundamentales



**Figura 1.** Categorías fundamentales  
**Elaborado por:** Las autoras

## 8.3. Fundamentación teórica

### 8.3.1. Estudio de mercado

A criterio de (Baca, 2018):

El estudio de mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. El estudio de mercado es una parte esencial en cualquier proyecto ya que nos permite recopilar información valiosa sobre la oferta, la demanda, los precios, la publicidad, el producto entre otros.

El estudio de mercado es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta.

### **8.3.1.1. Objetivos y generalidades del estudio de mercado**

Los objetivos de mercado según Baca (2018) son los siguientes:

- Aprobar la existencia de necesidades insatisfechas en el mercado, o la posibilidad de brindar servicios mejores que los que brindan los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Comprender cuál es la forma de proporcionar bienes y servicios a los usuarios
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

El objetivo del estudio de mercados es evaluar el total de bienes y servicios que los clientes están dispuestos a adquirir a precios determinados durante un periodo específico.

### **8.3.1.2. La oferta**

Oferta para Baca (2018) es:

La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. La oferta establece la cantidad de bienes o servicios que una empresa o negocio está dispuesto a vender o a ofrecer a un mercado determinado.

Estudia en cambio para Miranda (2017) es:

El conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar este análisis es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

### 8.3.1.2.1. Tipos de oferta

- **Oferta competitiva**

Miranda (2017), establece como oferta competitiva a que:

Se caracteriza porque los productores se encuentran en un mercado que no lidera ninguna de las empresas debido a la gran cantidad existentes de ellas que produce o comercializa el mismo producto o servicio como consecuencia la cuota de mercado que abarca cada una de estas se establece en base a la calidad y servicio, pero sobre el precio.

Oferta competitiva es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se localizan en libre competencia, son productores o prestadores de un mismo artículo o servicio, la participación en el mercado se establece por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor, ninguno domina el mercado.

- **Oferta oligopólica**

La oferta oligopólica “es aquella que se caracteriza por que el mercado lo controlan unos productores o prestadores de servicio, debido a ello tienen la facultad de determinar la oferta, los precios, y suele haber mucha actividad de entrada” (Miranda, 2017).

La oferta oligopólica se especifica porque el mercado está controlado por unos cuantos productores o prestadores del servicio, ellos determinan la oferta, los precios y tienen retenida una gran cantidad de materias para su actividad. Ingresar en este tipo de mercados en ocasiones muy complicado.

### 8.3.1.2.2. Proyección de la oferta

Según (Baca, 2018):

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables utilizadas, como puede ser PBI, la inflación o el índice de precios se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente.

Para proyectar la oferta se debe tener en cuenta la oferta futura a partir de los datos de posibles consumidores, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más utilizado es tendencia histórica, que refleja el crecimiento del número de oferentes.

### **8.3.1.3. La demanda**

La demanda para Ortega (2020) es:

La cantidad de mercancías y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores. La demanda es la cantidad de un bien o servicio que las personas desean adquirir con el propósito de satisfacer sus necesidades y deseos.

Miranda (2017), en cambio determina que:

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

La demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores en un momento determinado.

#### **8.3.1.3.1. Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha “se produce cuando el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio, o si lo ha comprado no se encuentra satisfecho con él” (Bravo, 2018).

Bravo (2018), de igual manera establece que “la forma de cálculo es Demanda – Oferta = Demanda insatisfecha”

La demanda insatisfecha, entonces a decir del mismo autor Bravo (2018) es:

Es aquel número de consumidores que aún no ha sido cubierto por el mercado, dando origen a la oportunidad de introducir nuevos negocios que cubran estas

expectativas e incluso las superen, dicha demanda insatisfecha surge a raíz de la escasez de un producto o la inconformidad que genera en quien lo adquiere, razón por la cual los clientes buscan nuevas alternativas de compra.

La demanda insatisfecha establece el nivel de producción y las características que debe tener el producto del proyecto para cubrir las expectativas esperadas por los consumidores.

#### **8.3.1.3.2. Proyección de la demanda**

Un elemento importante en el estudio de mercado según Escudero (2016) es:

La proyección de la demanda, esto es, la que prevalecerá en algún periodo de tiempo futuro de determinado producto. La principal utilidad del pronóstico de la demanda es conocer el probable nivel de ventas en esos periodos, lo cual permite estimar los ingresos en ellos.

La proyección de la demanda es estimar las ventas de un producto durante determinado periodo futuro, para conocer el posible nivel de ventas y los ingresos que se obtendrán de estos.

#### **8.3.1.4. Marketing mix**

De acuerdo con (Sarmiento, 2020):

Marketing mix es el conjunto de variables controlables de mercadotecnia que utiliza la empresa para producir la respuesta deseada en su mercado meta. La empresa lleva a cabo una serie de acciones para posibilitar que el consumidor obtenga la justa satisfacción de sus necesidades. Estas se dividen en:

- Producto: Calidad, marca, estilo y diseño; características y empaque
- Precio: Créditos, descuentos, bonificaciones
- Plaza: Canales, cobertura, transporte
- Promoción: promoción, ventas
- Publicidad



**Figura 2.** Marketing mix  
**Fuente:** (Sarmiento, 2020)

#### 8.3.1.4.1. Producto

Producto “es todo aquello que la empresa fabrica o elabora para ofrecerlo en el mercado y satisfacer las necesidades de los usuarios. (López, 2018)

“Es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, como presentación, empaque, diseño y contenido; e intangibles como la marca, imagen, servicio y valor agregado que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos” (Ganzinelli, 2020).

Los productos se refieren a todos los productos básicos que se proporcionan al mercado para su adquisición, uso o consumo y que pueden satisfacer la demanda.

#### 8.3.1.4.2. Precio

“El precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio” (Sagi & Grande, 2018).



“Es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, como presentación, empaque, diseño y contenido; e intangibles como la marca, imagen, servicio y valor agregado que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos” (Bravo, 2018).

El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio.

- **Análisis de precios**

Para (Lizarazo, 2019):

En sí un análisis de precios se realiza de forma unificada para comparar la diferencia entre el precio proporcionado por la empresa y el precio proporcionado por otras empresas del mercado. Su aplicación puede darse en diversas situaciones donde se puede obtener un determinado producto o se mantiene una idea clara por el precio de una empresa competidora.

El análisis de precios incluye el estudio de diferentes precios en el mercado de bienes o servicios para determinar cuál es el precio más adecuado para la empresa.

- **Fijación del precio en función al costo**

A decir de Araujo (2019) es la fijación de este considerando el costo total unitario y el margen de utilidad.

$$\text{Costo total} = \text{Costo De Producción} + \text{Costos De Distribución}$$

$$\text{Costo total} = \text{MPD} + \text{MOD} + \text{CIF} + \text{Gto. Adm.} + \text{Gto. Ventas} \\ +/\text{- Mov. Financiero}$$

#### 8.3.1.4.3. Plaza

La plaza para (Rueda, 2020):

Es el espacio en el cual se encuentran tanto oferentes como demandantes con el objetivo de vender o adquirir un bien o servicio que permita satisfacer una necesidad o cubra un deseo, en el desarrollo del proyecto identificar la plaza juega

un papel importante ya que nos permitirá elegir el lugar adecuado en el cual se comercializará el producto puesto que este deberá ser un punto estratégico de concentración de consumidores que permita mantener una demanda constante.

Plaza es el espacio físico o virtual donde se logra que los productos o servicios estén disponibles para el consumidor.

#### **8.3.1.4.4. Promoción**

La promoción: “busca cumplir con objetivos de comunicación de mercadotecnia a través de la utilización de una mezcla promocional” (Bravo, 2018).

“Es el conjunto de actividades que estimulan la decisión de compra; su finalidad es dar a conocer el producto, acelerar, incrementar y garantizar las ventas” (Miranda, 2017).

#### **8.3.1.4.5. Publicidad**

A criterio de (Bravo, 2018):

La publicidad es instrumento que permite dar a conocer un producto al posible cliente a través del uso de canales de comunicación. La inversión económica que un negocio realiza en publicidad para su bien o servicio es retribuida y se ve reflejada en el incremento de su volumen de ventas ya que mientras más personas conozcan la existencia y utilidad del bien mayores son los ingresos que captará a su favor.

Publicidad es toda forma de comunicación cuya intención es influir en las percepciones y conducta del consumidor para incitar a la decisión de compra.

#### **8.3.1.5. Comercialización**

Según Flórez (2017), en su libro Proyecto de inversión para las pymes sostiene que “en la comercialización considera la forma de almacenamiento, el sistema de transporte utilizado, la exhibición de productos o servicios, la reputación de los consumidores y el soporte técnico a los usuarios, así como los mecanismos de promoción y publicidad”.

“La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles” (Caurin, 2018).

La comercialización son las acciones para insertar eficazmente los productos, garantizando que los mismos se encuentren en el lugar, al precio y en la cantidad solicitada, y así posicionar el bien o servicio para conseguir que lo consuman y obtener resultados positivos.

#### **8.3.1.5.1. Micro comercialización**

En la opinión de García (2018), expresa que la micro comercialización es:

Actividades diversas que se realizan previamente, por lo que los productos o el bien que se entregan a los consumidores son los que más les gustan, lo que lleva a una planificación previa basada en la fidelización y satisfacción del cliente.

Álvarez de Ventura (2017), define a la micro comercialización como la “ejecución de aquellas actividades que logran los objetivos de la organización al anticipar las necesidades del cliente y guiar el flujo de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del cliente”.

La micro comercialización son las distintas actividades en base a las necesidades de los clientes, su objetivo primordial es lograr los objetivos de la empresa de forma óptima, iniciando desde las necesidades del cliente.

#### **8.3.1.5.2. Macro comercialización**

Se refiere a la venta al por mayor, es decir, se puede entender como un proceso en el cual se venden bienes y servicios de productores a consumidores, y en este proceso se pueden tomar en cuenta las metas de productores y consumidores y se pueden tomar en cuenta los intereses comunes. (Ávila, 2019)

Para García (2018), la macro comercialización: “se trata de una actividad social y económica que busca exportar bienes o servicios, esta exportación puede ser regional, nacional o extranjera.”

La macro localización se enmarca en todo lo que conlleva el sistema de producción y distribución. Procurando determinar los diversos sectores de la sociedad y así tener el conocimiento acordé de cómo ese producto llegará al público.

#### **8.3.1.5.3. Canales de comercialización**

Los canales de comercialización son los circuitos a través de los cuales los fabricantes (productores) proporcionan productos a los consumidores (usuarios finales) para que puedan comprar. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de colocar fábricas frente a los consumidores hace necesario distribuir bienes y servicios desde el lugar de producción al lugar de uso o consumo. Consiste en un grupo de intermediarios interrelacionados que entregan los productos o servicios del fabricante a los consumidores y usuarios finales. En el proceso de transporte de bienes y servicios desde el producto hasta el consumidor final, cada camino, circuito o paso diferente de intervención independiente. (Álvarez, 2017)

Los canales de distribución son vías o conductos que las empresas manufactureras emplean para llevar sus productos al mercado final. Siendo esta su función básica. Los canales de distribución también llamados canales comerciales o intermediarios, permiten que los compradores tengan a su disposición los productos. (Prettel, 2017)

#### **8.3.1.5.4. Tipos de canales de comercialización**

Los canales de comercialización se clasifican de acuerdo a los actores que intervienen en el proceso, los tipos de canales básicos son:

- **Canal directo**

En el canal directo: “no hay intermediarios, las relaciones del canal van directamente del fabricante al consumidor. Se da cuando la producción y el consumo están próximos y se maneja un volumen reducido de mercancía. Por ejemplo, una panadería” (López, 2015).

Los canales de venta directos: “permiten presentar el producto al consumidor final, en principio, sin ningún tipo de modificación respecto a la concepción original del mismo (Toro y Villanueva, 2017)

Los canales directos se refieren a ventas y comercialización de productos o servicios directamente a los consumidores, del fabricante al consumidor final, además de que permite acceder a la verificación total del canal para poder detectar y solucionar fácilmente posibles problemas.

- **Canal indirecto**

Los canales indirectos “son los canales donde es necesario recurrir a un intermediario, lo que incrementara el costo del producto. Productor – distribuidor – consumidor; productor – mayorista – consumidor; productor – minorista – consumidor” (Álvarez, 2019).

Según Toro y Villanueva (2017), definen que

Los canales indirectos son aquellos en los que, entre el fabricante y el consumidor final, existe algún tipo de intermediario, lo que posibilita que el fabricante pueda alcanzar una amplia cobertura geográfica sin elevados costes. Según el número de intermediarios que se den en ese canal, se definirá la extensión del mismo, siendo un canal corto aquel que tenga un único intermediario, y largo aquel que tenga más de dos.

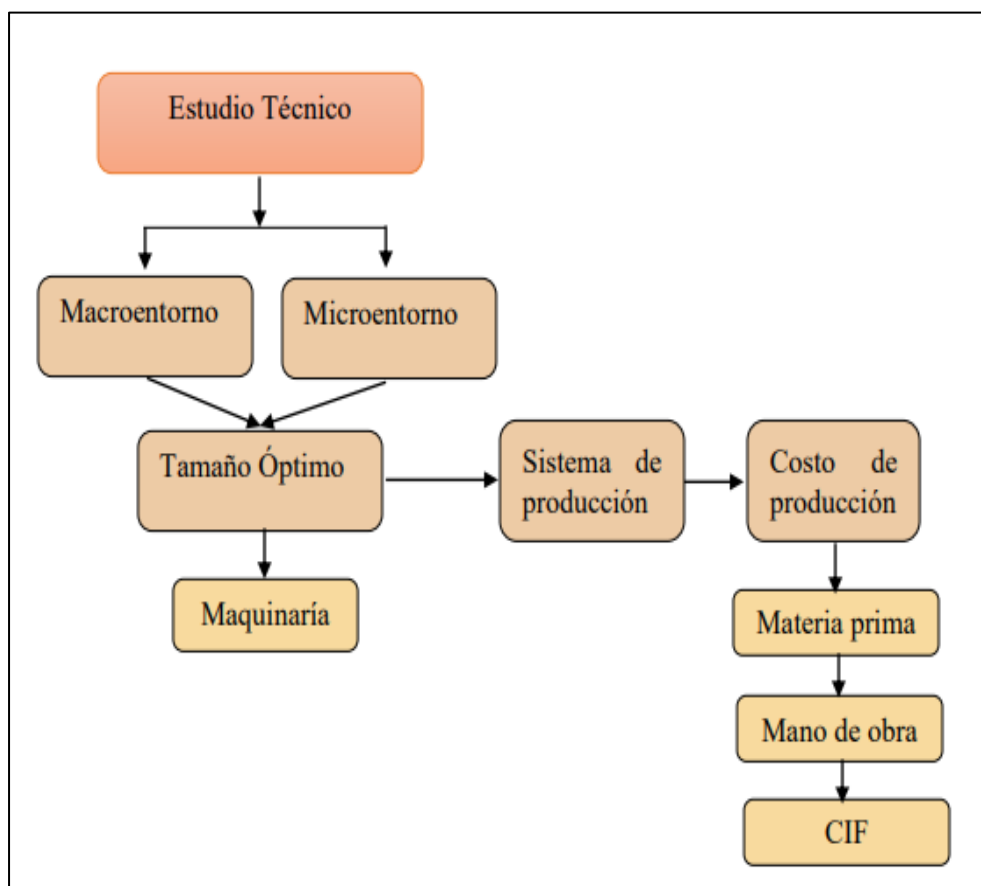
En el canal indirecto el producto pasa por diferentes sectores antes de llegar al consumidor final, contribuyendo al aumento de stock y repercutiendo en la reducción de los costes de almacenamiento y en el aumento de los niveles de eficacia.

### **8.3.2. Estudio técnico**

Los estudios técnicos según (Ortega, 2020):

Engloban la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva. En un enfoque sistémico, el proceso o la función de producción implican, hacia otros, los requerimientos de materia prima e insumos, y hacia delante, la entrega de bienes o de servicios.

El estudio técnico sirve para demostrar si el proyecto es posible técnicamente, se consideran aspectos como la localización, tamaño óptimo, inversión del proyecto entre otros aspectos.



**Figura 3.** Estudio técnico

Fuente: (Ortega, 2010)

### 8.3.2.1. Tamaño del proyecto

Para (Sapag, 2018):

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. El tamaño del proyecto incide en el nivel de satisfacción tanto para los inversionistas como para la colectividad.

Tamaño del proyecto es la capacidad de producción en un tiempo determinado, es la capacidad máxima de bienes o servicios que se pueden producir por unidad de tiempo.

### **8.3.2.2.Localización del proyecto**

A decir de (Baca, 2018):

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán –en parte importante- la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar. La localización de un proyecto consiste en encontrar la ubicación óptima, la cual contribuya a minimizar los costos y gastos de la inversión y del proceso productivo, además debe hacer responsablemente con estudios reales y posibles.

“El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos” (Miranda, 2017).

La localización del proyecto comprende niveles de aproximación del estudio del medio nacional o regional hasta identificar una zona urbana o rural para determinar un sitio preciso donde se ubicará el proyecto.

### **8.3.2.3.Macro localización**

El macro entorno “es la capa externa que está muy dispersa y que afecta de manera indirecta a las organizaciones. Abarca los factores sociales, demográficos, políticos, económicos entre otros que influyen en todas las organizaciones con un impacto casi igual” (Chiavenato, 2017).

### **8.3.2.4.Micro localización**

Micro entorno es el “conjunto de fuerzas presentes en el horizonte inmediato de la compañía, existen seis tipos; la propia compañía, proveedores, intermediarios, clientes, competidores y grupos de personas con intereses comunes” (Chiavenato, 2017).

El Micro entorno de la Empresa se evalúa a través del Modelo de Competencia Ampliada, que muestra los elementos que crean influencias sobre la misma.

### **8.3.2.5.Ingeniería del proyecto**

Ingeniería del proyecto para Baca (2018):

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En esta parte del estudio se requiere de la ayuda de un profesional o experto en el área de arquitectura o construcciones, quien brindará información técnica y económica referente a las instalaciones del proyecto.

La ingeniería del proyecto es el estudio para resolver todo lo referente a la instalación y el funcionamiento de la empresa. Desde la adquisición de equipo y maquinaria, la distribución óptima de la planta, hasta concretar la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la empresa.

### **8.3.2.6.Sitio preciso**

La ubicación o el sitio preciso puede ser en las cercanías de las ciudades, se trata de áreas suburbanas que suelen tener la misma calidad en los servicios públicos, pero que están dotadas de mayores posibilidades de selección y de expansión futura, aunque esto implique costos de transporte adicionales. La empresa debe ubicarse donde puedan utilizarse al máximo, y de manera conveniente, las ventajas económicas, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura en la zona. (Flórez, 2018)

El sitio preciso radica en la obtención de las mejores posibilidades de crecimiento y adquirir nuevas alternativas de expansión a corto y largo plazo, posicionándose para la utilización de todas las ventajas que se presenten en la localidad.

### **8.3.2.7.Disponibilidad de materia prima e insumos**

Chango (2018), plantea que:

Este análisis es una parte esencial del proceso de producción, y también es el conocimiento de las especificaciones que debe cumplir el producto. Es necesario especificar las características de las materias primas integradas en él, se deben especificar los demás insumos que se utilizarán en el proceso de producción.



Los insumos según los autores se catalogan en:

- **Materias primas:** están integradas en el producto y son la parte básica de este.
- **Materias industriales:** productos que han sido procesados por otras empresas, pero son requeridos en los productos.
- **Materias auxiliares:** materiales auxiliares necesarios para el normal funcionamiento de las máquinas implicadas en el proceso de fabricación. Estos materiales están en el producto final
- **Servicios:** El servicio es una parte básica de la empresa, por lo que se puede poner en funcionamiento.

La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad oportuna de materias primas e insumos que faciliten la elaboración del producto final a un buen costo. Si se logra determinar la existencia óptima y permanente de materias primas básicas, complementarias o sustitutas, con buena calidad y a unos precios competitivos no tendrán inconvenientes en la elaboración de productos. Sí, por lo contrario, la disponibilidad de las materias primas es de tipo estacional, es decir, se encuentran en determinadas épocas del año, el proyecto tendrá que definir obligatoriamente una capacidad de almacenamiento y conservación de materias primas que garantice la producción y comercialización oportuna de los productos con los que se va a atender al consumidor final (Flórez, 2017).

La disponibilidad de la materia prima e insumos se direcciona de acuerdo al tiempo y espacio determinado para la producción de los bienes o servicios, logrando la obtención y disponibilidad de las materias primas para poder tener como resultados un producto final a buen costo y excelente estado.

#### **8.3.2.8. Distribución espacial**

López (2018), establece que:

La distribución se ha diseñado en función de algunos factores importantes como son la optimización de recursos que minimicen los recorridos de los materiales, el empleo adecuado del área disponible según los requerimientos de cada área, la

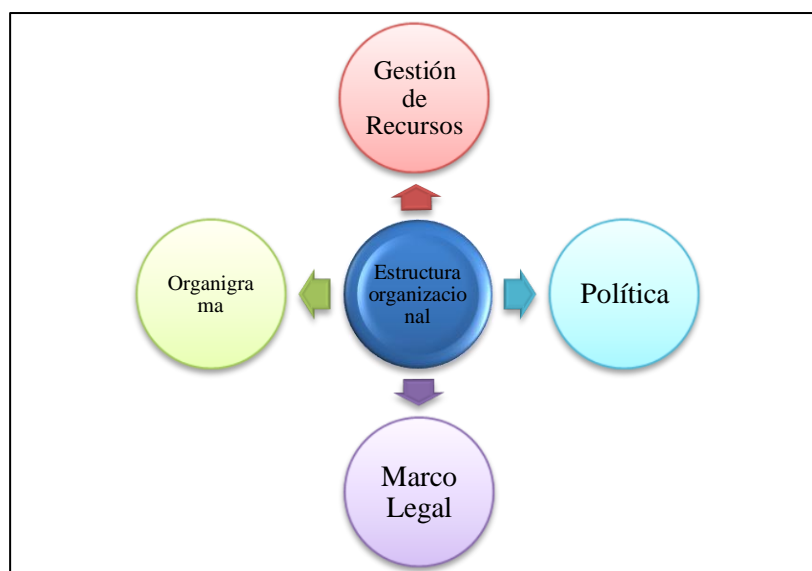
seguridad y bienestar de los trabajadores y de los materiales, y el incremento de la eficiencia y productividad de los empleados.

### 8.3.2.9. Organización de la empresa

Según (Ivancevich, 2018):

Es el patrón formal de las actividades e interrelaciones entre las diversas subunidades de la organización. La estructura organizacional es en la cual se toman en cuenta aspectos relevantes para el buen funcionamiento de la empresa como: misión, visión, políticas, objetivos, entre otros, los cuales permiten que exista una mayor coordinación y responsabilidad de las actividades.

La estructura organizacional es un concepto esencialmente jerárquico de subordinación dentro de las empresas o entidades que ayudan a servir a un objetivo común.



**Figura 4.** Organización de la empresa  
Fuente: (Ivancevich, 2018)

#### 8.3.2.9.1. Organigrama

Miranda (2017), establece que:

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para

conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización. Un organigrama es una representación gráfica de una empresa que representa los diferentes niveles administrativos y departamentos o áreas que la conforman, estos pueden ser verticales, horizontales, circulares entre otros.

Es una representación gráfica que expresa la estructura jerárquica e interrelación de las distintas áreas o elementos que componen una organización.

#### **8.3.2.9.2. Marco legal**

Para (Belio y Sain, 2017):

El marco legal es el proceso mediante el cual intenta determinar si existen restricciones legales a la inversión del proyecto, que debe llevarse a cabo en la etapa inicial de formulación y preparación, ya que los proyectos de alta rentabilidad pueden no ser factibles bajo las regulaciones legales. Los elementos que se debe considerar son:

- Tipo de empresa u organización que se pretende crear.
- Formación del marco legal.
- Requerimientos legales y de operación.

Belio y Sain (2017), también definen que:

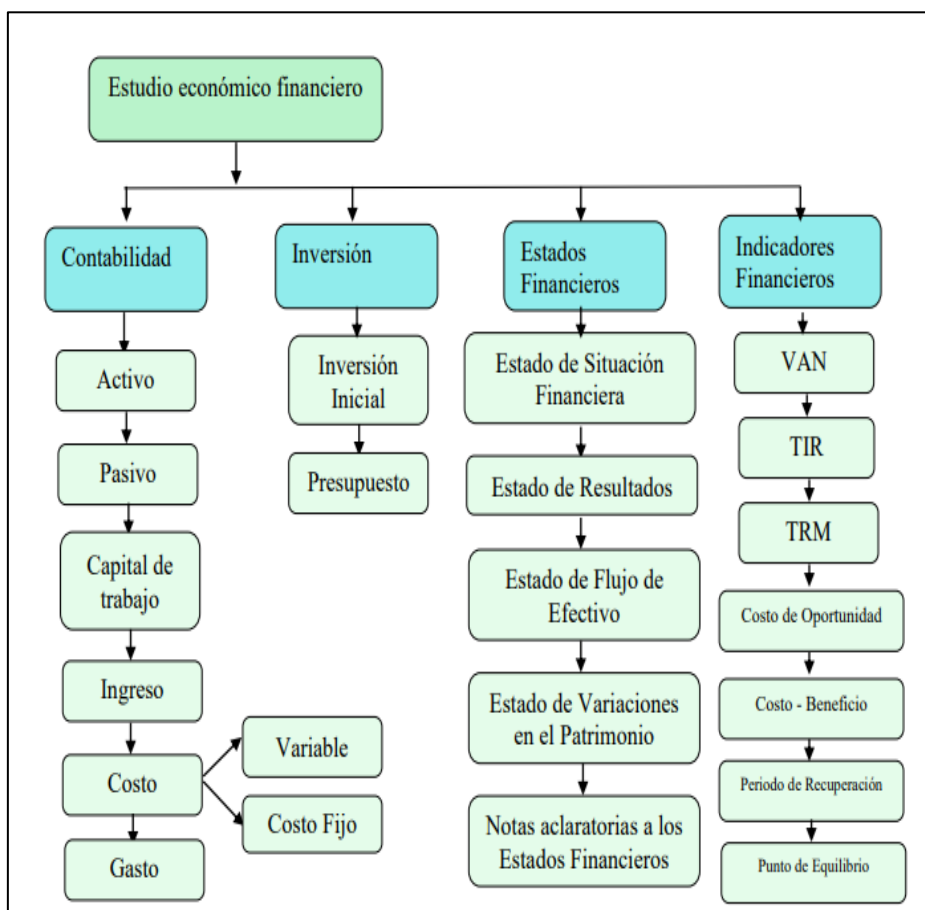
El estudio legal tiene como objetivo determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo con las regulaciones que rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto en el sistema de empleo, el bienestar social y otras obligaciones laborales. Una de las tareas más relevantes del estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar importaciones o las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

Teniendo en cuenta las definiciones de los autores se expresa que el marco legal busca determinar la viabilidad de un proyecto en relación a las normas que rigen. Determinando las implicaciones tanto técnicas como económicas en todo lo que respecta al ámbito de regulación y por ende operación del proyecto.

### 8.3.3. Estudio económico

“Estudio financiero es uno de los componentes más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implantación” (Araujo, 2019).

El estudio financiero es una parte fundamental en la evaluación de un proyecto de inversión ya que se investiga la viabilidad financiera del mismo, se examina los beneficios y pérdidas en los que se puede incurrir al ejecutar el proyecto, su propósito es ofrecer resultados para la toma de decisiones concerniente a realizar o no la inversión.



**Figura 5.** Estudio financiero  
Fuente: (Araujo, 2019)

### **8.3.3.1. Costo**

Costo según (Baca, 2018):

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad). El costo es una inversión que se hace en el departamento de producción, además este valor es recuperable.

Para la Superintendencia de Compañías (2020) “comprende el costo de los inventarios vendidos, que comprende todos derivados de la adquisición y transformación, así como otros costos indirectos de producción necesarios para su venta”.

El costo es el mismo concepto de inversión, dado que, de todo costo proyectado, se espera beneficios presentes y/o futuros de otra manera no se realizaría el egreso.

### **8.3.3.2. Tipos de costos**

#### **8.3.3.2.1. Costos fijos**

Para (Sarmiento, 2020):

Costos fijos son los costos constantes, inalterables; que no varían independientemente del volumen de producción, siempre habrá que incurrir en estos costos, por ejemplo: sueldos de administración, arriendos, depreciaciones, amortizaciones, etc. Los costos fijos son el conjunto de recursos que permanecen constantes dentro de un determinado proceso productivo, es independiente de la cantidad de productos elaborados.

Los costos fijos son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.

### **8.3.3.2.2. Costos variables**

Para (Sarmiento, 2020):

Costos variables son todos los costos que cambian de acuerdo al volumen de producción, mayor será el costo variable y viceversa; y, si no hay producción no habrá estos costos, por ejemplo: compra y utilización de materiales, utilización de mano de obra directa. Son los costos que varían directamente en función del volumen de producción, entre más productos elaborados mayor será el costo variable y por el contrario si se elabora menos productos menos será el costo variable.

Los costos variables son aquellos que incrementan o disminuyen en relación directa con la producción.

### **8.3.3.3. Inversión**

Según (Ortega, 2020):

La inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que pueden generar utilidad. La inversión implica la utilización del dinero en algún tipo de negocio con la finalidad de que este incremente con la ejecución del proyecto.

#### **8.3.3.3.1. Inversión fija**

A criterio de (Miranda, 2017):

Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras: terrenos para la construcción de instalaciones, o explotaciones agrícolas, maquinaria, equipo y herramientas, vehículo, muebles, etc.

### **8.3.3.3.2. Inversión diferida**

Las inversiones diferidas según (Miranda, 2017):

Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puesta en marcha. Cuando existe cierta incertidumbre en la estimación de estos montos es aconsejable incluir una partida para imprevistos por un porcentaje entre el 5% y 10% del total de los diferidos.

### **8.3.3.4.Capital de trabajo**

Miranda (2017): establece que:

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

### **8.3.3.5.Depreciación**

La depreciación se considera un costo para la administración por el desgaste de una inversión fija como consecuencia del uso en el proceso productivo. Para el cálculo de este rubro se debe considerar la vida útil de cada activo fijo establecido por las disposiciones tributarias de cada país (Viñan 2018).

Según Rodríguez (2015), la depreciación: “es la pérdida gradual en el valor de un activo fijo con el transcurso del tiempo, por su uso, desgaste, la acción de los elementos naturales, la insuficiencia, la obsolescencia o la combinación de estos”.

La depreciación consiste en reconocer financieramente el desgaste o pérdida de valor que sufre un activo como resultado del tiempo que se estuvo utilizando.

### **8.3.3.6. Amortización**

La amortización de un financiamiento o crédito se refiere: “a la cantidad que se paga periodo a periodo del saldo insoluto. La cantidad que se amortiza es el resultado del pago periódico menos los intereses e IVA del periodo” (Gutiérrez, 2020).

De acuerdo con Viñan (2018), sostiene que: “la amortización significa saldar gradualmente una deuda mediante una serie de pagos, que comúnmente son similares y se los ejecuta en momentos iguales. La amortización se emplea a los activos aplazados como seguros, egresos de constitución, entre otros”.

### **8.3.3.7. Ingreso**

De acuerdo con (Guajardo y Andrade, 2019):

Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito. Cuando el cliente no paga en efectivo por el servicio o producto, se produce una venta a crédito conocida como cuenta por cobrar. Recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito

Los ingresos pueden ser por actividades realiza la empresa como ventas, comisiones, intereses, dividendos, alquileres entre otros.

### **8.3.3.8. Gastos**

Los gastos según (Miranda, 2017):

Son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa. Los gastos son salidos de dinero que las empresas pagan a terceros por la fabricación de un producto o servicio terminado.

Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para conseguir ingresos y que disminuyen el capital de la empresa.



### 8.3.3.8.1. Tipos de gastos

- **Gastos administrativos**

Para Flores (2016), los gastos administrativos son: “todos los gastos relacionados con el campo administrativo, tales como salario, beneficios, depreciación de activos fijos, amortización de pagos diferidos, seguros, impuestos prediales y otros gastos, tales como papelería y material de oficina, comunicaciones, transporte, asignación diaria, investigación y desarrollo”.

Partiendo de la base de que los gastos de administración representan las erogaciones que se realizan con el objetivo de controlar y optimizar los recursos con los que cuenta una entidad económica, es entonces que en este renglón acumularemos las erogaciones tendientes al objetivo mencionado. (Reveles, 2017)

Los gastos administrativos son los que no se vinculan con la actividad económica del mismo, permiten controlar y optimizar los recursos y no solo de determinada área.

- **Gastos Financieros**

“Los gastos financieros se refieren a los gastos incurridos como financiamiento externo o cobranza de comisiones por servicios de entidades financieras” (Román, 2017)

### 8.3.3.9. Estados financieros

Los estados financieros según Zapata (2017) son:

Reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad. Los estados financieros son informes que realizan las empresas por lo general al finalizar cada mes, los mismos que reportan la situación económica o financiera, además permiten conocer cuánto se ha perdido o ganado en las diferentes operaciones del negocio y por consecuencia se observa la

condición de la inversión realizada y ayuda a que la toma de decisiones sea la óptima.

Los estados financieros presentan los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica- al final del período sobre el que se informa.

#### **8.3.3.9.1. Estado de situación financiera**

El balance general según (Calleja, 2021):

También llamado estado de situación financiera, o estado de posición financiera, muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieras de la entidad, por consiguiente, los activos en orden de su disponibilidad, revelando sus restricciones; los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros; así como el capital contable o patrimonio contable a dicha fecha. El estado de situación financiera presenta el resumen de los movimientos en los activos, pasivos y patrimonio, realizados en un periodo determinado.

Integra la situación económica y financiera de la empresa a una fecha dada. La situación financiera se refiere a la capacidad de pago de las deudas contraídas y a la forma de invertir en activos los recursos propios (patrimonio) y los recursos ajenos (pasivos).

#### **8.3.3.9.2. Estado de resultados integral**

Estupiñan (2018), establece que:

El Estado de Resultados Integral de acuerdo con las NIC/NIIF, incluye todas las partidas de ingresos, costos y gastos reconocidos en el período, consideradas como operativas del ejercicio, que determinan la ganancia o la pérdida neta del mismo. El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias, indica los movimientos económicos de la empresa durante un tiempo determinado, los mismos pueden ser positivos generando utilidad, y negativos generando una pérdida.

Estado de resultados integrales presenta todas las partidas de ingreso y gasto reconocidas en un periodo sobre el que se informa, excluyendo las partidas de otro resultado integral.

### 8.3.3.9.3. Estado de flujo de efectivo

Estado de flujo de efectivo para (Zapata, 2017):

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar a capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura. El estado de flujo de efectivo presenta el resumen de los movimientos que tuvo el efectivo en un periodo determinado, el cual es elaborado para determinar la liquidez actual y futura.

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2019) establece que:

El Estado de Flujo de Efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiamiento.

- **Actividades de operación:** Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de actividades ordinarias de la entidad.
- **Actividades de inversión:** Son las de adquisición y disposición de activos a largo plazo, y otras inversiones no incluidas en equivalentes de efectivo.
- **Actividades de financiamiento:** Son las actividades que dan lugar a cambios en el tamaño y composición de los capitales aportados y de los préstamos tomados de una entidad.

### 8.3.4. Estudio financiero

Según Puentes (2019), sostienen que:

El estudio financiero es la cuarta etapa de un proyecto de inversión, debido a la investigación y análisis realizados en la etapa anterior, la información monetaria aparece de manera sistemática y ordenada, lo que es muy útil para evaluar las condiciones económicas. La rentabilidad del proyecto. Esta investigación incluye

específicamente los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto antes de que se inicie y para determinar el costo total del proyecto durante su operación.

De acuerdo con Tapia y Jiménez (2019), “el estudio financiero aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizarán, susceptibles de compararse con la de otras alternativas de inversión”.

El estudio financiero consiste en establecer los recursos financieros necesarios para la ejecución del proyecto, precisando la identificación de las inversiones, ingresos y egresos, los beneficios/costos y de esta manera comprobar la conveniencia de a posible ejecución del proyecto.

#### **8.3.4.1. Valor Actual Neto (VAN)**

Baca (2018), establece que:

Valor presente neto es sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

De la misma manera para (Miranda, 2017):

El método usado por la mayoría de las grandes empresas para evaluar proyectos de inversión se conoce como valor presente neto (VPN). La intuición subyacente en el método del VPN es sencilla. Como el método del VPN toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo de los inversionistas, es una técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital que la regla del periodo de recuperación.

El valor presente neto o valor actual neto es un medio que permite alcanzar el valor presente de un determinado número de flujos de caja causados por una inversión, si este es positivo indica que el proyecto es factible y generará rentabilidad.

- **Fórmula del VPN**

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

### 8.3.4.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa interna de retorno según (Baca, 2018):

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. La tasa interna de retorno es un indicador clave de los estudios de análisis, representa el retorno generado por determinada inversión.

Así mismo Baca (2018) define que:

La tasa interna de rendimiento o retorno (TIR) es una de las técnicas más usadas de las técnicas de elaboración de presupuesto de capital. La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las 137 entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. Este criterio es equivalente a hacer el VAN igual a 0 y determinar la tasa que permite el flujo actualizado.

Criterios de Decisión Cuando se usa la TIR para tomar las decisiones de aceptar o rechazar, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Esos criterios garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus dueños.

### Fórmula de la TIR

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$P = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

#### 8.3.4.3. Relación beneficio/costo (B/C)

La relación beneficio – costo “compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El costo beneficio es un razonamiento basado en el principio de obtener mayores y mejores resultados con mínimo de esfuerzo, con eficiencia” (Baca, 2018).

Según (Miranda, 2017):

La actividad económica de un país está orientada a combinar los recursos eficientemente y convertirlos en bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad; pero dado que los recursos son limitados con relación a la magnitud de las necesidades se deberá a través de los planes y programas de desarrollo establecer tablas de priorización atendiendo criterios de crecimiento, de equidad y bienestar, por lo tanto la tarea de los planificadores a todos los niveles es establecer la forma en que los recursos se deben utilizar con el fin de satisfacer el mayor nivel de necesidad.

El análisis económico del “costo-beneficio” es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto.

- **Fórmula del cálculo de Beneficio - Costo**

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)}{\sum \text{Egresos}/(1+i)}$$

## **9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS**

**¿Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad permite encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes?**

Mediante el estudio de mercado se pudo determinar una demanda insatisfecha de 2547 personas anualmente, indicando que existe un gran mercado para la implementación de esta propuesta de la confección y comercialización de ropas para niños y niñas en el cantón La Maná.

**¿Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías permiten establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño?**

El estudio técnico y financiero en consecución si permitió establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para el buen desempeño de la microempresa.

A través del estudio técnico, se pudo determinar que, si existe disponibilidad técnica para la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná, debido a que, si se dispone de todas las condiciones, como mano de obra, capital de trabajo, adquisición de activos fijos y materia prima.

**¿Formular el estudio financiero aplicando técnicas económicas permiten determinar la viabilidad del proyecto?**

El estudio financiero aplicando técnicas económicas permitió determinar la viabilidad del proyecto. El Valor Actual Neto (VAN) de \$19.651,33 y el resultado de la Tasa de Retorno (TIR) de 66% por ende se determinó que el nivel de rentabilidad de la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná es adecuado.

## **10. METODOLOGÍA**

La presente investigación se planificó todas las etapas por medio de procedimientos metodológicos, como el tipo de investigación, métodos y técnicas de recopilación de información. Se determinó emplear los siguientes:

### **10.1. Diseño de la investigación**

#### **10.1.1. Cualitativa:**

El diseño de investigación cualitativa “se elige cuando se quiere comprender o explicar el comportamiento de un grupo objetivo, pero también si se buscan nuevas ideas o productos, o si simplemente se quiere probar algo” (Pérez, 2020).

La investigación cualitativa se empleó en la investigación de mercado, incluye entrevistas, y el método de observación cualitativa. Los resultados y las respuestas de estos métodos se interpretaron en función del contexto, debido a que la investigación de mercado representa información que no puede medirse directamente.

#### **10.1.2. Cuantitativa**

El enfoque cuantitativo según (Pérez, 2020).

Se basa en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer un patrón de comportamiento”. La presente investigación fue de carácter cuantitativo porque se empleó cuadros y gráficos estadísticos por medio de datos numéricos para identificar de manera exacta la participación de las respuestas de los encuestados.

Este diseño ayudó a definir con claridad los elementos que se relacionan al problema para poder delimitar con exactitud su inicio y la manera que incide con las demás variables, se obtuvo información necesaria para establecer estrategias de mercado y para conocer las necesidades de consumidores, entre otros datos importantes para el desarrollo del presente estudio.



## **10.2. Tipo de investigación**

### **10.2.1. Investigación Exploratoria**

De acuerdo a Gonzales (2018), La investigación exploratoria

“Es la que se realiza para conocer el contexto sobre un tema que es objeto de estudio. Su objetivo es encontrar todas las pruebas relacionadas con el fenómeno del que no se tiene ningún conocimiento y aumentar la posibilidad de realizar una investigación completa. Aunque la investigación exploratoria es una técnica muy flexible, comparada con otros tipos de estudio, implica que el investigador esté dispuesto a correr riesgos, ser paciente y receptivo”.

Mediante la investigación exploratoria se obtuvo información primordial que ayudo a definir el problema, de esta manera se analizó con exactitud el campo que se va a investigar.

### **10.2.2. Investigación Descriptiva**

Para Montero (2017) la investigación descriptiva:

Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el que, en lugar del porqué del sujeto de investigación. En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, describe el tema de investigación, sin cubrir por qué ocurre.

Se utilizó la descripción de los datos y características de una población. Este tipo de investigación proporcionó datos precisos y sistemáticos que se utilizaron en promedios y cálculos estadísticos, estableciendo los datos específicos de los posibles clientes potenciales.

### **10.2.3. Método inductivo**

De acuerdo con Rodríguez (2020) el método inductivo es:

Aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Para el proyecto de investigación se aplicó el método inductivo debido que se formó conclusiones específicas a través de las observaciones y experiencias en el ámbito de la confección artesanal, esto nos permitió conocer cómo ha ido evolucionando la organización de la clase artesanal y sus logros hasta la actualidad. Por todo esto es meritorio acudir a la planificación para buscar el financiamiento e innovar en el aspecto Industrial y de conocimientos para crear una Microempresa de Confección exclusiva para niños y niñas en el cantón La Maná.

#### **10.2.4. Método deductivo**

Rodríguez (2020), menciona que:

El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. Lo anterior quiere decir que se está usando la lógica para obtener un resultado, solo con base en un conjunto de afirmaciones que se dan por ciertas. Mediante este método, se va de lo general (como leyes o principios) a lo particular (la realidad de un caso concreto).

Cabe señalar que la veracidad de la conclusión obtenida dependerá de la validez de las premisas tomadas como base o referencia. Se aplicó este método para dar explicaciones de hechos y situaciones particulares partiendo de aspectos generales.

Por lo tanto, el método será aplicable en la investigación para la implantación de un plan de negocio en la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa de niños y niñas en el cantón La Maná, debido que en el Cantón no existe una microempresa.

### 10.3.Población y Muestra

#### 10.3.1. Universo poblacional

Según Rodríguez (2020) “población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios”.

Se determina la población de acuerdo a cifras proporcionadas por el último Censo de Población y Vivienda del 2010, la proyección de la población total del cantón La Maná al 2021 es de 58.331 habitantes y comprende en un segmento que va dirigido a los padres de niños y niñas de edades entre 1 y 5 años; los cuales comprenden en número aproximado de 10.200.

#### 10.3.2. Muestra

Para Rodríguez (2020) se conoce como muestra a “una porción significativa de la población, que determine el criterio de todos los encuestados, para lo cual suele emplearse un cálculo estadístico, en caso de estudiar una población muy extensa”.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente formula:

#### Datos:

N= Población = 10.200

E= Índice de error máximo admisible 5% = 0.05

#### Fórmula.

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{10.200}{0,0025(5200 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{10200}{13,9975}$$

$$n = 370$$

De acuerdo a la aplicación de la fórmula del muestreo poblacional se logró obtener una muestra de 370, la misma que sirvió para la realización de la respectiva encuesta.

#### **10.4. Técnicas e Instrumentos**

##### **10.4.1. Observación**

Rodríguez (2020), menciona que:

La técnica de observación son un conjunto de técnicas y herramientas orientadas a evaluar un fenómeno, un individuo o un grupo de personas. Implican una manera de acercarse a la realidad del sujeto para conocerla. Generalmente se estudian conductas y comportamientos observables.

La observación de cada una de las microempresas que están situadas en el Cantón La Maná. A través de la observación determinamos la viabilidad del proyecto para un posterior análisis fundamentado.

##### **10.4.2. Encuesta**

De acuerdo con (Rodríguez, 2020):

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla.

Encuesta fundamentada en experiencias anteriores con proyectos similares en la localidad para la instalación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización. En este caso se analiza la oferta y la demanda.

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 11.1. Resultado de las encuestas dirigidas a los padres de familia que tienen niños en edades comprendidas entre 1 y 5 años del cantón La Maná

#### 1. ¿En qué lugares prefiere comprar prendas de vestir de niños o niñas?

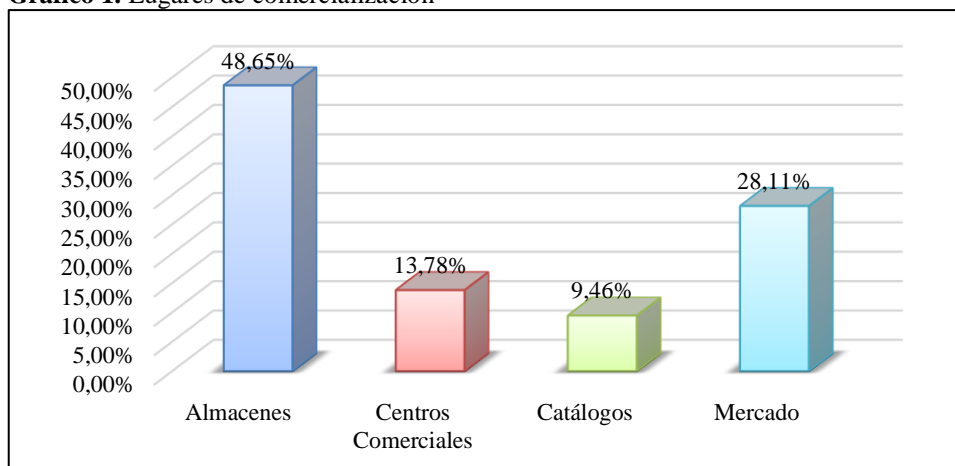
**Cuadro 2.** Lugares de comercialización

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Almacenes	180	48,65%
Centros Comerciales	51	13,78%
Catálogos	35	9,46%
Mercado	104	28,11%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 1.** Lugares de comercialización



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

#### **Análisis e interpretación:**

Los lugares a los que recurren con mayor frecuencia las personas para la adquisición de prendas de vestir de niñas o niños son los almacenes con un 48,65%, sin embargo, también mencionaron que un lugar estratégico para la venta lo constituye el mercado por ser el espacio físico que atrae gran aglomeración de gente en un 28,11%, esta información permite establecer el lugar adecuado de ubicación de la microempresa que permita captar clientes.

2. ¿En qué grado calificaría la satisfacción que le ha brindado la adquisición de estas prendas?

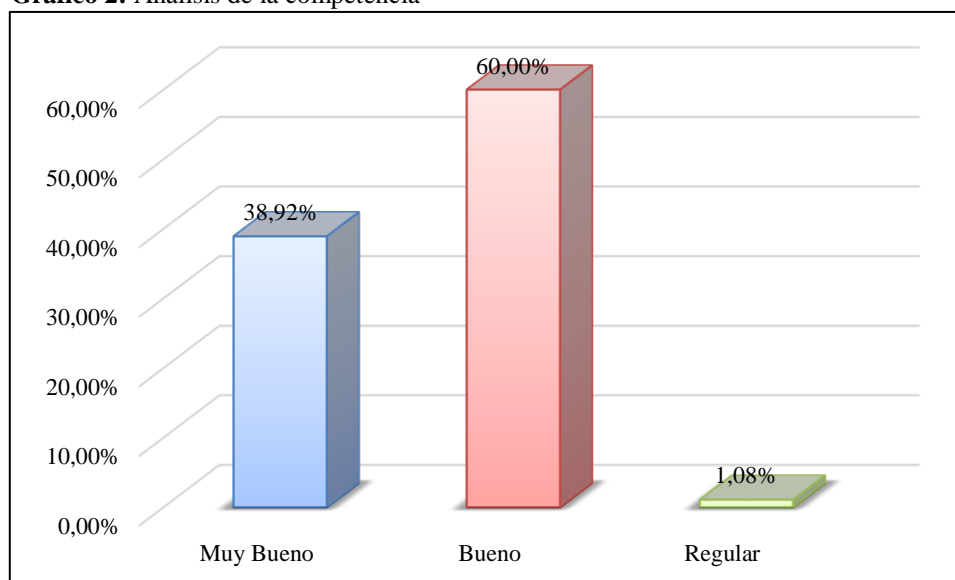
**Cuadro 3.** Análisis de la competencia

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Muy Bueno	144	38,92%
Bueno	222	60%
Regular	4	1,08%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 2:** Análisis de la competencia



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Análisis e interpretación:**

El 60% de la población califica a las prendas de niños o niñas adquiridas como buenas ya que no han logrado cubrir por completo sus expectativas, así también un 38,92% de la población expresa que su satisfacción tras adquirir este producto si fue muy bueno ya que se obtuvo lo que el cliente esperaba y un 1,08% piensa que fue regular. Tras este análisis del nivel de satisfacción del cliente la microempresa trabajará en lo posible con modelos nuevos, calidad y comodidad.

### 3. ¿Con que frecuencia compra prendas de vestir para niños o niñas?

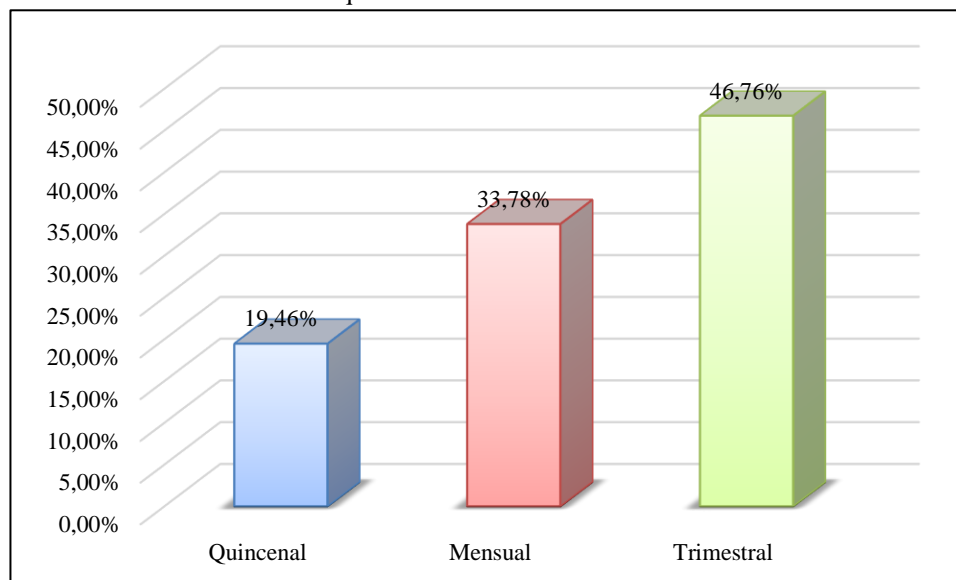
**Cuadro 4.** Periodicidad de adquisición

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Quincenal	72	19,46%
Mensual	125	33,78%
Trimestral	173	46,76%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 3:** Periodicidad de adquisición



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

#### **Análisis e interpretación:**

La frecuencia de compra de los consumidores de este tipo de prendas de vestir se ubica entre un lapso de tiempo trimestral en un 46,76%, en un rango menor con un 33,78% de manera mensual y quincenal un valor inferior del 19,46% estos datos nos permiten establecer la posible demanda del producto que presenta el mercado y la frecuencia que requiere para ser cubierta.

#### 4. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?

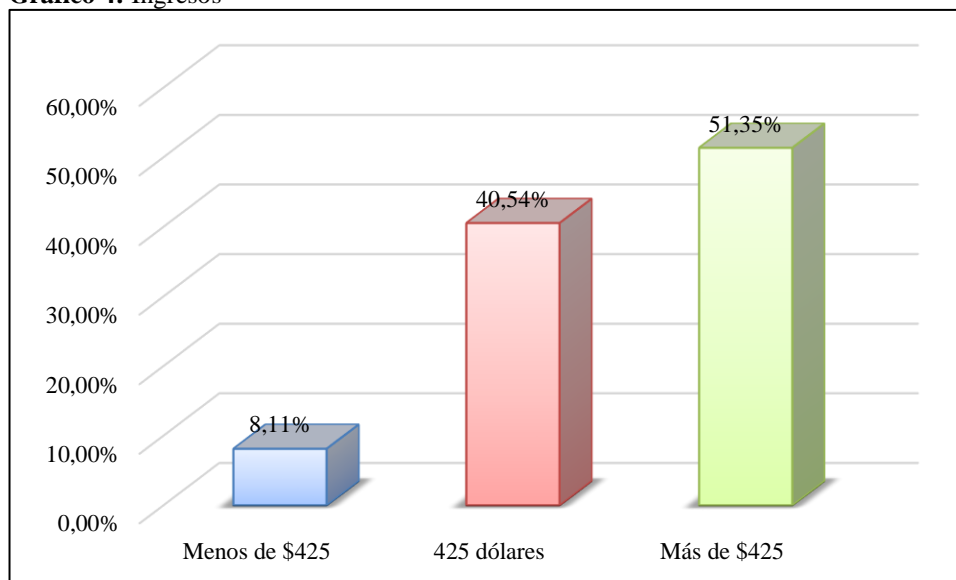
**Cuadro 5.** Ingresos

<b>Alternativas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de \$425	30	8,11%
425 dólares	150	40,54%
Más de \$425	190	51,35%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 4:** Ingresos



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

#### **Análisis e interpretación:**

Para nuestro estudio de mercado se consideró de gran importancia conocer el ingreso mensual del encuestado ya que ellos serán nuestros consumidores y a su vez esto nos permitirá detectar hacia donde tenemos que dirigir preferentemente nuestro producto, como podemos observar: un mínimo del 8,11% de los encuestados tienen un ingreso mensual menor de \$425. El 40,54% de los encuestados tienen un ingreso mensual de \$425. Y el 51,35% de los encuestados tienen un ingreso promedio mayor de \$425.



## 5. ¿Cuánto pagaría por prendas de vestir para niños o niñas?

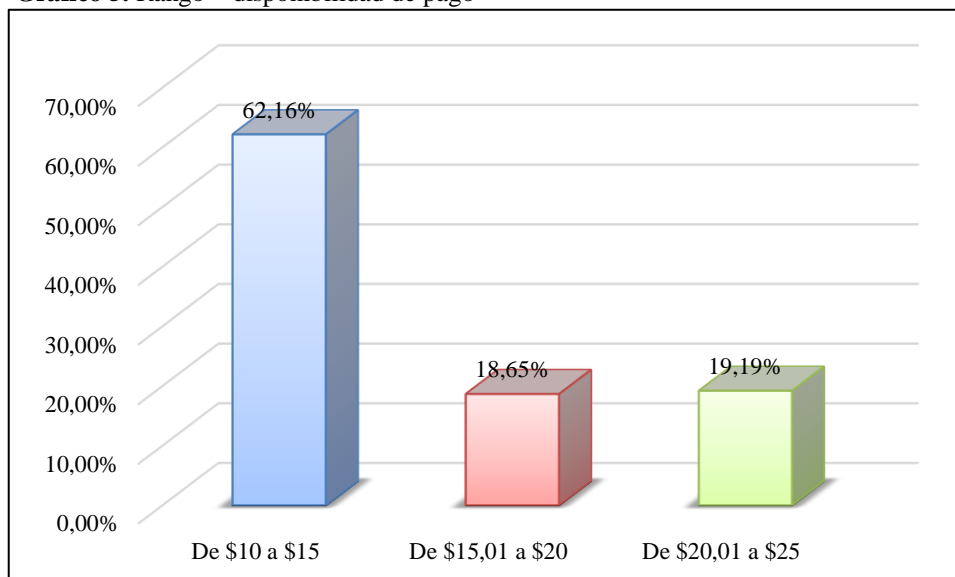
**Cuadro 6.** Rango – disponibilidad de pago

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
De \$10 a \$15	230	62,16%
De \$15,01 a \$20	69	18,65%
De \$20,01 a \$25	71	19,19%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 5.** Rango – disponibilidad de pago



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

### Análisis e interpretación:

De los 370 encuestados 230 pertenece a un alto porcentaje del 62,16% respondieron que pagarían de \$10 hasta \$15 dólares por una prenda de vestir para niños o niñas, seguido de personas que con un porcentaje del 19,19% dijeron que pagarían \$16 a \$20 dólares, datos que nos permiten analizar que con el funcionamiento de la empresa se empezaría elaborando más prenda de vestir para niños o niñas que correspondan a un valor de entre los \$10 a \$15 dólares.

## 6. ¿Cuándo adquiere prendas de vestir que aspecto cautivo su atención?

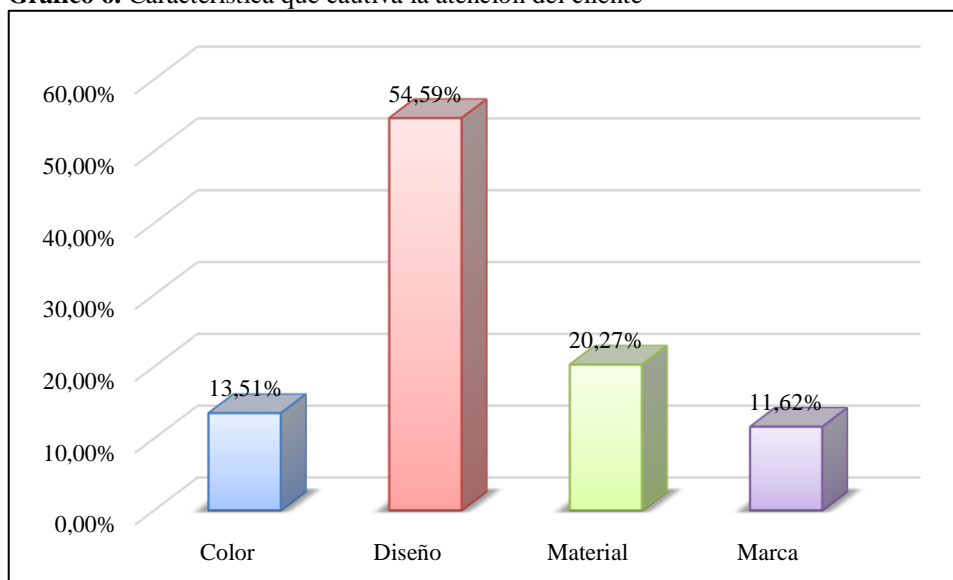
**Cuadro 7.** Característica que cautiva la atención del cliente

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Color	50	13,51%
Diseño	202	54,59%
Material	75	20,27%
Marca	43	11,62%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 6.** Característica que cautiva la atención del cliente



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

### Análisis e interpretación:

La mayor parte de las personas establece que al adquirir una prenda de vestir su principal atractivo es el diseño en un 54,59%, seguido por el material con el que se encuentran elaboradas con un 20,27% y otorgándole menor prioridad al color y la marca en un 13,51% y 11,62% respectivamente, este factor permite generar una idea clara de las preferencias e inclinaciones del consumidor para concretar el proceso de compra por lo que se direccionará la producción a modelos que permitan su demanda frecuente en el mercado.

## 7. ¿Conoce de algún negocio exclusivo que elabore y comercialice prendas para niños y niñas?

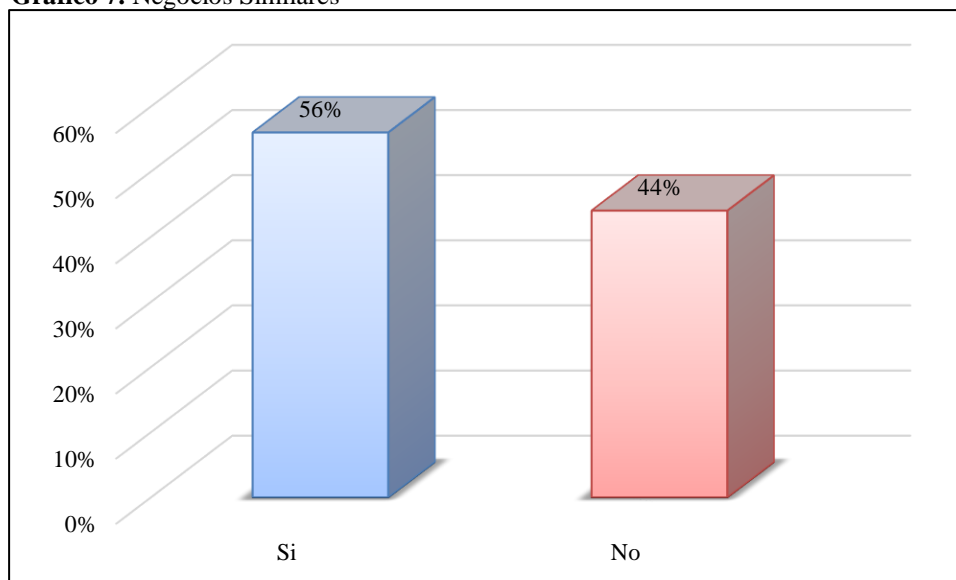
**Cuadro 8.** Negocios Similares

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Si	207	56%
No	163	44%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 7.** Negocios Similares



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

### Análisis e interpretación:

La población encuestada de la ciudad de La Maná manifiesta con un 56% que sí conoce sobre la existencia de un local comercialice prendas para niños y niñas dentro de los cuales coincidieron en mencionar a Baby Boss, negocio dedicado a la comercialización exclusiva de prendas de vestir de niños y niñas, mientras que el 44% manifiesta que no conoce, con estos datos se puede identificar los principales competidores directos del proyecto.

**8. ¿Le gustaría contar con un lugar especializado en elaborar y comercializar prendas de vestir para niños y niñas en la ciudad de La Maná?**

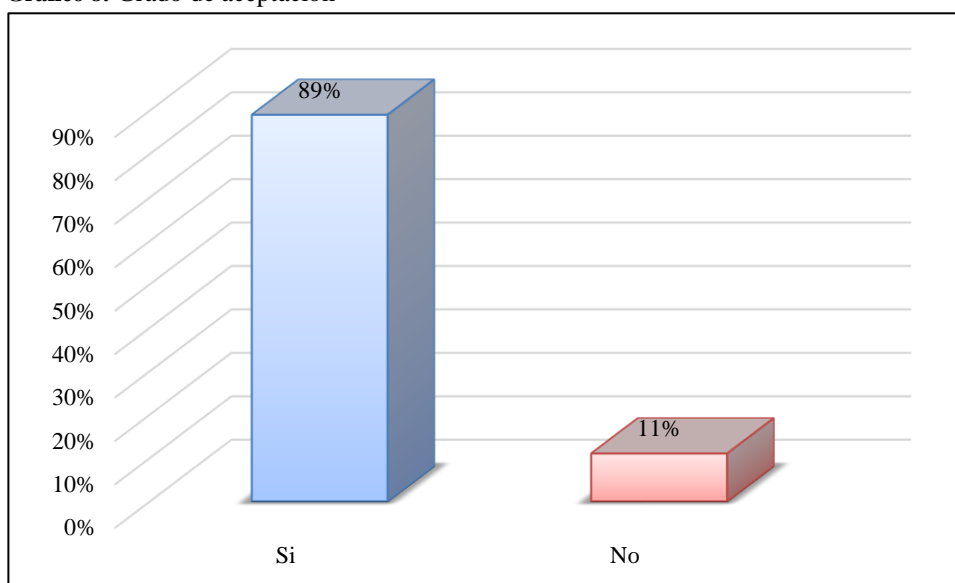
**Cuadro 9.** Grado de aceptación

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Si	331	89%
No	39	11%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 8.** Grado de aceptación



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Análisis e interpretación:**

El 89% de la población manifiesta que le gustaría que en la ciudad de La Maná exista una microempresa de diseño, producción y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas, puesto que en la actualidad se cuenta con pocos negocios que desempeñan esta actividad motivo por el cual al no encontrar gran diversidad de productos optan por viajar en busca de ellos a los alrededores de la ciudad principalmente a la ciudad de Quevedo incurriendo en mayores gastos para su adquisición, además se menciona que con esta nueva implementación se contribuye al desarrollo del Cantón.

## 9. ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir los productos que oferte la microempresa?

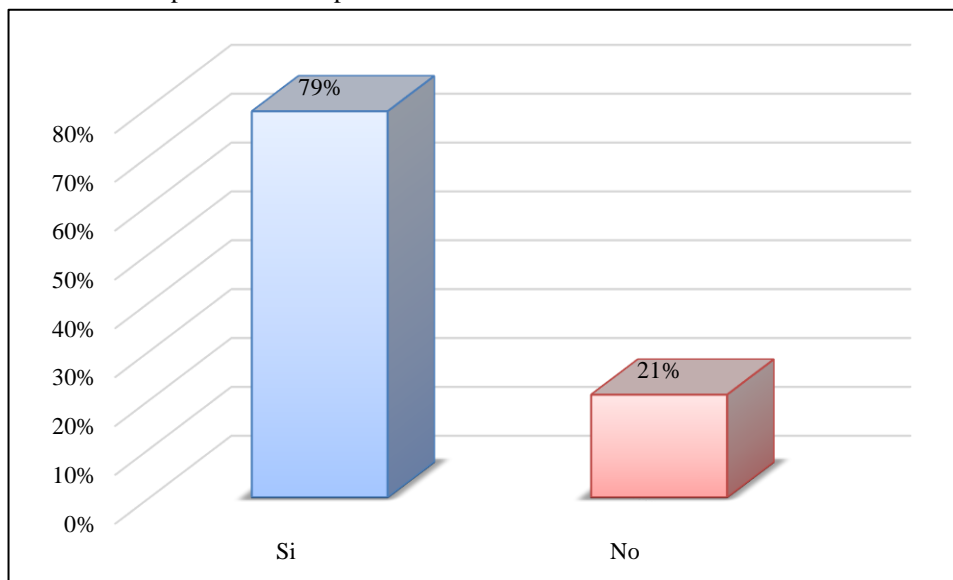
**Cuadro 10.** Aceptación de compra

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Si	293	79%
No	77	21%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 9.** Aceptación de compra



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

### Análisis e interpretación:

El 79% de la población si está dispuesta a adquirir los productos que oferte la microempresa, sin embargo se manifestó que para que esta demanda se mantenga en el tiempo dependerá de la calidad, precios y servicio que se presten con relación al cliente, así también quienes manifestaron una respuesta negativa la sustentaron en que al ser un nuevo negocio se desconoce la calidad de producto que ofrece por lo que una vez instaurada la microempresa en el mercado su principal objetivo será generar confianza en los clientes mediante la oferta de productos de calidad con precios justos y excelente atención.

## 10. ¿Porque medio le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrece la microempresa?

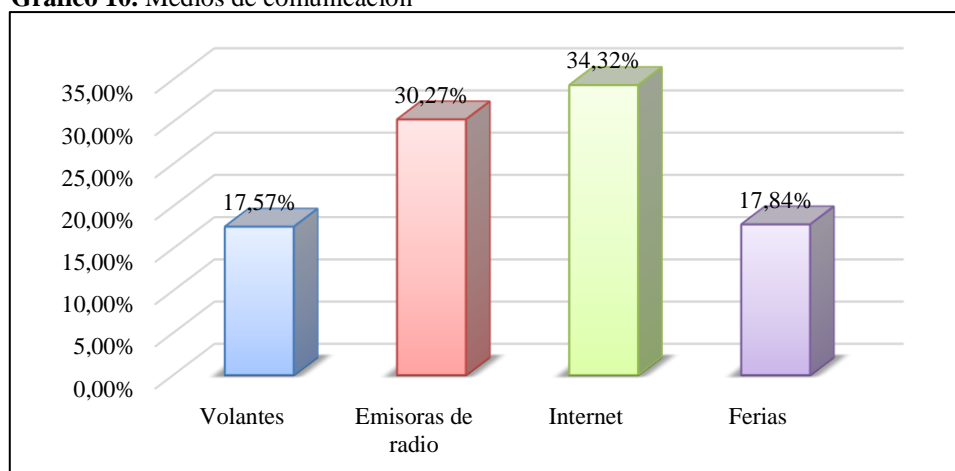
**Cuadro 11.** Medios de comunicación

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Volantes	65	17,57%
Emisoras de radio	112	30,27%
Internet	127	34,32%
Ferias	66	17,84%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

**Gráfico 10.** Medios de comunicación



**Fuente:** Encuestas aplicadas, enero 2022

**Elaborado por:** Las Autoras

### Análisis e interpretación:

La población determina que el medio de comunicación principal para dar a conocer el producto prendas de vestir para niños y niñas es el internet con un 34,32% gracias a las innovaciones en cuanto a tecnología en la actualidad el internet también forma parte de una fuente de publicidad y más aun considerando que la mayor parte del mercado meta del proyecto está conformada por gente que tiene acceso constante a este medio, seguida por la radio con un 30,27% ya que es común de las personas mantenerse sintonizadas a una frecuencia radial, así también el 17,84% indicaron que las ferias constituyen una gran estrategia para dar a conocer y promocionar el producto de forma física e inmediata seguida por los volantes con un 17,57% que son afiches que proporcionan un conocimiento previo del negocio y su actividad.

## **11.2. Conclusiones y recomendaciones de las encuestas aplicadas.**

### **11.2.1. Conclusiones**

- De los 370 padres encuestados del cantón La Maná se pudo constatar que el 48,65% de ellos realiza la compra de prendas de vestir de niños en almacenes (ver gráfico 1), los datos de este estudio de mercado reflejaron que el 51,35% de los ingresos de los lamanenses es de un salario básico (ver cuadro 4), realizando en mayor porcentaje de compras de manera trimestral con un 46,76% (ver gráfico 3), el 60% manifiesta que califica como bueno la satisfacción que le ha brindado la adquisición de las prendas en la actualidad (ver gráfico 3) además se pudo determinar que el 62,16% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$10 a \$15 por prenda (ver gráfico 5).
- Los resultados de las encuestas realizadas a los padres de familia que tienen niños en edades entre 1 y 5 años en el cantón La Maná permitió conocer que el 54,59% se fija en el diseño a la hora de realizar la compra de las prendas de vestir (ver cuadro 6), también se pudo conocer que al 89% le gustaría contar con un lugar especializado en elaborar y comercializar prendas de vestir para niños y niñas en la ciudad de La Maná.
- Se constató que el 34,32% de las personas encuestadas prefiere recibir la publicidad por medio del internet (ver gráfico 10), el 79% consideran que estaría dispuesto(a) a adquirir los productos que oferte la microempresa (ver gráfico 9).

### **11.2.2. Recomendaciones**

- Es necesario realizar un estudio de mercado donde se establezca de una manera detallada la oferta de las prendas de vestir para niños entre 1 y 5 años en el cantón La Maná, con el propósito de establecer la capacidad de comercialización y calcular la demanda insatisfecha para la ejecución de este estudio de factibilidad.
- En vista a que la demanda de prendas de vestir de niños en el cantón La Maná es alta, en el estudio técnico se deberá considerar algunos otros detalles, como el precio, la calidad del producto, la presentación, estos generaran un valor agregado que permitirá lograr la preferencia de los consumidores del cantón La Maná.
- Se debe determinar la aceptabilidad del producto en el mercado bajo criterios de adaptación a las nuevas tendencias en cuanto a características e innovación, tomando en cuenta el poder adquisitivo de los clientes, sus preferencias, lo que permitirá responder favorablemente a las necesidades expuestas por los posibles consumidores.

### 11.3.Propuesta.

#### 11.3.1. Estudio de mercado

##### Objetivo general

Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes.

##### Objetivos específicos

- Determinar la oferta actual y proyectada para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas entre 1 y 5 años en el cantón La Maná
- Establecer y proyectar la demanda de las prendas de vestir.
- Calcular la demanda no satisfecha existente de las prendas de vestir.

##### 11.3.1.1. Oferta Actual

Se determinó que existen negocios vinculados a esta actividad en los que solo se encuentran comercializadores de ropa de niños y productos sustitutos. Para establecer la oferta se investigó en el SRI y Cámara de comercio del cantón La Maná el número de locales, se obtuvo los siguientes resultados:

**Cuadro 12.** Oferentes de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná

<b>Negocio</b>	<b>Actividad</b>	<b>Segmento de Mercado</b>
Lady Sport	Comercializador	Ropa para Damas, Caballeros y Niños
Almacén Soraya	Comercializador	Ropa para Damas, Caballeros y Niños
Cositas y Diabluras	Comercializador	Ropa para niños
Novedades el Baratón	Comercializador	Ropa para Damas, Caballeros y Niños
Almacén Milena de Ropas	Comercializador	Ropa para niños
Baby Boss	Comercializador	Ropa para niños

**Fuente:** SRI y Cámara de Comercio

**Elaborado por:** Las Autoras

Para establecer la oferta actual de prendas de vestir de niños y niñas de 1 a 5 años se investigó a los diferentes negocios en el Cantón que se dedican a la comercialización de



prendas de vestir el número promedio de personas atendidas durante la semana, con lo cual se obtuvo los siguientes resultados:

**Cuadro 13:** Oferta actual de prendas de vestir de niños y niñas

<b>Negocio</b>	<b># promedio atendidas a la Semana</b>	<b># de personas promedio Mensuales</b>	<b>Total Oferta Anual</b>
Lady Sport	50	200	2400
Almacén Soraya	42	168	2016
Cositas y Diabluras	34	136	1632
Novedades el Baratón	55	220	2640
Almacén Milena de Ropas	32	128	1536
Baby Boss	25	100	1200
<b>Total Prendas</b>			<b>11424</b>

**Fuente:** Almacenes del cantón La Maná, enero 2021

**Elaborado por:** Las Autoras

### 11.3.1.1.1. Proyección de la oferta

Para la determinación de la proyección de la oferta consideró el total de la oferta, la tasa promedio de crecimiento del PIB del sector comercial de prendas de vestir se ubica en el 4.4% y la tasa de composición del PIB que representa el área textil del 7,24% (4.4% \* 7,24% = 0,318)

$$Op = Oi (1 + i)^n$$

**Cuadro 14.** Proyección de la oferta anual

<b>Año</b>	<b>Oferta Anual (Personas)</b>
1	11424
2	11497
3	11533
4	11570
5	11607

**Fuente:** INEC, 2021

**Elaborado por:** Las Autoras

### 11.3.1.2. Demanda

Personas que están dispuestas y en capacidad de adquirir bienes y servicios ofertados en el mercado; es esta quien cuenta con los recursos económicos para dar movimiento a la actividad mercantil. En la ciudad de La Maná la mayor parte de sus negocios de textiles se enfocan en la comercialización de toda clase de prendas de vestir, motivo por el cual

quienes desean el tipo de ropa señalada se ven en la obligación de viajar a sus alrededores para poder adquirirlos incurriendo en mayores gastos.

### 11.3.1.2.1. Proyección de la demanda

El proyecto comprende en un segmento de mercado en el cantón La Maná que va dirigido a los padres de niños y niñas de edades entre 1 y 5 años; los cuales varían en número aproximado de 10.200, tomando en cuenta la afectación que provoca el desempleo en la actualidad, esta fue reducida a 4820 habitantes, mismos que en un 79% estarían dispuestos a adquirir los productos de la microempresa, con una frecuencia trimestral a razón de un crecimiento poblacional en el cantón del 2,5% según información del INEC.

**Cuadro 15.** Determinación de la población demandante

<b>Datos</b>	<b>2021</b>
(+) Padres de niños y niñas de edades entre 1 y 5 años	10200
(-) 7,3% Tasa de desempleo 2021	745
(=) Total población	9455
(*) % de aceptación del producto	79%
(=) Total posibles clientes	7470
(*) % de frecuencia de adquisición de prendas de vestir (Trimestral)	46,76%
(=) Total Población demandante por trimestre	3493
(*) Total trimestres al año	4
(=) Total personas demandantes al año	13971

Fuente: INEC, 2021

Elaborado por: Las Autoras

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pf = Pi (1 + i)^2$$

**Cuadro 16.** Proyección de la población demandante total

<b>Año</b>	<b>Demanda Anual (Personas)</b>
1	13971
2	14679
3	15046
4	15422
5	15807

Fuente: INEC, 2021

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.1.3. Demanda insatisfecha

Para la determinación de la cantidad que compone la demanda potencial se tomó en cuenta el número total de personas que conforman la demanda anual menos la totalidad de personas que cubre la oferta anual, cuya diferencia representa el total de demanda insatisfecha existente en el mercado.

**Cuadro 17.** Proyección de la demanda insatisfecha

<b>Año</b>	<b>Demanda Anual (Personas)</b>	<b>Oferta Anual (Personas)</b>	<b>Demanda Insatisfecha Anual (Personas)</b>
1	13971	11424	2547
2	14679	11497	3182
3	15046	11533	3512
4	15422	11570	3552
5	15807	11607	4201

**Fuente:** Estudio de Mercado

### 11.3.1.4. Matriz AOOD

**Cuadro 18.** Matriz AOOD

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de proveedores (Maquinaria, telas e Insumos) en la localidad y sus alrededores.</li> <li>• Instituciones financieras que otorguen créditos a microempresarios con facilidades de pago.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevas plazas de contratación de empleo adecuado que generen la ausencia de personal.</li> <li>• Modificaciones en las reformas arancelarias que permitan introducir productos extranjeros a costos relativamente bajos o en su defecto generen la escasez de la materia prima.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel reducido de competencia en la localidad.</li> <li>• Apoyo de entes públicos a las PYMES a través del sistema de economía popular y solidario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de negocios similares.</li> <li>• Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes.</li> </ul>

**Elaborado por:** Las Autoras

### 11.3.1.5. Cruces estratégicos

**Cuadro 19.** Cruces Estratégicos

<p><b>MATRIZ AOOD</b></p>	<p><b>ALIADOS (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de proveedores (Maquinaria, telas e Insumos) en la localidad y sus alrededores.</li> <li>• Instituciones financieras que otorguen créditos a microempresarios con facilidades de pago.</li> </ul>	<p><b>OPONENTES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• contratación de empleo adecuado que generen la ausencia de personal.</li> <li>• Modificaciones en las reformas arancelarias que permitan introducir productos extranjeros a costos bajos o generen escasez de materia prima.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel reducido de competencia en la localidad.</li> <li>• Apoyo de entes públicos a las PYMES a través del sistema de economía popular y solidario.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (ALIADOS – OPORTUNIDADES)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mano de obra calificada que permite fortalecer nuevas iniciativas de producción que generen mayor competitividad.</li> <li>• Las facilidades para la obtención de créditos que ofrecen las instituciones financieras permiten ser beneficiarios del apoyo que brindan</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (OPONENTES, OPORTUNIDADES)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar profesionales disponibles para cubrir las nuevas plazas de trabajo.</li> <li>• Los cambios en las reformas arancelarias podrán ser afrontados con las asociaciones artesanales locales con el fin de evitar inestabilidad.</li> </ul>
<p><b>RIESGOS (R)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de negocios similares.</li> <li>• Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (ALIADOS – RIESGOS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponer de capital propio resulta una gran complejidad por ende se buscará el apoyo de entidades públicas o privadas para el financiamiento de la microempresa.</li> <li>• Para combatir la disminución el poder adquisitivo de los habitantes se buscará ofertar el producto a un mercado más amplio de tal forma que se disminuya la posibilidad de pérdida en el negocio</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS (OPONENTES – RIESGOS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emplear talento humano que haya terminado su formación en la rama artesanal o contratar personal que preste sus servicios de forma ocasional o lo haga en forma de maquila.</li> <li>• Fortalecer las alianzas entre productores textiles nacionales, combatiendo así el ingreso de productos extranjeros.</li> </ul>

**Elaborado por:** Las Autoras

#### **11.3.1.6. Conclusiones del estudio de mercado**

- Los resultados de la investigación muestran la existencia de 6 locales ofertantes de ropa para niños y niñas en el cantón La Maná con la comercialización de 11.424 prendas de vestir anual, la totalidad de estos no prestan servicios exclusivos como la confección, si no se dedican exclusivamente a la comercialización.
- En función a la información recabada se determina que en el cantón La Maná existe una demanda de 13.971 personas anual, con una proyección de crecimiento poblacional del 2,5% anual.
- La demanda no satisfecha que se presenta es de 2547 personas con un porcentaje de crecimiento del 2,5% anual, número altamente favorable con relación al nivel reducido de locales dedicados exclusivamente a la actividad de producción y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas, por lo que se determina que se cuenta con un amplio mercado al que se va a ofertar los productos.

### 11.3.2. Estudio Técnico

#### Objetivo General

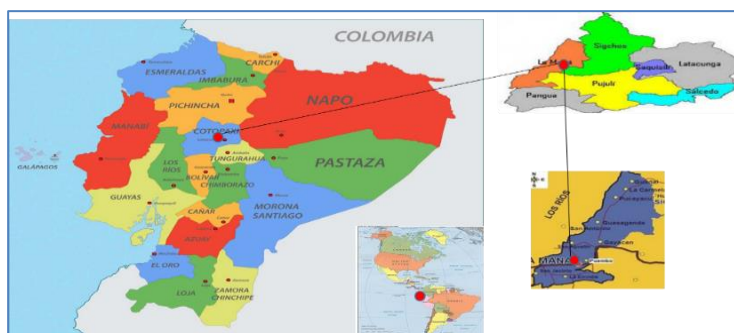
Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías que permitan establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño.

#### Objetivos específicos

- Describir la ubicación adecuada para el funcionamiento y disponibilidad de recursos de la localización del proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad apropiada para la operatividad y buen desempeño de la microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná.
- Especificar la estructura organizativa y el marco legal de la micro empresa para el establecimiento de parámetros de responsabilidad y delimitaciones de funciones.

#### 11.3.2.1. Localización

El presente proyecto se encuentra en la provincia de Cotopaxi, cantón La Maná, parroquia La Maná en la avenida 19 de Mayo y Eugenio Espejo, favorecido por encontrarse ubicado en la vía de ingreso hacia el centro de la ciudad, lo que genera una considerable presencia de población, al ser un sector muy comercial; así como también brinda una gran oportunidad su cercanía al mercado de la localidad, atrayendo a gran cantidad de gente hacia sus instalaciones.



**Figura 6.** Localización del proyecto  
Fuente: Google maps

### **11.3.2.2. Disponibilidad de infraestructura**

Se consideró un local comercial ubicado en la avenida 19 de Mayo y Eugenio Espejo debido a la amplitud de sus instalaciones que facilitará el buen desempeño de la operatividad de la microempresa, mismo que será obtenido en alquiler con pagos mensuales de \$150 dólares.

### **11.3.2.3. Proveedores de Materia Prima e Insumos**

La principal materia prima para la operatividad de la microempresa es la tela, misma que será adquirida por proveedores desde Guayaquil, mientras que los insumos como botones, hilos, cierres, entre otros serán adquiridos en los almacenes cercanos de Quevedo con el fin de evitar incurrir en mayores gastos mayores.

### **11.3.2.4. Disponibilidad de mano de obra**

El cantón de La Maná es un lugar que acoge a trabajadores de todo tipo, motivo por el cual se evidencia la disponibilidad de mano de obra calificada, misma que al provenir de la zona se ve favorecida por la facilidad de transporte existente. Para el buen funcionamiento del proyecto, se contará con cuatro personas, que laborarán ocho horas diarias percibiendo una remuneración mensual de acuerdo con lo establecido en la ley.

### **11.3.2.5. Disponibilidad de financiamiento**

El estado a través de Ban Ecuador facilita el acceso a créditos que financian proyectos de micro emprendimientos en actividades productivas, de comercio o servicios, desde 100 dólares hasta 20.000 dólares, a una tasa del 11.74% anual con un plazo de hasta 5 años. También se tiene instituciones como la cooperativa CACPECO con créditos que apoyan la producción y comercialización de productos y servicios, misma que otorga microcréditos desde 200 dólares hasta 20.000 dólares a una tasa de interés anual del 22% con plazos de hasta 4 años. Tras el análisis de las dos opciones crediticias se determinó que el proyecto será financiado mediante crédito bancario otorgado por Ban Ecuador ya que al ser una institución promovida por el estado otorga mayores facilidades de pago a una tasa de interés más baja en relación a las presentadas por una entidad privada, el valor

del crédito solicitado será de \$5.865,34 dólares a un lapso de tiempo de 5 años, con el pago de cuotas fijas mensuales.

#### **11.3.2.6. Promoción**

Para insertar el producto al mercado y captar clientes la promoción a utilizar será descuentos en compras al por mayor y obsequios por las compras como carros, pelotas y muñecas. También se ofrecerá descuento de hasta un 5% en todas las prendas durante el primer mes de apertura del negocio. Las estrategias de promoción para la venta que se mantendrán durante la vida del proyecto serán: la disminución de precios de hasta el 5% por fechas celebres principalmente por fin de año, navidad y día del niño. Así también se mantendrán los descuentos en compras al por mayor.

#### **11.3.2.7. Publicidad**

Para dar a conocer el producto y lograr su reconocimiento y distinción, la microempresa manejará un logotipo de identificación, el cual se compone de la siguiente manera: Además, en la investigación de campo, los posibles clientes mencionaron que les gustaría conocer sobre la existencia del producto mediante medios de comunicación como:

##### **11.3.2.15.1. Internet**

Gracias a las innovaciones en cuanto a tecnología en la actualidad el internet también forma parte de una fuente de publicidad y más aun considerando que la mayor parte del mercado meta del proyecto está conformada por gente que tiene acceso constante a este medio, se creará una página en la red social Facebook y se abrirá una cuenta en Instagram con el nombre y logo de la microempresa.

##### **11.3.2.15.2. Radio**

La radio ocupa el segundo lugar en cuanto a la preferencia de la población ya que a diario el público se mantiene sintonizado en una frecuencia, motivo por el cual para dar a conocer el producto se aprovechará la presencia de la estación radial 106.7 “Radio Bonita”, ubicada en la parroquia urbana del Cantón Antonio Ante, misma que presta sus servicios a razón de un valor de 25,00 dólares por mes.



### 11.3.2.8. Capacidad Instalada

Para la determinación del volumen de producción que la microempresa está en capacidad de ofrecer se consideró contar con 6 personas en el área de producción de las cuales 3 se encargarán del proceso de confección y una del área de diseño, una en el área de ventas y una en el área administrativa en un horario laboral de 8 horas diarias seis días a la semana.

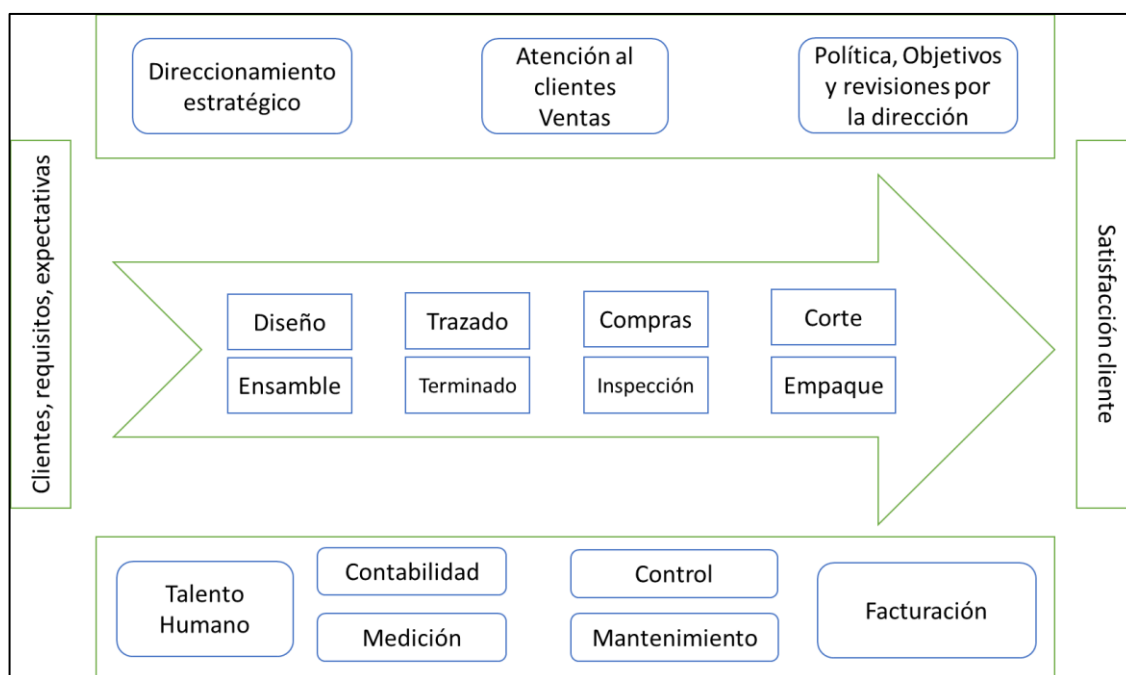
**Cuadro 20.** Producción - Capacidad instalada

Bloque de Producción	Tiempo utilizado en la confección Minutos	% de requerimiento	Producción Semanal	Producción mensual	Producción anual
Pantalones	30	20%	40	160	1920
Pantalinetas / Shorts	30	20%	40	160	1920
Camisetas / Blusas	30	20%	48	192	2304
Vestidos	45	20%	30	120	1440
Camisas	30	20%	30	120	1440
<b>Total</b>	<b>165</b>	<b>100%</b>	<b>188</b>	<b>752</b>	<b>4512</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.9. Diseño del proceso productivo

El proceso productivo consta de todas actividades que se efectuará en un determinado periodo de tiempo con el objeto de entregar un nuevo producto o servicio al mercado.



**Figura 7.** Mapa de procesos

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.10. Identificación del producto

Manufacturar ropa para niños y niñas de 1 a 5 años, con características especiales para recorrer y disfrutar de una manera cómoda y segura la vida al aire libre. El sector de textiles y confecciones de ropa de bebé en el cantón La Maná, carece de un mercado definido del producto es decir que esta población no conoce o no se identifica con una marca. Los precios son en su mayoría atractivos para el consumo.

#### 11.3.2.10.1. Características

- **Color:** Debe ser la prenda colorida y combinada los colores.
- **Diseño:** Fácil de poner y quitar, el diseño debe ser actual.
- **Tela:** Las telas deben ser suaves, que no se estire ni se encoja, ni pierda el color.
- **Precio:** Los precios deben ser razonables.
- **Acabados:** Los accesorios deben ser agradables, sin botones se prefiere los broches por comodidad, hilos de buena calidad.



**Figura 8.** Tarjeta de presentación  
Elaborado por: Las Autoras



**Figura 9.** Etiqueta de lavado  
Elaborado por: Las Autoras



**Figura 10.** Etiqueta de marca  
Elaborado por: Las Autoras

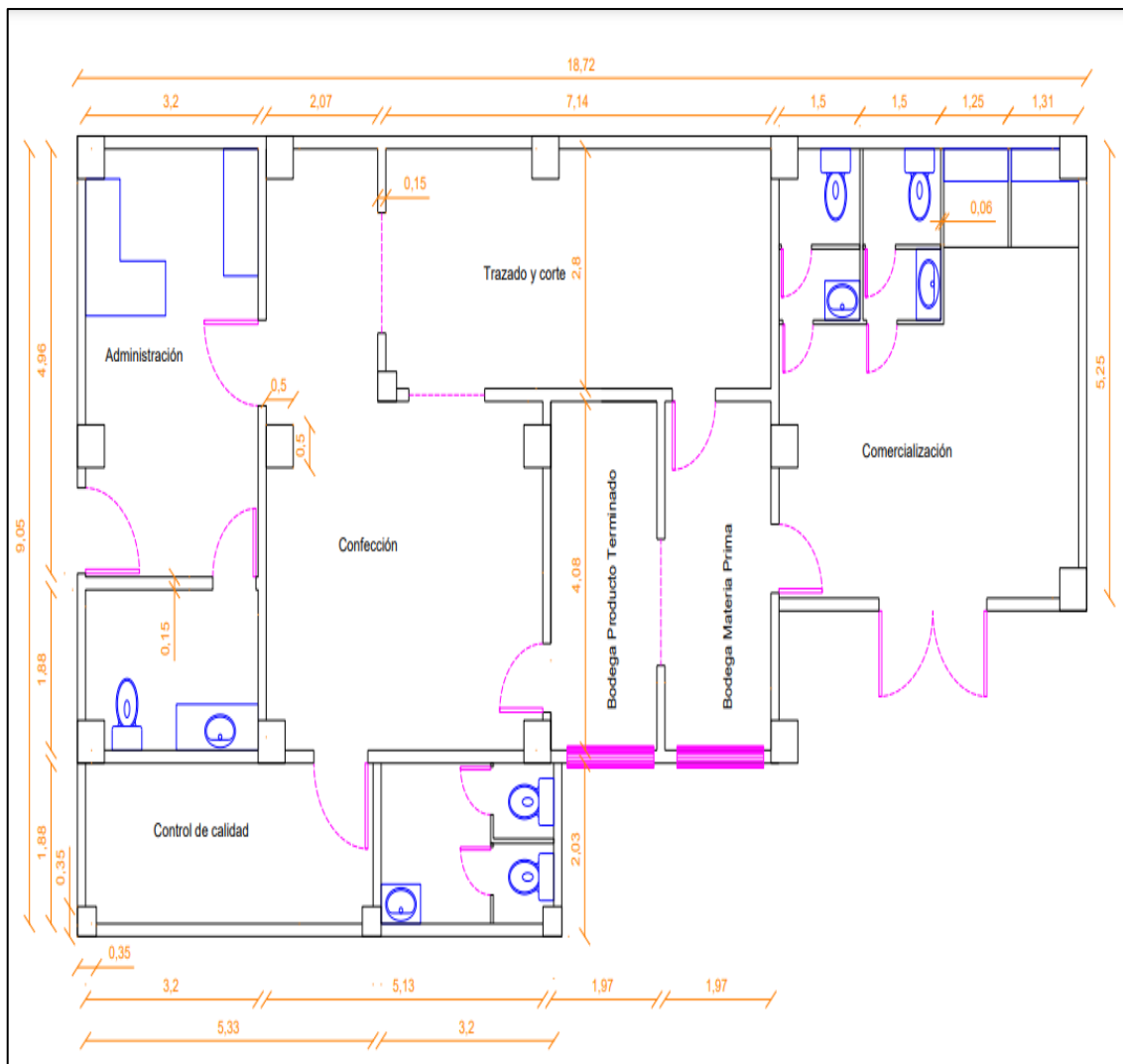
**Cuadro 21. Tallaje**

TALLA	1	2	3	4	5
Largo vestido	42	46	50	53	56
Pecho cm	54	56	58	60	62
Espalda cm	22	23	24	25	26
Cadera cm	51	54	57	60	63
Cintura cm	48	50	52	54	56
Largo manga	30	33	36	38	40
Talle cm	16	18	20	22	24
Largo pantalón	52	56	58	64	68

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.11. Distribución de espacios

La planta de funcionamiento de la microempresa se encuentra dividida en dos áreas pertenecientes a Administración y Producción de la siguiente manera:



**Figura 11.** Distribución de la planta

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 22.** Detalle de la distribución de la planta

<b>Departamento</b>	<b>N°</b>	<b>Sección</b>	<b>m2</b>
<b>Producción</b>	1	Trazado y Corte	20,00
	2	Confección	26,70
	3	Control de Calidad	9,91
	4	Bodega de Materia Prima	8,00
	5	Bodega de Productos Terminados	8,00
	6	Baño	6,00
<b>Administración</b>	7	Oficina	15,87
	8	Baño	6,00

**Elaborado por:** Las Autoras

El área en la cual desarrollará las actividades la microempresa tendrá un espacio de 100,48 m2, designado como adecuado para el buen funcionamiento que se desarrollarán en dichas instalaciones con el propósito de generar un nuevo producto que permita satisfacer un gusto o preferencia del mercado.

### 11.3.2.12. Requerimientos del proyecto

#### 11.3.2.12.1. Maquinaria y equipo

Una parte de la operatividad de la microempresa depende de la disponibilidad de maquinaria existente dentro de sus instalaciones que permita el desempeño de la mano de obra, por esta razón para el buen funcionamiento del sistema de producción se adquirirá lo siguiente:

**Cuadro 23.** Maquinaria y equipo

<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Especificación técnica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio T</b>
Máquina Overlock	Jack	2	\$570,00	\$1.140,00
Máquina Recta	Juki	2	\$520,00	\$1.040,00
Máquina ojaladora	Jack	1	\$300,00	\$300,00
Máquina Cortadora de tela circular	Juki	1	\$120,00	\$120,00
Máquina Industrial Recubridora	Jontex	1	\$780,00	\$780,00
Plancha	Oster	2	\$17,00	\$34,00
Maniquí Completo	Barak	4	\$48,00	\$192,00
<b>Total</b>			<b>\$2.355,00</b>	<b>\$3.606,00</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

- **Equipos de Computación**

Para el desempeño del personal de administración se adquirirá equipos de computación que permitan un buen desenvolvimiento dentro las respectivas áreas.

**Cuadro 24.** Equipos de computación

<b>Equipo de computación</b>	<b>Especificación técnica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio T</b>
Computador de escritorio	Intel core i5	1	\$500,00	\$500,00
Impresora Tinta Continua	Hp Epson L3150	1	\$200,00	\$200,00
<b>Total</b>			<b>\$700,00</b>	<b>\$700,00</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

- **Equipo de oficina**

Son los suministros que permiten llevar a cabo el buen desempeño de las actividades del talento humano dentro del área de trabajo.

**Cuadro 25.** Equipo de oficina

<b>Equipo de oficina</b>	<b>Especificación técnica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio T</b>
Teléfono Inalámbrico Digital	Panasonic	1	\$39,00	\$39,00
Calculadora	Casio Fx-7400	1	\$72,00	\$72,00
<b>Total</b>			<b>\$111,00</b>	<b>\$111,00</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

- **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres ayudan en la operatividad de la microempresa, constituyen una inversión fija y por su naturaleza pueden ser reemplazados en un lapso de 10 años.

**Cuadro 26.** Muebles y enseres

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Especificación técnica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio T</b>
<b>Administración</b>				
Escritorio de oficina	Modular	1	\$45,00	\$45,00
Estantería de oficina	Metálica	1	\$190,00	\$190,00
Silla giratoria	Ergonómica	1	\$69,00	\$69,00
Silla de espera estándar	Censa	2	\$25,00	\$50,00
<b>Producción</b>				
Mesa de corte	Con patas movibles	1	\$100,00	\$100,00
Mesa de empaque	Con patas movibles	1	\$100,00	\$100,00
Mueble para insumos y materiales	Madera	1	\$150,00	\$150,00
Estantería	Metálica	1	\$170,00	\$170,00
Silla con brazos	Plástico	6	\$6,50	\$39,00
<b>Total</b>			<b>\$855,50</b>	<b>\$913,00</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

- **Resumen inversión fija**

La inversión fija necesaria para el funcionamiento de la microempresa se encuentra conformada por los activos mencionados en la siguiente tabla:

**Cuadro 27.** Inversión fija

<b>Descripción</b>	<b>Valores (\$)</b>
Maquinaria y equipo	\$3.606,00
Equipo de computación	\$700,00
Equipo de oficina	\$111,00
Muebles y enseres	\$1.497,00
<b>Total</b>	<b>\$5.914,00</b>

**Elaborado por:** Las Autoras

Esta se encuentra valorada en \$5.914 dólares, distribuidos en la adquisición de maquinaria, equipos y muebles destinados al funcionamiento del mismo.

### 11.3.2.12.2. Costos de producción

- **Materia prima directa e insumos**

La materia prima directa para la elaboración de las prendas de vestir está conformada por telas aptas y no nocivas para su salud: no alérgicas, no tratadas con lavados de hipoclorito de sodio, sin estampados en plastisol, en transfer o screen; evitar textiles con mayor composición de poliéster. Se utilizarán tipos como: jean, franela elástica, algodón y denim.

**Cuadro 28.** Requerimiento de materia prima por prenda

<b>Bloque de prendas</b>	<b>Algodón</b>	<b>Denim</b>	<b>Jean</b>	<b>Franela elástica</b>	<b>Poliéster</b>
Pantalones			0,75		
Pantalinetas / Shorts			0,5		
Camisetas / Blusas	0,4	0,05		0,05	
Vestidos	0,5	0,3		0,1	0,1
Camisas		0,75			
<b>Total, Material por tipo de tela</b>	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>	<b>1,25</b>	<b>0,15</b>	<b>0,1</b>

**Elaborado por:** Las Autoras

Para la determinación de la cantidad de material para el lapso de tiempo de un mes, se tomó en cuenta la producción mensual de cada prenda, multiplicada por la cantidad de material requerido por tipo de prenda.

**Cuadro 29.** Cantidad requerida de MPD por prendas

Produc mens	TELA Prenda	Algodón		Denim		Jean		Franela elástica		Poliéster	
		Cant requ	Total	Cant requ	Total	Cant requ	Total	Can requ	Total	Cant requ	Total
160	Pantalones					0,75	120				
160	Pantalinetas / Shorts					0,50	80				
192	Camisetas / Blusas	0,4	76,8	0,05	9,60			0,05	9,60		
120	Vestidos	0,50	60	0,30	36			0,10	12	0,10	12
120	Camisas			0,75	90						
<b>Total</b>			<b>136,8</b>		<b>135,6</b>		<b>200</b>		<b>21,6</b>		<b>12</b>

Elaborado por: Las Autoras

Al obtener la cantidad de material necesario para la producción de un mes, se realiza la respectiva multiplicación por los correspondientes precios unitarios por metro de tela que permite determinar el valor total mensual en dólares que la microempresa deberá disponer para la adquisición de la materia prima directa.

**Cuadro 30.** Costo mensual de la materia prima directa

Descripción	Requerimiento	Precio U.	Precio Total
Algodón	136,8	\$1,50	\$205,20
Denim	135,6	\$2,00	\$271,00
Jean	200	\$2,00	\$400,00
Franela elástica	21,6	\$1,50	\$32,40
Poliéster	12	\$2,00	\$24,00
<b>Total Materia prima directa</b>			<b>\$932,80</b>

Elaborado por: Las Autoras

- **Mano de obra directa**

El equipo de trabajo del área de producción estará conformado por contar con 3 personas en el área de producción de las cuales 2 se encargarán del proceso de confección y una del área de diseño, una en el área de ventas y una en el área administrativa en un horario laboral de 8 horas diarias seis días a la semana.

**Cuadro 31.** Remuneración mensual MOD Producción

Denominación	# de personas	Sueldo
Diseñador (a)	1	500
Operarios 1	1	425
Operarios 2	1	425
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1350</b>

Elaborado por: Las Autoras

- **Costos indirectos de fabricación**
- **Materia prima indirecta**

**Cuadro 32.** Requerimiento de Materia prima indirecta por prenda

<b>Prenda</b>	<b>Hilos</b>	<b>Botones</b>	<b>Cierre (s)</b>	<b>Etiqueta Textil</b>	<b>Pellón</b>	<b>Encajes</b>
Pantalones	1	1	1	1		
Pantalónetas / Shorts	1	1	1	1		
Camisetas / Blusas	1			1		
Vestidos	1	4	1	1	0,5	1
Camisas	1	6		1	0,25	
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>0,75</b>	<b>1</b>

Elaborado por: Las Autoras

Dentro del presente proyecto se consideró como Materia prima indirecta la producción mensual de prendas y su respectiva cantidad de requerimiento.

**Cuadro 33.** Cantidad requerida de MPI

<b>MATERIAL</b>		<b>Hilos</b>		<b>Botones</b>		<b>Cierre (s)</b>		<b>Etiqueta Textil</b>		<b>Pellón</b>		<b>Encajes</b>	
Produc mens	Prenda	Cant	Total	Cant	Total	Cant	Total	Cant	Total	Cant	Total	Ca	Total
160	Pantalones	1	160	1	160	1	160	1	160				
160	Pantalóneta Shorts	1	160	1	160	1	160	1	160				
192	Camisetas Blusas	1	192					1	192				
120	Vestidos	1	120	4	480	1	120	1	120	0,5	60	1	120
120	Camisas	1	120	6	720			1	120	0,25	30		
<b>Total</b>			<b>752</b>		<b>1520</b>		<b>440</b>		<b>752</b>	<b>0,75</b>	<b>90</b>	<b>1</b>	<b>120</b>

Elaborado por: Las Autoras

Se efectuó el correspondiente cálculo por los precios unitarios de cada material.

**Cuadro 34.** Costo mensual de MPI

<b>Descripción</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio Total</b>
Hilos	752	0,1	75,20
Botones	1520	0,05	76
Cierre (s)	440	0,2	88
Etiqueta Textil	752	0,01	7,52
Pellón	90	1,5	135
Encajes	120	1,25	150
<b>Total</b>			<b>531,72</b>

Elaborado por: Las Autoras



- **Mano de obra indirecta**

En el área de producción se contratará el servicio de mantenimiento para la maquinaria 2 veces al año a un valor de \$ 35 dólares.

**Cuadro 35.** Mano de obra indirecta

<b>Descripción</b>	<b># de prestación de servicio</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Mantenimiento de maquinaria	2	\$35,00	\$70,00

**Elaborado por:** Las Autoras

- **Otros Costos Indirectos**

Se considera los costos adicionales necesarios para llevar a cabo el funcionamiento del proyecto que se encuentran vinculados con su funcionamiento en condiciones normales.

**Cuadro 36.** Otros costos indirectos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Juego de reglas sastre	1	\$5,00	\$5,00
Tijera (Metálica)	2	\$13,00	\$26,00
Cortahílos	4	\$1,00	\$4,00
Cinta métrica	5	\$0,30	\$1,50
Tiza	10	\$0,15	\$1,50
Agujas (10 unidades/ caja)	5	\$3,25	\$16,25
Aceite de máquina	1	\$3,00	\$3,00
Silicona de máquina	1	\$1,50	\$1,50
Mandiles del personal	5	\$5,00	\$25,00
Energía eléctrica	1	\$17,00	\$17,00
Agua	3	\$3,00	\$9,00
Arriendo	1	\$150,00	\$150,00
<b>Total</b>			<b>\$259,75</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

### 11.3.2.13. Gastos de administración

#### 11.3.2.13.1. Gastos de Constitución

Los gastos de constitución son los que se incurrirán con el fin de obtener todos los documentos legales necesarios que permitan llevar a cabo el funcionamiento de la actividad económica, así también se estableció un 40% del monto total como medida de precaución ante la posible presencia de los riesgos.

**Cuadro 37.** Gastos de constitución

<b>Descripción</b>	<b>Valor (\$)</b>
<b>RUC</b>	0,00
<b>Permiso Municipal</b>	
Tasa por servicios técnicos administrativos	\$4,00
Certificado de no adeudar al municipio	\$2,00
Patente	\$20,00
Permiso de Bomberos	
Tasa contra incendios	\$4,00
Pago por derecho de permiso de funcionamiento	\$40,00
Pago de garantía de arriendo	\$100,00
Subtotal	\$170,00
Imprevistos 40%	\$68,00
<b>Total</b>	<b>\$238,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.13.2. Remuneración del personal administrativo

En el área administrativa se contará con una persona cuyo cargo es en el área de ventas. Además, se contratará mensualmente los servicios de contabilidad a un precio de 30 dólares ya que por la magnitud del proyecto no se requiere mantener este servicio de forma permanente en las instalaciones.

**Cuadro 38.** Remuneración mensual Administración

<b>Denominación</b>	<b># de personas</b>	<b>Sueldo</b>
Contador (a)	1	\$30,00
<b>Total</b>		<b>\$30,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.13.3. Otros gastos administrativos

Para el buen desempeño del área administrativa se incurrirá en otros gastos dentro de los que estará contenidos uno de los servicios básicos como es el servicio de teléfono y los insumos necesarios para el desarrollo de las actividades.

**Cuadro 39.** Otros gastos administrativos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Teléfono	1	\$10,00	\$10,00
Resma de papel	1	\$3,50	\$3,50
Tinta de impresora	4	\$7,00	\$28,00
<b>Total</b>			<b>39,5</b>

Elaborado por: Las Autoras

#### 11.3.2.13.4. Gastos de publicidad

Para dar a conocer el producto se utilizarán medios de comunicación como radio, internet los anuncios de radio serán efectuados en la frecuencia Bonita, emisora situada en la localidad cuyo valor mensual es de \$25,00.

**Cuadro 40.** Gastos de publicidad

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Anuncios en la frecuencia de radio 106.7 Bonita	1	\$25,00	\$25,00
Llaveros	160	\$0,30	\$48,00
Pulseras	160	\$0,20	\$32,00
Pelotas para niño	160	\$0,40	\$64,00
<b>Total</b>			<b>\$169,00</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

#### 11.3.2.13.5. Otros gastos de ventas

Gastos necesarios en los que se debe incurrir para el funcionamiento normal de la actividad de venta de los productos que ofertará la microempresa.

**Cuadro 41.** Otros gastos de ventas

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Etiquetas Adhesivas	752	0,01	7,52
Fundas	752	0,02	15,04
<b>Total</b>			<b>\$22,56</b>

**Fuente:** Mercado libre Ecuador

### **11.3.2.14. Organización y marco legal de la micro empresa**

#### **Objetivo**

Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la creación de la microempresa, con el objetivo de garantizar su buen funcionamiento.

#### **11.3.2.14.1. Nombre o razón social, tipo de empresa**

El nombre o razón social escogido para el presente proyecto es: “ANVAN”, es una microempresa de carácter unipersonal, cuya actividad económica es la transformación de materias primas en productos elaborados denominados prendas de vestir para niños y niñas entre 1 y 5 años, por su naturaleza el representante legal será denominado como una persona natural no obligada a llevar contabilidad ya que los recursos que se incurren u obtienen del movimiento de la actividad económica (Ingresos, Gastos y Capital), no cumplen las condiciones establecidas por la ley para acceder a otra denominación.

#### **11.3.2.14.2. Logotipo Empresarial**



**Figura 12.** Logotipo Empresarial  
**Elaborado por:** Las Autoras

#### **11.3.2.14.3. Eslogan Empresarial**

Se encuentra conformado por la frase “Niños con estilos, niños divertidos”, la cual refleja la esencia de la exclusividad y calidad de las prendas elaboradas por telas aptas y no nocivas para la salud.

#### 11.3.2.14.4. Filosofía Empresarial

- **Misión**

Elaborar prendas con amor para los más pequeños de casa contando con un personal de calidad, cuidando cada detalle en todos nuestros productos.

- **Visión**

Ser líder en el mercado local a través demostrando calidad en nuestros productos para lograr el cumplimiento de nuestros objetivos como empresa emprendedora.

- **Valores**

- Honestidad
- Respeto
- Solidaridad
- Puntualidad
- Integridad

#### **Principios**

Para la empresa “ANVAN” la innovación, el trabajo en equipo nuestro servicio, serán nuestra mejor base para el buen trato del cliente.

#### 11.3.2.14.5. Políticas

- **Clientes**

- El cliente podrá cancelar con dinero en efectivo o mediante transferencias bancarias.
- El descuento en compras superiores a \$ 100 dólares será de un 5% del valor total.
- Por pronto pago se concederá un descuento del 2% del valor a cancelar.

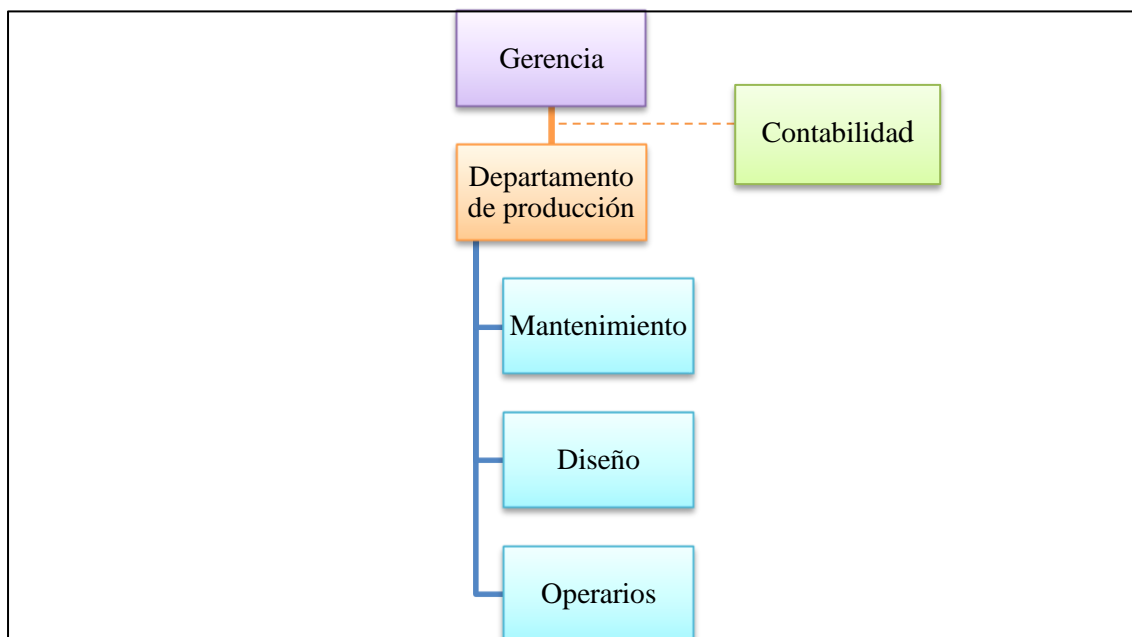
- **Proveedores**

- La materia prima e insumos deberá cumplir con los requerimientos exigidos por la microempresa caso contrario se efectuará su respectiva devolución.

- Los proveedores entregarán los materiales solicitados en el lugar y tiempo establecidos, adjuntado el respectivo comprobante de compra-venta.
  
- **Empresa**
- La microempresa mantendrá una buena comunicación entre la administración y el talento humano que garantice un trato digno y justo al personal interno y externo de la misma.
- Proveerá al talento humano todos los implementos necesarios para el desarrollo de las funciones y responsabilidades asignadas.
- Su compromiso empresarial se direccionará directamente a garantizar el bienestar laboral permanente.
  
- **Personal Administración**
- Observancia de los aspectos legales de la microempresa, orden, actualización y legalización de acuerdo a lo que exige la ley.
- Cumplimiento adecuado y oportuno de las obligaciones tributarias en los lapsos de tiempo determinados.
- Manejo transparente e íntegro de los recursos de propiedad la microempresa
- El personal encargado de la compra de materiales deberá archivar el comprobante de adquisición en los registros de la microempresa.
  
- **Producción**
- Los trabajadores de la microempresa laborarán ocho horas diarias seis días de la semana con un receso de 1 hora para alimentación.
- Todo trabajador del área de producción debe usar los implementos de protección (Mandil y mascarilla), para el desarrollo de sus actividades.
- El personal debe asistir puntual y en buenas condiciones físicas a su lugar de trabajo (no en estado etílico o de embriaguez).

### 11.3.2.14.6. Organigrama

Representa la estructura organizativa general que maneja la ANVAN, detallando las funciones principales que desempeña el personal en cada departamento.



**Figura 13.** Organigrama Estructural  
Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.2.15. Manual de Funciones

Define e identifica las acciones de cada puesto de trabajo, con la finalidad de llevar con normalidad el desarrollo de las actividades con eficiencia y eficacia y así aprovechar al máximo los recursos de la microempresa, brindando y garantizando seguridad en cada uno de los procesos efectuados por el personal a cargo.

### 11.3.2.15.1. Área Administrativa

**Cuadro 42.** Manual de funciones área administrativa

	<b>GERENCIA 1</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Denominación del puesto:</b>	Gerente General
<b>Área de gestión</b>	Administración
<b>Ambiente de trabajo</b>	Oficina
<b>NIVEL DEL PUESTO</b>	
<b>Reporta a:</b>	No reporta
<b>Supervisa a:</b>	Contador, Jefe de Producción y Vendedor
<b>Funciones</b>	<b>Formación</b>
1.- Figurar como el representante legal de la microempresa. 2.-Definir y aplicar políticas de manejo de los recursos de la microempresa 3.-Analizar y aprobar las sugerencias emitidas de los diferentes departamentos. 4.-Guiar y supervisar el desempeño de todos los departamentos. 5.- Desarrollar estrategias de trabajo acorde a la misión y visión de la microempresa.	Conocimientos generales en administración, finanzas y ventas.

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro 43:** Manual de funciones área contabilidad

	<b>CONTABILIDAD 2</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Denominación del puesto:</b>	Contador (a)
<b>Área de gestión</b>	Administración
<b>Ambiente de trabajo</b>	Oficina
<b>NIVEL DEL PUESTO</b>	
<b>Reporta a:</b>	Gerente General
<b>Supervisa a:</b>	Vendedor
<b>Funciones</b>	<b>Formación</b>
1.- Llevar los registros contables de la microempresa. 2.-Cumplir con las obligaciones tributarias de la microempresa. 3.-Verificar y validar los comprobantes de cobro o pago. 4.- Controlar el pago oportuno de las deudas mantenidos con terceros.	Estudios Universitarios o Técnicos Conocimientos específicos en contabilidad y manejo de impuestos.
	<b>Experiencia</b>
	Mínimo 1 año en cargos similares



## 11.3.2.15.2. Área de Producción

Cuadro 44: Manual de funciones área de producción

	<b>MANTENIMIENTO 1</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Denominación del puesto:</b>	Personal de Mantenimiento de maquinaria
<b>Área de gestión</b>	Producción
<b>Ambiente de trabajo</b>	Área operativa
<b>NIVEL DEL PUESTO</b>	
<b>Reporta a:</b>	Gerente General
<b>Supervisa a:</b>	No supervisa
<p style="text-align: center;"><b>Funciones</b></p> <p>1.-Revisión del estado físico de la maquinaria y equipos de la microempresa. 2.-Arreglo inmediato ante la presencia de una falla técnica en la maquinaria. 3.-Manejo responsable de los recursos disponibles en el área de producción.</p>	<p><b>Formación</b></p> <p>Técnico en máquinas de confección Amplios conocimientos de manejo y repuestos de maquinarias de confección.</p> <p><b>Experiencia</b></p> <p>Mínimo 1 año en actividades semejantes.</p>

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro 45: Manual de funciones área de confección

	<b>ÁREA DE CONFECCIÓN 2</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Denominación del puesto:</b>	Operario (a)
<b>Área de gestión</b>	Producción
<b>Ambiente de trabajo</b>	Área operativa
<b>NIVEL DEL PUESTO</b>	
<b>Reporta a:</b>	Gerente General
<b>Supervisa a:</b>	No supervisa
<p style="text-align: center;"><b>Funciones</b></p> <p>1.-Confeccionar de las prendas de vestir de acuerdo a los diseños planteados. 2.- Entregar oportunamente la producción designada. 3.-Garantizar un trabajo de calidad que permita obtener excelencia en los acabados de las prendas. 4.- Cumplir con las políticas laborales establecidas por la empresa.</p>	<p><b>Formación</b></p> <p>Título de maestra en corte y confección Conocimientos en manejo de maquinarias de confección.</p> <p><b>Experiencia</b></p> <p>Mantener conocimientos previos en confección.</p>

### **11.3.2.16. Aspecto Legal**

La puesta en marcha de la microempresa “ANVAN”, conlleva la obligación de cumplir con los aspectos legales que establece la ley para mantener el buen funcionamiento de la actividad económica, para lo cual se requiere:

#### **11.3.2.16.1. Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El Servicio de Rentas Internas es el ente encargado de conceder este documento de identificación a quienes desarrollen alguna actividad económica, para lo cual los requisitos solicitados por dicho organismo son:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Original y copia del certificado de votación de las últimas elecciones
- Original y copia de la planilla de un servicio básico (agua, luz o teléfono), que identifique la dirección del establecimiento donde se operará
- Disponer de una cuenta de correo electrónico habilitada
- Llenar el formulario de registro de la actividad económica (Datos básicos del negocio)

El plazo máximo que establece el Servicio de Rentas Internas para la obtención del RUC es de 30 días hábiles a partir de la fecha de haber iniciado la actividad económica.

#### **11.3.2.16.2. Permiso de los bomberos**

En cumplimiento a lo establecido en el Art. 35 de la Ley de Defensa contra incendios, el departamento de cuerpo de bomberos de cada Cantón otorga permisos anuales para el funcionamiento de los establecimientos comerciales e industriales, para lo cual se debe presentar la siguiente documentación:

- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la planilla de un servicio básico que identifique la dirección del establecimiento
- Factura de la compra del extintor a nombre del representante legal

- Inspección a las instalaciones del negocio

Luego de haber efectuado la correspondiente inspección por parte del personal del cuerpo de bomberos a las instalaciones del establecimiento y que este cumpla con todas las medidas de seguridad establecidas, el organismo competente procede a otorgar el respectivo permiso para operar.

#### **11.3.2.16.3. Patente Municipal**

De acuerdo a lo establecido en el Art. 547 del COOTAD, que determina: todas las personas que ejerzan de forma permanente una actividad económica están en la obligación de obtener la patente municipal como un permiso para operar. El municipio de cada localidad establece ciertos requisitos para su otorgamiento, para el caso del cantón La Maná son los que se detalla a continuación:

- Formulario de declaración de la Patente Municipal
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal
- Certificado de no adeudar al municipio
- Pago del valor de la patente

La declaración y pago de la patente municipal se la realiza de forma anual cuyo plazo máximo para efectuar tal proceso es hasta finales del mes de mayo del año subsiguiente a la fecha del último pago.

#### **11.3.2.16.4. Entidades que otorgan los permisos de funcionamiento mencionados anteriormente.**

**Cuadro 46:** Entidades que otorgan los permisos de funcionamiento

<b>Entidad</b>	<b>Documento</b>
Servicio de Rentas Internas	Registro Único de Contribuyentes Formulario de registro de la actividad económica
Bomberos La Maná	Permiso de Bomberos Patente Municipal
Municipio La Maná	Formulario de la declaración de la patente municipal Certificado de no adeudar al municipio Inscripción de la actividad económica

### **11.3.2.16.5. Obligaciones Tributarias**

El presente proyecto está constituido como una microempresa por lo cual no asciende a grandes movimientos económicos, su identificación es de persona natural no obligada a llevar contabilidad, las obligaciones a las que debe responder son:

- **Declaración mensual del Impuesto al Valor Agregado.** - será realizada en el formulario 104A de acuerdo al noveno dígito del RUC

También adquiere la responsabilidad de mantener un manejo cronológico de un registro de ingresos y gastos resultantes de la actividad económica a desempeñar.

### **11.3.2.17. Conclusiones del Estudio Técnico**

- El desarrollo del estudio técnico del presente proyecto permitió describir la ubicación y disponibilidad de los recursos necesarios, mediante los requerimientos de maquinarias, equipos y materiales con los que deberá contar para su buen funcionamiento; cada uno de estos elementos evaluados y costeados de acuerdo al precio del mercado actual.
- Se definió el tamaño adecuado de la planta de producción de la microempresa, determinando su capacidad de operación instalada; con los que se deberá contar para la puesta en marcha del negocio.
- Mediante el diseño de la estructura organizacional se pudo establecer las actividades de operación de la microempresa “ANVAN”, para garantizar el respeto hacia las limitaciones, manteniendo un direccionamiento firme hacia los enfoques de misión y visión planteados, dicha estructura además permite operar de forma organizada generando un ambiente armónico de trabajo y evitando complicaciones con los entes de control.

### **11.3.3. Estudio financiero**

#### **Objetivo General**

Desarrollar el estudio financiero aplicando técnicas, instrumentos e indicadores económicos que permitan determinar la viabilidad del proyecto.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar la inversión total requerida para la creación de la microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños y niñas en el cantón La Maná.
- Determinar los ingresos, costos fijos y variables, gastos administrativos, financieros y de ventas necesarios para la ejecución del proyecto.
- Evaluar la viabilidad del proyecto mediante indicadores financieros, sistematizando la información monetaria de los estudios precedentes.

#### **11.3.3.1. Análisis de precios**

El sistema de costos que el proyecto maneja para la fijación de precios es el de costos por órdenes de producción puesto que, por en la confección de las prendas, no se realiza una producción en serie a gran escala que permita adaptarse a otro sistema.

El proyecto al operar como productor directo posee la facultad de reducir los precios sin que estos se desplomen y desprestigien a la competencia, sino más bien con el objeto de captar mayor mercado manteniendo una similitud cercana a los negocios ya existentes, por lo que los precios establecidos para los productos terminados se encuentran fijados en base a los costos y gastos que se incurrirán en su elaboración más un porcentaje de utilidad.

##### **11.3.3.1.1. Pantalones**

Para la elaboración de pantalones se utilizarán materiales como: tela jean, hilos, botones, cierres, etiquetas los cuales serán manipulados de acuerdo al requerimiento que demanda cada prenda. También se incluye el costo de Mano de obra directa e indirecta, de igual

manera los costos y gastos tales como los materiales y suministros de las áreas de administración y ventas.

**Cuadro 47.** Fijación de precio – pantalones

<b>Pantalones</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Tela jean	0,75	\$2,00	\$1,50
Hilos	1	\$0,10	\$0,10
Botones	1	\$0,05	\$0,05
Cierre (s)	1	\$0,20	\$0,20
Etiqueta Textil	1	\$0,01	\$0,01
MOD			\$5,05
Otros Costos y Gastos			\$1,27
Precio de Fabricación			\$8,18
Utilidad		10%	\$0,82
<b>Precio de Venta</b>			<b>\$9,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

#### 11.3.3.1.2. Pantalinetas / Shorts

Para la determinación de los precios de las pantalonetas y shorts se tomó en cuenta la cantidad de material requerida para la fabricación de cada prenda multiplicada por sus respectivos precios, así también se adiciono los valores por concepto de mano de obra y los diferentes costos y gastos de la área de administración, permitiéndonos obtener el costo de fabricación a lo cual adicionamos el margen de utilidad que se espera obtener, dándonos como resultado el precio final de venta al consumidor.

**Cuadro 48.** Fijación de precio – pantalones / Shorts

<b>Pantalonetas / Shorts</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Tela jean	0,50	\$2,00	\$1,00
Hilos	1	\$0,10	\$0,10
Botones	1	\$0,05	\$0,05
Cierre (s)	1	\$0,20	\$0,20
Etiqueta Textil	1	\$0,01	\$0,01
MOD			\$4,75
Otros Costos y Gastos			\$1,16
Precio de Fabricación			\$7,27
Utilidad		10%	\$0,73
<b>Precio de Venta</b>			<b>\$8,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.1.3. Camisetas / Blusas

Las camisetas y blusas son elaboradas en algodón con la finalidad de ofertar al mercado productos que puedan adaptarse a su capacidad económica sin dejar de lado el estilo y elegancia del buen vestir.

**Cuadro 49.** Fijación de precio – Camisetas

<b>Blusas / Camisetas</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Tela algodón	0,5	1,50	\$0,75
Hilos	1	\$0,10	\$0,10
Etiqueta Textil	1	\$0,01	\$0,01
MOD			\$4,25
Otros Costos y Gastos			\$1,25
Precio de Fabricación			\$6,36
Utilidad		10%	\$0,64
<b>Precio de Venta</b>			<b>\$7,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.1.4. Vestidos

Para el caso de la confección de vestidos se tomó en consideración hilo, MOD y Otros costos y gastos que fueron asignados en función a la cantidad proporcional de la prenda. Así como también se estableció un margen de utilidad moderado de 10%, que permitirá la permanencia y crecimiento de la actividad.

**Cuadro 50.** Fijación de precio – Vestidos

<b>Vestidos</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Tela	1	\$2,00	\$2,00
Hilos	1	\$0,10	\$0,10
Botones	4	\$0,05	\$0,20
Pellón	0,5	\$1,50	\$0,75
Encajes	1	\$1,25	\$1,25
Cierre (s)	1	\$0,20	\$0,20
Etiqueta Textil	1	\$0,01	\$0,01
MOD			\$5,00
Otros Costos y Gastos			\$1,40
Precio de Fabricación			\$10,91
Utilidad		10%	\$1,09
<b>Precio de Venta</b>			<b>\$12,00</b>

### 11.3.3.1.5. Camisas

Para la elaboración de camisas se utilizó materiales como: tela, hilos, botones, pellón, etiqueta textil de acuerdo al requerimiento que demanda cada prenda. También se incluye el costo de Mano de obra directa e indirecta, de igual manera los costos y gastos tales como los materiales y suministros de las áreas de administración y ventas.

**Cuadro 51.** Fijación de precio – Camisas

<b>Camisas</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
Tela	0,75	\$2,00	\$1,50
Hilos	1	\$0,10	\$0,10
Botones	6	\$0,05	\$0,30
Pellón	0,25	\$1,50	\$0,38
Etiqueta Textil	1	\$0,01	\$0,01
MOD			\$4,75
Otros Costos y Gastos			\$1,15
Precio de Fabricación			\$8,19
Utilidad		10%	\$0,82
<b>Precio de Venta</b>			<b>\$9,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.2. Fijación de precios

Dichos precios se mantienen establecidos en valores inferiores a la competencia lo que implica un porcentaje menor de utilidad, que no afectará en gran magnitud al proyecto puesto que al producir y comercializar sin intermediarios ya supone una oportunidad de abaratar costos.

**Cuadro 52.** Fijación de precios

<b>Prendas</b>	<b>Pantalones</b>	<b>Pantalinetas / Shorts</b>	<b>Camisetas / Blusas</b>	<b>Vestidos</b>	<b>Camisas</b>
<b>Precio de Venta</b>	\$9,00	\$8,00	\$7,00	\$12,00	\$9,00

Elaborado por: Las Autoras

#### 11.3.3.2.1. Proyección de Precios

Para el cálculo de la proyección de precios se tomó en cuenta los precios de venta establecidos para cada producto, más el valor promedio de incremento histórico.



**Cuadro 53.** Proyección de precios

	Pantalones		Pantalonetas / Shorts		Camisetas / Blusas		Vestidos		Camisas	
	Preci	Incre	Preci	Incre	Preci	Incre	Precio	Incre	Preci	Incre
1	\$9,00	\$0,06	\$8,00	\$0,06	\$7,00	\$0,05	\$12,00	\$0,09	\$9,00	\$0,06
2	\$9,06	\$0,07	\$8,06	\$0,06	\$7,05	\$0,05	\$12,09	\$0,09	\$9,06	\$0,07
3	\$9,13	\$0,07	\$8,12	\$0,06	\$7,10	\$0,05	\$12,17	\$0,09	\$9,13	\$0,07
4	\$9,20	\$0,07	\$8,17	\$0,06	\$7,15	\$0,05	\$12,26	\$0,09	\$9,20	\$0,07
5	\$9,26	\$0,07	\$8,23	\$0,06	\$7,20	\$0,05	\$12,35	\$0,09	\$9,26	\$0,07

Elaborado por: Las Autoras

#### 11.3.3.4.Determinación de Ingresos

Las variables que intervienen en la proyección de ingresos con relación a la cantidad y precio son los datos históricos.

**Cuadro 54.** Proyección de Ingresos

Detalle	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Precio U.	Total	Cant.	Precio U.	Total	Cant.	Precio U.	Total	Cant.	Precio U.	Total	Cant.	Precio U.	Total
Pantalones	1920	\$9,00	\$17.280,00	1968	\$9,06	\$17.830,08	2017	\$9,13	\$18.417,04	2068	\$9,20	\$19.022,20	2119	\$9,26	\$19.624,91
Pantalinetas / Shorts	1920	\$8,00	\$15.360,00	1968	\$8,06	\$15.862,08	2017	\$8,12	\$16.379,66	2068	\$8,17	\$16.892,54	2119	\$8,23	\$17.442,01
Camisetas / Blusas	2304	\$7,00	\$16.128,00	2362	\$7,05	\$16.649,28	2421	\$7,10	\$17.186,54	2481	\$7,15	\$17.740,27	2543	\$7,20	\$18.310,93
Vestidos	1440	\$12,00	\$17.280,00	1476	\$12,09	\$17.884,84	1513	\$12,17	\$18.411,99	1551	\$12,26	\$19.011,86	1589	\$12,35	\$19.630,21
Camisas	1440	\$9,00	\$12.960,00	1476	\$9,06	\$13.372,56	1513	\$9,13	\$13.812,78	1551	\$9,20	\$14.266,65	1589	\$9,26	\$14.718,68

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.Determinación de los Egresos

Se encuentran conformados por costos y gastos que se incurrirán en recursos necesarios por concepto de Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación para la elaboración del producto ropa formal que ofertará la microempresa, esperando obtener su recuperación más un porcentaje adicional de ganancia que favorezca la operatividad y permanencia del proyecto en el tiempo. Los valores monetarios proyectados que se presentan son aquellos necesarios para el buen funcionamiento del proyecto, mismos que son establecidos en función a la capacidad de producción con la que operará la microempresa del estudio técnico, analizados conjuntamente con los criterios de la tasa de crecimiento poblacional del cantón para la proyección de la cantidad, y la tasa de inflación acumulada al 2022 para la proyección de los precios.

#### 11.3.3.5.1. Costos de Producción

- **Materia Prima Directa**

Para la determinación de la materia prima directa para la fabricación de las prendas se tomó en cuenta el requerimiento mensual de material establecido multiplicado por los 12 meses del año, obteniendo como resultado la cantidad de metros anuales necesarios para la producción, mismo que fueron multiplicados por el precio unitario para la determinación del costo total.

**Cuadro 55.** Cálculo del costo Anual - Materia Prima

<b>Materia Prima directa</b>	<b>Requerimiento mensual</b>	<b>meses</b>	<b>Metros</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Costo Total</b>
Algodón	136,8	12	1641,6	\$1,50	\$2.462,40
Denim	135,6	12	1627,2	\$2,00	\$3.254,40
Jean	200	12	2400	\$2,00	\$4.800,00
Franela elástica	21,6	12	259,2	\$1,50	\$388,80
Poliéster	12	12	144	\$2,00	\$288,00
<b>Total</b>					<b>\$11.193,60</b>

Elaborado por: las Autoras

Para la proyección del costo anual de Materia prima se trabajó con el método de proyección de los datos históricos.

**Cuadro 56.** Proyección Materia Prima Directa

<b>Materia Prima directa</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Algodón	\$2.462,40	\$2.480,13	\$2.497,99	\$2.515,97	\$2.534,09
Denim	\$3.254,40	\$3.277,83	\$3.301,43	\$3.325,20	\$3.349,14
Jean	\$4.800,00	\$4.834,56	\$4.869,37	\$4.904,43	\$4.939,74
Franela elástica	\$388,80	\$391,60	\$394,42	\$397,26	\$400,12
Poliéster	\$288,00	\$290,07	\$292,16	\$294,27	\$296,38
<b>Total</b>	<b>\$11.193,60</b>	<b>\$11.274,19</b>	<b>\$11.355,37</b>	<b>\$11.437,13</b>	<b>\$11.519,47</b>

Elaborado por: las Autoras

- **Mano de Obra Directa**

Los costos de Mano de Obra Directa son fijados de acuerdo a la determinación del nivel de demanda y la cantidad de producción establecida según a la capacidad utilizada de la microempresa. Para el cálculo del Ingreso anual se efectuó la multiplicación del sueldo mensual por los 12 meses del año, El aporte patronal es del 11,15% del ingreso anual, el décimo tercero es igual a la totalidad de ingresos divididos para 12 y el décimo cuarto igual a un salario básico unificado.

**Cuadro 57.** Rol de pagos Anual – Producción

<b>Denominación</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Ing. Anual</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>D. Tercero</b>	<b>D. Cuarto</b>	<b>Total</b>
Diseñador (a)	\$500,00	\$6.000,00	\$567,00	\$500,00	\$425,00	\$7.492,00
Operarios 1	\$425,00	\$5.100,00	\$481,95	\$425,00	\$425,00	\$6.431,95
Operarios 2	\$425,00	\$5.100,00	\$481,95	\$425,00	\$425,00	\$6.431,95
<b>Total</b>						<b>\$20.355,90</b>

Elaborado por: las Autoras

Las proyecciones de los valores de Mano de Obra Directa para el área de producción son realizadas de acuerdo al plan de gobierno donde se aumentará 25 dólares cada año durante los 3 siguientes años. El valor por concepto de fondos de reserva y vacaciones beneficios que les otorga la ley a los empleados que hayan cumplido un año de labor en la entidad.

**Cuadro 58.** Proyección de la Mano de Obra Directa

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo	\$20.355,90	\$20.430,90	\$20.505,90	\$20.580,90	\$20.655,90
Fondos de reserva		\$1.774,29	\$1.817,76	\$1.862,30	\$1.907,92
Aporte patronal	\$2.012,85	\$2.062,16	\$2.112,69	\$2.164,45	\$2.217,48
D. Tercero	\$1.775,00	\$1.818,49	\$1.863,04	\$1.908,68	\$1.955,45
D. Cuarto	\$5.100,00	\$5.224,95	\$5.352,96	\$5.484,11	\$5.618,47
Vacaciones		\$887,50	\$909,24	\$931,52	\$954,34
<b>Total</b>	<b>\$29.243,75</b>	<b>\$32.198,29</b>	<b>\$32.412,18</b>	<b>\$32.655,28</b>	<b>\$32.819,03</b>

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.2. Costos Generales de Fabricación

- **Materia prima Indirecta**

Está integrada por materiales como pellón, botones, cierres, hilo y etiquetas textiles que son utilizados dentro del proceso de producción para la fabricación de las prendas, sin embargo, por su poca significancia dentro del proceso productivo se les denomina como materiales indirectos. Su cálculo se efectuó en función a la cantidad mensual de material requerido multiplicado por los meses del año y sus respectivos precios.

**Cuadro 59.** Cálculo del Costo Anual - Materia Prima Indirecta

Descripción	Requerimiento mensual	meses	Metros	Precio U.	Costo Total
Hilos	752	12	9024	\$0,10	\$902,40
Botones	1520	12	18240	\$0,05	\$912,00
Cierre (s)	440	12	5280	\$0,20	\$1.056,00
Etiqueta Textil	752	12	9024	\$0,01	\$90,24
Pellón	90	12	1080	\$1,50	\$1.620,00
Encajes	120	12	1440	\$1,25	\$1.800,00
<b>Total</b>					<b>\$6.380,64</b>

Elaborado por: las Autoras

Así también para la proyección del costo de Materia Prima Indirecta se trabajó bajo los parámetros de crecimiento.

**Cuadro 60.** Proyección Materia Prima Indirecta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hilos	\$902,40	\$908,90	\$915,44	\$922,03	\$928,67
Botones	\$912,00	\$918,57	\$925,18	\$931,84	\$938,55
Cierre (s)	\$1.056,00	\$1.063,60	\$1.071,26	\$1.078,97	\$1.086,74
Etiqueta Textil	\$90,24	\$90,89	\$91,54	\$92,20	\$92,87
Pellón	\$1.620,00	\$1.631,66	\$1.643,41	\$1.655,24	\$1.667,16
Encajes	\$1.800,00	\$1.812,96	\$1.826,01	\$1.839,16	\$1.852,40
<b>Total</b>	<b>\$6.380,64</b>	<b>\$6.426,58</b>	<b>\$6.472,85</b>	<b>\$6.519,46</b>	<b>\$6.566,45</b>

Elaborado por: las Autoras

- **Mano de Obra Indirecta**

Está integrada por una persona encargada del mantenimiento de la maquinaria con una frecuencia semestral, a la cual se le cancelará el valor de 35 dólares en cada visita por la prestación de sus servicios, mismo que será respaldado con una factura y en caso de requerir repuestos estos serán adquiridos adicionalmente.

**Cuadro 61.** Proyección Mano de Obra Indirecta

<b>Denominación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mantenimiento	\$70,00	\$71,72	\$73,47	\$75,27	\$77,12
<b>Total</b>	<b>\$70,00</b>	<b>\$71,72</b>	<b>\$73,47</b>	<b>\$75,27</b>	<b>\$77,12</b>

Elaborado por: las Autoras

- **Otros Costos Indirectos de Fabricación**

Se consideró costos que no es muy frecuente su adquisición durante el año de operación de la actividad económica y no son altamente significativos.

**Cuadro 62.** Cálculo Anual de Otros Costos Indirectos de Fabricación

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio U</b>	<b>Total</b>
Juego de reglas sastre	1	\$5,00	\$60,00
Tijera (Metálica)	2	\$26,00	\$312,00
Cortahilos	4	\$4,00	\$48,00
Cinta métrica	5	\$1,50	\$18,00
Tiza	10	\$1,50	\$18,00
Agujas (10 unidades/ caja)	5	\$16,25	\$195,00
Aceite de maquina	1	\$3,00	\$36,00
Silicona de maquina	1	\$1,50	\$18,00
Mandiles del personal	5	\$25,00	\$300,00
Energía eléctrica	1	\$17,00	\$204,00
Agua	3	\$9,00	\$108,00
Arriendo	1	\$150,00	\$1.800,00
<b>Total</b>			<b>\$3.117,00</b>

Elaborado por: las Autoras

**Cuadro 63.** Proyección de Otros Costos de Fabricación

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Juego de reglas sastre	\$60,00	\$60,43	\$60,87	\$61,31	\$61,75
Tijera (Metálica)	\$312,00	\$314,25	\$316,51	\$318,79	\$321,08
Cortahilos	\$48,00	\$48,35	\$48,69	\$49,04	\$49,40
Cinta métrica	\$18,00	\$18,13	\$18,26	\$18,39	\$18,52
Tiza	\$18,00	\$18,13	\$18,26	\$18,39	\$18,52
Agujas (10 unidades/ caja)	\$195,00	\$196,40	\$197,82	\$199,24	\$200,68
Aceite de maquina	\$36,00	\$36,26	\$36,52	\$36,78	\$37,05
Silicona de maquina	\$18,00	\$18,13	\$18,26	\$18,39	\$18,52
Mandiles del personal	\$300,00	\$302,16	\$304,34	\$306,53	\$308,73
Energía eléctrica	\$204,00	\$205,47	\$206,95	\$208,44	\$209,94
Agua	\$108,00	\$108,78	\$109,56	\$110,35	\$111,14
Arriendo	\$1.800,00	\$1.812,96	\$1.826,01	\$1.839,16	\$1.852,40
<b>Total</b>	<b>\$3.117,00</b>	<b>\$3.165,78</b>	<b>\$3.190,73</b>	<b>\$3.215,86</b>	<b>\$3241,18</b>

Elaborado por: las Autoras

- **Resumen de los Costos indirectos de fabricación**

Contenido total anual de los tres rubros que conforman los costos generales de fabricación donde se encuentra, materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación.

**Cuadro 64.** Resumen de la proyección de Costos Generales de Fabricación

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia Prima Indirecta	\$6.380,64	\$6.426,58	\$6.410,37	\$6.519,46	\$6.566,45
Mano de Obra Indirecta	\$70,00	\$71,72	\$73,47	\$75,27	\$77,12
Otros Costos Indirectos de Fabricación	\$3.117,00	\$3.165,78	\$3.190,73	\$3.215,86	\$3.241,18
<b>Total</b>	<b>\$9.567,64</b>	<b>\$9.664,08</b>	<b>\$9.719,57</b>	<b>\$9.828,26</b>	<b>\$9.9337,17</b>

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.3. Gastos Administrativos

Están compuestos por la remuneración del personal directo e indirecto a cargo del área donde se contará con un contador y una persona dedicada al área de ventas, también se contará con los correspondientes suministros, aspectos que permiten mantener el funcionamiento de este espacio destinado al manejo administrativo del proyecto.

- **Remuneración del personal administrativo**

Remuneración y beneficios asignados para el personal de planta de la microempresa determinado en función a los salarios establecidos en la ley. Así también se hace constancia de la utilización de los servicios de contabilidad con periodicidad mensual, con el fin de mantener en orden y al día las obligaciones contables atribuibles al presente proyecto.

**Cuadro 65.** Rol de pagos anual – Administración

<b>Denominación</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Ing. Anual</b>	<b>Total</b>
Contador (a)	\$30,00	\$360,00	\$360,00
<b>Total</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$360,00</b>	<b>\$360,00</b>

- **Suministros de oficina**

Está compuesto por resmas de papel y tinta para impresora, sus gastos son relativamente bajos ya que la mayor concentración de recursos se la efectúa en el área de producción.

**Cuadro 66.** Cálculo anual de los suministros de oficina

<b>Suministros</b>	<b>Año 1</b>
Resma de papel	\$42,00
Tinta de impresora	\$336,00
<b>Total</b>	<b>\$378,00</b>

Elaborado por: las Autoras

La proyección de este rubro se efectuó aplicando el método de proyección de los datos históricos.

**Cuadro 67.** Proyección de suministros de oficina

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Útiles de oficina	\$378,00	\$380,72	\$383,46	\$386,22	\$389,00

Elaborado por: las Autoras

- **Resumen de gastos administrativos**

El total de los valores anuales en los que se incurrirán para el funcionamiento del área administrativa en condiciones normales que fueron presentados anteriormente.

**Cuadro 68.** Resumen de gastos administrativos

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Remuneración	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00	\$360,00
Útiles de oficina	\$378,00	\$380,72	\$383,46	\$386,22	\$389,00
<b>Total</b>	<b>\$738,00</b>	<b>\$740,72</b>	<b>\$743,16</b>	<b>\$746,22</b>	<b>\$749,00</b>

Elaborado por: las Autoras

#### 11.3.3.5.4. Gastos de Ventas

Para el efecto se consideró los suministros de ventas y los gastos por concepto de publicidad y promoción para el buen funcionamiento del proyecto, aplicando criterios de crecimiento en cuanto a cantidad y precios donde se maneja la proyección de datos históricos.

- **Suministros de ventas**

Este rubro se encuentra integrado por implementos necesarios utilizados en la comercialización del producto como etiquetas adhesivas, fundas.



**Cuadro 69.** Cálculo anual de los suministros de oficina

<b>Suministros</b>	<b>Año 1</b>
Etiquetas Adhesivas	\$90,24
Fundas	\$180,48
<b>Total</b>	<b>\$270,72</b>

Elaborado por: las Autoras

Para la determinación de los valores proyectados de suministros de ventas se empleó los datos históricos que permite estimar el crecimiento de los precios de los implementos antes mencionados.

**Cuadro 70.** Proyección anual de suministros de ventas

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Total</b>	<b>\$2.70,72</b>	<b>\$275,07</b>	<b>\$280,42</b>	<b>\$287,87</b>	<b>\$298,44</b>

Elaborado por: las Autoras

- **Publicidad y Promoción**

La microempresa se promocionará mediante medios de comunicación como la radio e internet los cuales se utilizarán durante los 6 primeros meses de puesta en marcha, adicionalmente se adquirirá pulseras, llaveros y pelotas de niño para promocionar la compra de los productos.

**Cuadro 71.** Cálculo anual de Publicidad y Promoción

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>
Anuncios en la frecuencia de radio 106.7 Bonita	\$300,00
Llaveros	\$576,00
Pulseras	\$384,00
Pelotas para niño	\$768,00
<b>Total</b>	<b>\$2028,00</b>

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.5. Gastos Financieros

Para el desarrollo normal del proyecto se accederá a un crédito en la institución financiera BanEcuador, entidad estatal que otorga créditos a microempresas, el valor solicitado será de \$6.352,07 dólares a una tasa del 11.74% para un periodo de 3 años con pagos de cuotas fijas trimestrales.

**Cuadro 72.** Amortización del crédito

<b>Cuota</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Cuota Fija</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital Pagado</b>	<b>Saldo final</b>
0					\$6.352,07
1	\$6.352,07	\$635,86	\$186,75	\$449,11	\$5.902,96
2	\$5.902,96	\$635,86	\$173,55	\$462,31	\$5.440,65
3	\$5.440,65	\$635,86	\$159,96	\$475,90	\$4.964,75
4	\$4.964,75	\$635,86	\$145,96	\$489,90	\$4.474,85
5	\$4.474,85	\$635,86	\$131,56	\$504,30	\$3.970,55
6	\$3.970,55	\$635,86	\$116,73	\$519,12	\$3.451,43
7	\$3.451,43	\$635,86	\$101,47	\$534,39	\$2.917,04
8	\$2.917,04	\$635,86	\$85,76	\$550,10	\$2.366,94
9	\$2.366,94	\$635,86	\$69,59	\$566,27	\$1.800,67
10	\$1.800,67	\$635,86	\$52,94	\$582,92	\$1.217,76
11	\$1.217,76	\$635,86	\$35,80	\$600,06	\$617,70
12	\$617,70	\$635,86	\$18,16	\$617,70	\$0,00

Elaborado por: las Autoras

**Cuadro 73.** Resumen del pago de capital e intereses

<b>Año</b>	<b>Pago de capital</b>	<b>Pago de interés</b>
1	\$1.877,22	\$666,22
2	\$2.107,91	\$435,53
3	\$2.366,94	\$176,49

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.6. Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo

La depreciación representa el desgaste de la propiedad, planta y equipo por su uso, acompañado con el paso del tiempo, lo que genera el decremento de su valor monetario de adquisición. De acuerdo a lo establecido en la sección 17 (Propiedad, planta y equipo) de las NIIF para PYMES la administración de la empresa será la encargada de determinar el valor residual y la vida útil del activo, considerando el método adecuado que mejor se ajuste a los beneficios económicos futuros que producirá este, sin embargo, para el presente proyecto se tomó en consideración los parámetros definidos por la administración tributaria ya que permite ajustarse al esquema comúnmente manejado. Los Activos que se adquirirá son:

**Cuadro 74.** Activos depreciables

<b>Propiedad, Planta y Equipo</b>	<b>V. Actual</b>	<b>V. Residual</b>	<b>Vida Útil</b>
Maquinaria y equipo	\$3606,00	\$360,60	10
Equipos de computación	\$700,00	\$70	3
Muebles y enseres	\$1040,00	\$1040	10

Elaborado por: las Autoras

- **Depreciación Maquinaria y Equipo**

Para la maquinaria y equipo los años de vida útil establecidos según el Art. 28 – numeral 6 del reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno son 10 años generando una depreciación anual de \$324,54.

**Cuadro 75.** Depreciación maquinaria y equipo

<b>Años de vida útil</b>	<b>V. Actual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. Acum</b>	<b>Saldo</b>
1	\$3.606,00	\$324,54	\$324,54	\$3.281,46
2	\$3.606,00	\$324,54	\$649,08	\$2.956,92
3	\$3.606,00	\$324,54	\$973,62	\$2.632,38
4	\$3.606,00	\$324,54	\$1.298,16	\$2.307,84
5	\$3.606,00	\$324,54	\$1.622,70	\$1.983,30
6	\$3.606,00	\$324,54	\$1.947,24	\$1.658,76
7	\$3.606,00	\$324,54	\$2.271,78	\$1.334,22
8	\$3.606,00	\$324,54	\$2.596,32	\$1.009,68
9	\$3.606,00	\$324,54	\$2.920,86	\$685,14
10	\$3.606,00	\$324,54	\$3.245,40	\$360,60

Elaborado por: las Autoras

- **Depreciación equipos de computación**

Para los equipos de computación los años de vida útil son tres, por lo cual se efectuará una nueva compra por el mismo valor en el cuarto ya que los adquiridos inicialmente habrán perdido su tiempo de vida útil.

**Cuadro 76.** Depreciación equipos de computación

<b>Años de vida útil</b>	<b>V. Actual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. Acum</b>	<b>Saldo</b>
1	700	210	210	490
2	700	210	420	280
3	700	210	630	70

Elaborado por: las Autoras

- **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres tienen una vida útil de 10 años, valor con el cual se realizó el cálculo de la depreciación anual que representa su desgaste una vez iniciado su uso, en este rubro únicamente se tomó en cuenta aquellos activos que cumplen con las condiciones de activo fijo identificados como aquellos que sobrepasan su valor de adquisición de 100 dólares.

**Cuadro 77.** Depreciación muebles y enseres

<b>Años de vida útil</b>	<b>V. Actual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. Acum</b>	<b>Saldo</b>
1	\$1.040,00	\$93,60	\$93,60	\$946,40
2	\$1.040,00	\$93,60	\$187,20	\$852,80
3	\$1.040,00	\$93,60	\$280,80	\$759,20
4	\$1.040,00	\$93,60	\$374,40	\$665,60
5	\$1.040,00	\$93,60	\$468,00	\$572,00
6	\$1.040,00	\$93,60	\$561,60	\$478,40
7	\$1.040,00	\$93,60	\$655,20	\$384,80
8	\$1.040,00	\$93,60	\$748,80	\$291,20
9	\$1.040,00	\$93,60	\$842,40	\$197,60
10	\$1.040,00	\$93,60	\$936,00	\$104,00

Elaborado por: las Autoras

- **Resumen de las depreciaciones de Propiedad, Planta y Equipo**

**Cuadro 78.** Resumen del total anual de depreciaciones de propiedad, planta y equipo

<b>Descripción</b>	<b>Total Dep. Anual</b>
Maquinaria y equipo	\$324,54
Equipos de Computación	\$210,00
Muebles y Enseres	\$93,60
<b>Total</b>	<b>\$628,14</b>

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.5.7. Amortización Activos Diferidos

Activos diferidos son aquellos que por su naturaleza permiten ser amortizables en el transcurso del tiempo, para efecto del proyecto se ha considerado un lapso de dos años debido a que su valor es relativamente bajo.

**Cuadro 79.** Amortización de Activos Diferidos

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>
Gastos de organización	\$26,00	\$13,00	\$13,00
Gastos de operación y puesta en marcha	\$144,00	\$72,00	\$72,00
Imprevistos	\$68,00	\$34,00	\$34,00
<b>Total</b>	<b>\$238,00</b>	<b>\$119,00</b>	<b>\$119,00</b>

Elaborado por: las Autoras

### 11.3.3.6.Capital de trabajo

Para el presente proyecto el capital de trabajo se encuentra conformado por los costos y gastos de producción, administración y ventas que se efectúan en el corto plazo.

**Cuadro 80.** Capital de trabajo

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>
<b>Costos de producción</b>	
Materia prima directa	\$932,80
Mano de obra directa	\$1.350,00
Costos indirectos de fabricación	\$861,47
<b>Gastos de administración</b>	
Remuneración	\$30,00
Servicios Básicos	\$39,50
<b>Gastos de ventas</b>	
Publicidad	\$169,00
Suministros de ventas	\$22,56
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$3.405,33</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.7.Inversión total

La inversión total que requiere el presente proyecto se encuentra conformada por la sumatoria de la inversión fija, Inversión diferida y el monto total de capital de trabajo de un mes. Definiendo como inversión fija a la maquinaria, equipo y muebles que serán adquiridos al iniciar la actividad económica cuya duración sobrepasa más de un año, pero se acompaña de un desgaste continuo con el pasar del tiempo conocido como depreciación. Por otro lado, tenemos la Inversión Diferida, misma que contiene los valores que serán incurridos a consecuencia del proceso de constitución de la microempresa los cuales serán amortizados en el transcurso del tiempo. Y finalmente encontramos el capital de trabajo que constituye aquel monto de dinero en efectivo con el que el negocio deberá contar para el correcto funcionamiento de la actividad económica.

**Cuadro 81.** Inversión Total

<b>Descripción</b>	<b>Valor (\$)</b>
Inversión Fija	\$5.330,00
Inversión Diferida	\$238,00
Inversión capital de trabajo	\$3.405,33
<b>Total</b>	<b>\$8.973,33</b>

**Elaborado por:** Las Autoras

### 11.3.3.8.Financiamiento

La puesta en marcha de un negocio implica en su mayoría la recurrencia a un endeudamiento con el fin de aprovechar una oportunidad de mercado para ofertar un bien o servicio, que refleje una retribución de beneficio propio. El presente proyecto será financiado un 40% con capital propio y el 60% con un crédito otorgado por el Banco Ban Ecuador a una tasa de interés del 11.74 % anual con el pago cuotas fijas trimestrales por el lapso de 3 años.

**Cuadro 82.** Financiamiento

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	\$2.621,26	40%
Crédito	\$6.352,07	60%
<b>Total</b>	<b>\$8.973,33</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Las Autoras

### 11.3.3.9. Estado de Situación Financiera

Contiene los valores con los cuales se pone en marcha el proyecto, es el punto de partida de la actividad económica, debe ser expresado en la moneda de curso legal que en este caso es el dólar americano, dando como resultado total el valor inicial de la inversión detallada en cada uno de sus destinos.

**Cuadro 83.** Estado de Situación Financiera

<b>Microempresa "ANVAN"</b> <b>Estado de Situación Financiera</b> <b>Año 2022</b> <b>(Expresado en dólares americanos)</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		\$3.405,33
Efectivo	\$3.405,33	
<b>Activos no Corrientes</b>		\$5.330,00
Maquinaria y equipo	\$3.606,00	
Equipo de computación	\$700,00	
Equipo de oficina	\$111,00	
Muebles y enseres	\$913,00	
<b>Activos Diferidos</b>		\$238,00
Gastos de Constitución	\$238,00	
<b>Total Activos</b>		<b>\$8.973,33</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		\$6.352,07
Crédito	\$6.352,07	
<b>Total Pasivos</b>		<b>\$6.352,07</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	\$2.621,26	\$2.621,26
<b>Total Patrimonio</b>		\$2.621,26
<b>Total pasivo más patrimonio</b>		<b>\$8.973,33</b>
..... <b>GERENTE</b>		..... <b>CONTADOR</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.10. Estado de Resultados Integrales

Es aquel que refleja los movimientos de los ingresos y egresos efectuados durante un determinado periodo de tiempo, dando como resultado final la utilidad neta obtenida de la actividad económica.

**Cuadro 84.** Estado de Resultados Integrales

<b>Microempresa "ANVAN"</b>					
<b>Estado de Resultados Integrales</b>					
<b>Año 2022</b>					
<b>(Expresado en dólares americanos)</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Netas	65.128,00	68994,9	71.986,50	73.749,60	75.579,60
(-) Costo de producción	38.704,60	40827,51	42.804,60	43.802,99	44.823,19
(=) Utilidad bruta en ventas	26.423,40	28167,39	29181,9	29946,61	30756,41
Gastos Operacionales	10.125,75	10.830,44	10.994,33	11.161,88	11.333,14
(-) Gastos de administración	5.982,75	6.179,65	6.324,46	6.472,78	6.624,68
(-) Gastos de Ventas	4.143,00	4.650,79	4.669,87	4.689,10	4.708,46
(=) Utilidad bruta en operaciones	16.297,65	17.336,95	18.187,57	18.784,73	19.423,27
Gastos Financieros	666,22	435,53	176,49		
(-) Intereses pagados	666,22	435,53	176,49		
(=) Utilidad Neta antes de participación trabajadores	15.631,43	16.901,42	18.011,08	18.784,73	19.423,27
Utilidad antes IR PL 36,25	5.666,39	6.126,76	6.529,02	6.809,46	7.040,94
(=) Utilidad neta	9.965,04	10.774,66	11.482,06	11.975,27	12.382,33
	.....		.....		
	<b>GERENTE</b>		<b>CONTADOR</b>		

**Elaborado por:** Las Autoras



### 11.3.3.11. Flujo de Efectivo

Movimientos de efectivo proyectados, generados y utilizados en el desarrollo de la actividad económica, permitiéndonos visualizar su capacidad para hacer frente a las obligaciones con terceros en determinados periodos de tiempo, con esta información el inversionista puede evaluar el manejo de recursos bajo parámetros de eficiencia y eficacia.

**Cuadro 85.** Flujo de Caja

<b>Microempresa "ANVAN"</b>						
<b>Estado de Resultados Integrales</b>						
<b>Año 2022</b>						
<b>(Expresado en dólares americanos)</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
(-) Inversiones	-\$6.352,07					
(-) Cap de trabajo	-\$2.621,26					
<b>Ingresos</b>						
(=) Utilidad Neta		\$9.965,04	\$10.774,66	\$11.482,06	\$11.975,27	\$12.382,33
<b>Egresos</b>						
Amortización diferidos		\$238,00	\$238,00	\$238,00	\$238,00	\$238,00
Pago del crédito		\$666,22	\$635,53	\$576,49	\$547,34	\$489,45
Depreciaciones		\$628,14	\$628,14	\$628,14	\$628,14	\$628,14
Gastos beneficio empleados		\$1.432,23	\$1.907,82	\$2.382,43	\$2.657,23	\$2.762,54
Gastos de provisiones		\$938,24	\$953,44	\$964,52	\$974,12	\$987,92
<b>Flujo neto</b>	<b>-8.973,33</b>	<b>\$6.062,21</b>	<b>\$6.411,73</b>	<b>\$6.692,48</b>	<b>\$6.930,44</b>	<b>\$7.276,28</b>

Elaborado por: Las Autoras

### 11.3.3.12. Análisis Financiero

Estudio de la información obtenida en los datos contables a través de la utilización de indicadores de evaluación que definen la aceptabilidad o rechazo de la nueva inversión, como:

- Costos de oportunidad
- Tasa de rendimiento medio
- Valor Actual Neto (VAN)

- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Beneficio – Costo
- Periodo de recuperación de la inversión

### 11.3.3.12.1. Costo de Oportunidad

Representa la oportunidad económica de ganar mayores ingresos sobre un monto de dinero, mediante la decisión de destinarlo al ahorro en una entidad financiera o a la inversión de un proyecto. Para su cálculo se trabaja con la tasa pasiva que en promedio pagan las instituciones financieras por los depósitos a plazos específicos (6%) y la tasa de interés que cobra la entidad financiera Ban Ecuador por la otorgación del crédito (11,74%).

**Cuadro 86.** Costo de Oportunidad

<b>Detalle</b>	<b>Inversión</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de operación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
Aporte propio	\$2.234,72	0,40	6,00%	0,02
Aporte financiero	\$6.352,07	0,60	11,74%	0,07
Total costo de oportunidad	\$8.973,33	1,00		0,09
<b>% del costo de oportunidad</b>				<b>9,44%</b>

Elaborado por: Las Autoras

En el presente proyecto el costo de oportunidad es del 9,44% lo que significa que el inversionista obtendrá una ganancia de 3,44 puntos porcentuales más, de lo que ganaría si los recursos fueran colocados en una institución financiera

### 11.3.3.12.2. Valor Actual Neto

Permite estimar valores futuros a valor presente, expresando los flujos netos de rentabilidad en valores absolutos.

**Cuadro 87.** VAN

<b>Desembolso</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>VAN</b>
-8.973,33	\$6.062,21	\$6.411,73	\$6.692,48	\$6.930,44	\$7.276,28	\$14.651,33

Elaborado por: Las Autoras

El valor Actual Neto de la Inversión es 14.651,33 dando un resultado positivo, debido a que es un valor superior a la inversión por lo que se determina que financieramente el

proyecto si tiene viabilidad, ya que generará beneficios económicos que permitirán la recuperación de la inversión.

### 11.3.3.13. Tasa Interna de Retorno

Tasa de rentabilidad que rendirá el proyecto al efectuar la inversión, permitiendo evaluar su conveniencia.

**Cuadro 88. TIR**

<b>Desembolso</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>
<b>-8.973,33</b>	<b>6.062,21</b>	<b>6.411,73</b>	<b>6.692,48</b>	<b>6.930,44</b>	<b>7.276,28</b>	<b>\$14.651,33</b>	<b>66%</b>

Elaborado por: Las Autoras

La Tasa Interna de Retorno que generará la inversión del presente proyecto es del 66% por lo que se determina que si es viable financieramente ya que se obtendrá rendimientos favorables que permitirán el crecimiento del valor del dinero en el tiempo, así como también ofrecerá beneficios que lograrán cubrir los costos y gastos necesarios para el buen funcionamiento del mismo manteniendo un margen de rendimiento favorable pese a estos egresos.

### 11.3.3.14. Resumen de los Indicadores de evaluación del proyecto

**Cuadro 89. Resumen de los Indicadores de Evaluación del Proyecto**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Costo de Oportunidad	\$0,09
Valor Actual Neto	\$14.651,33
Tasa interna de retorno	66%

Elaborado por: Las Autoras

## **12. IMPACTOS**

### **12.1. Impacto Socio-económico**

El impacto socio-económico que el proyecto generará es positivo debido a que brindará fuente de empleo que mejoren las condiciones de vida de los trabajadores mediante pagos justos y a tiempo que garanticen estabilidad y calidad de vida.

#### **12.1.1 Generación de fuentes de empleo**

El bienestar social y económico de las personas depende en gran magnitud del acceso al trabajo permitiendo la obtención de ingresos, que cubran las necesidades básicas como alimentación, vestimenta, salud, vivienda y educación, con la implementación del proyecto se prevé generar plazas laborales las cuales en cumplimiento con las políticas establecidas permitirán garantizar la tranquilidad de quienes integren el personal de la microempresa.

#### **12.1.2. Estabilidad Laboral**

De acuerdo a la información obtenida en el estudio financiero el presente proyecto muestra un comportamiento favorable en el tiempo lo cual permite determinar su permanencia en el mercado, garantizando mediante esto la estabilidad laboral de su personal ofreciendo bienestar económico y social a las partes relacionadas con la microempresa.

#### **12.3.1. Buenas relaciones laborales**

Una de las políticas que la microempresa manejará es la de mantener una buena comunicación entre la administración y el talento humano con el fin de fortalecer los vínculos de confianza mutuos para evitar la restricción de libre expresión ante cualquier inconformidad presentada. Así también la microempresa trabajará bajo el criterio de que el talento humano es uno de los recursos que requiere mayor atención puesto que son más susceptibles a presentar emociones desfavorables que afecten su ritmo de trabajo a consecuencia de una no conformidad laboral.

### **12.3.2. Calidad de vida**

En la actualidad el punto de mayor énfasis de responsabilidad de un negocio es garantizar la calidad de vida no solo de su personal sino también de quienes se ven involucrados en el desarrollo de su actividad, motivo por el cual el proyecto al generar fuentes de empleo, estables y bajo parámetros de buena comunicación garantizará el bienestar de los miembros a su cargo puesto que ofrecerá seguridad y confianza a través de una gestión transparente. Dicho aspecto además se verá regido y fortalecido mediante las políticas, principios y valores dentro de los cuales se enmarca la administración de la microempresa, mismos que para su correcto cumplimiento serán dados a conocer a cada miembro de forma personalizada, así como también se mantendrán expuestas en un lugar visible al alcance de todo el personal.

## **12.2. Impacto Empresarial**

La implantación de la microempresa generará un impacto positivo en el ámbito empresarial ya que contribuirá con el desarrollo y fortalecimiento de la economía local, generando nuevos niveles de competitividad que permita mejorar los nuevos retos de emprender un negocio.

### **12.2.1. Emprendimiento**

La presencia de un sin número de emprendimientos constituye una gran fortaleza dentro de la economía del país, puesto que estos pequeños negocios poseen la facilidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado evitando desestabilizar el movimiento económico del entorno donde se desenvuelven. La microempresa “ANVAN” también forma parte del mundo del emprendimiento, de aquellos pequeños negocios donde nacen las ideas más grandes que cubren e incluso superan las expectativas de los clientes.

### **12.2.2. Competitividad**

La competitividad nace desde los pequeños emprendimientos hasta las grandes empresas transnacionales, este término define el prestigio y buen nombre de un negocio el cual es ganado mediante la buena gestión de los recursos. Una de las formas de sobresalir y crecer como negocio es ser cada día más competitivo mediante la innovación y mejora continua.

### **12.2.3. Manejo de sobrantes de tela**

Para combatir la presencia de este impacto se prevé entregar los residuos de tela a aquellos pequeños negocios de tapicería o manualidades donde estos tienen la opción de volver a ser reutilizados.

### **12.2.4. Contaminación del aire**

Durante el proceso de transformación de la materia prima es inevitable el esparcimiento de pequeñas partículas en el aire (pelusa), para lo cual la microempresa como medida de seguridad con el propósito de salvaguardar la salud de su personal exigirá el uso permanente de mascarillas que eviten la inhalación de dichas partículas.

### **12.2.5. Ruido en el área de trabajo**

El ruido que generará la maquinaria con la que operará la microempresa será mínimo ya que al poseer poca maquinaria no provocará mayor concentración, sin embargo, con el fin de evitar molestias en el resto de instalaciones, la microempresa dentro de su planta de producción mantiene designada un área exclusiva para la confección de las prendas de vestir.

### 13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO:

**Cuadro 90.** Presupuesto para la elaboración del proyecto

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>				
<b>Componentes / Rubros</b>	<b>Internas</b>			<b>Total</b>
	<b>Autogest</b>	<b>UTC</b>	<b>Comunidad</b>	
<b>Componente 1:</b>				
Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes.				1.764,46
<b>Actividades:</b>				
<b>Actividad 1:</b> Analizar el grado de aceptación y características específicas del producto que requiere el mercado	882,23			
<b>Actividad 2:</b> Evaluar la fijación de precios en función a la de la competencia y los costes de producción y comercialización	882,23			
<b>Componentes 2:</b>				
Elaborar el estudio técnico y financiero con la utilización de herramientas y metodologías que permitan establecer el tamaño del proyecto, localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño				5.444,41
<b>Actividades:</b>				
<b>Actividad 1:</b> Identificar la localización adecuada para el funcionamiento de la microempresa	2.352,62			
<b>Actividad 2:</b> Establecer el tamaño y capacidad apropiada para la operatividad y su buen desempeño	2.352,62			
<b>Actividad 3:</b> Indicar la distribución del espacio donde se llevará a cabo las actividades de la microempresa	2.352,62			
<b>Componente 3</b>				
Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la creación de la microempresa, con el objetivo de garantizar su buen funcionamiento				1.764,46
<b>Actividades:</b>				
<b>Actividad 1:</b> Realizar la estructura organizacional de la microempresa	1.764,46			
<b>Total</b>				<b>\$8.973,33</b>

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1. Conclusiones

- El estudio de mercado determinó que existe una población demandante de 13971 (ver cuadro 15) y una oferta actual de 11424 prendas de vestir de niños y niñas entre 1 y 5 años (ver cuadro 13), obteniendo una demanda insatisfecha anual de 2547; demostrando que existe un amplio mercado para implementar la propuesta.
- El estudio técnico identificó que el tamaño del proyecto es de 100,48m<sup>2</sup> teniendo una capacidad instalada que permite comercializar 4512 prendas de vestir anuales (ver cuadro 21), además se sintetizó el proceso productivo (ver figura 7), disponibilidad de los recursos, los requisitos del proyecto y marco legal necesario para la operación de la microempresa.
- Mediante el análisis financiero se determinó que la inversión total requerida para la comercialización de mariscos, se compone de compras de activos fijos, préstamo financiero al Ban Ecuador, y capital de trabajo, dando una inversión de \$8973,33, el estado de resultados demuestra que la utilidad neta para el año 1 es de \$9965,04 (ver cuadro 85). El análisis financiero reflejó un VAN de \$14651,33 (ver cuadro 88), mientras que la TIR de 66% (ver cuadro 89), una relación costo – beneficio de \$9,44 valores que acreditan la viabilidad de esta inversión.

### 14.2. Recomendaciones

- La generación de nuevas ideas que permitan captar nichos de mercado demanda mayor exigencia; por lo que se recomienda tener en cuenta los requerimientos del mercado en cuanto a la producción y comercialización del producto, así como también mantenerse en constante actualización e innovación.
- En base a los datos presentados en el estudio técnico y financiero se sugiere implementar el proyecto ya que su puesta en marcha permitirá la pronta recuperación de la inversión asegurando su permanencia en el mercado y generando réditos económicos al microempresario.
- Con la finalidad de mantener un ambiente laboral armónico se deberá dar a conocer y hacer cumplir la filosofía empresarial que manejará el proyecto a todo el personal involucrado.



## 15. BIBLIOGRAFÍA

- Anzola, S. (2016). *Administración de Pequeñas Empresas* (2da Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Araujo, D. (2019). *Proyectos de Inversión*. México: Trillas.
- Ávila, J. (2006). *Economía*. México: Umbral.
- Baca, G. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Belio, J., & Sain, A. (2017). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. España: Wolters Kluwer.
- Bertrand L. Hansen & Prabhakar M. Ghare . (1990). *Introducción a la garantía de calidad y el control de aceptación*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Blanes, J. (2020). *Diccionario de términos contables*. México: CECSA.
- Bravo, M. (2018). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Cacao, J., Pihuave, K., & Jibaja, M. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización on line de prendas de vestir. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 30.
- Calleja, F. (2021). *Contabilidad 1*. México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Equipo Editorial. (2020). *Implantación de productos y servicios* . España : Elearning S.L.
- Escudero, J. (2017). *Técnicas de venta y negociación*. España: Paraninfo.
- Estupiñan, R. (2018). *Estados Financieros básicos bajo NIC/NIIF*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Francisco Abascal Rojas. (2020). Consumidor clientela y distribución para la economía del futuro. Madrid : Esic.

Ganzinelli, C. (2020). Valoración de acciones. Barcelona - España: Gestión.

Gemma Lucena Garrido . (2017). Corte y Confección . Barcelona : Dummies.

Guajardo, G., & Andrade, N. (2019). Contabilidad Financiera. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

<https://cosas-de-hoy.webnode.es/news/ropa-con-disenos-originales-para-ninas/>. (s.f.).

[https://es.wikipedia.org/wiki/Corte\\_y\\_confecci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Corte_y_confecci%C3%B3n). (s.f.).

<https://www.pinterest.es/pin/436215913887887390/>. (s.f.).

Ivancevich, J., Konopaske, R., & Matteson, M. (2018). Comportamiento Organizacional. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Lic. Rosario Alejandra Sulser & Lic. José Enrique Pedroza. (2018). Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. México : Printed.

Lizarazo, M. (2019). Jóvenes Emprendedores: Comprometidos con el Desarrollo Sostenible de los Territorios Rurales. Quito: Graphus.

López, B. (2018). Los pilares del marketing. Barcelona: UPC.

Marfull . (2011). Plan de Negocios para un nuevo concepto de ropa infantil: RAPAX.

Mariana Cantos Figueroa & Teresa Canarte Quimis. (2017). La Microempresa Artesana: una opción para el Desarrollo. México: Dreams Magnet.


Ministerio de Justicia. (2021). Quito.

Miranda, J. (2017). Gestión de proyectos (5ta Edición ed.). Bogotá: Guadalupe Ltda.

- Montero, J. (2017). Blog de Investigación Descriptiva. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Montserrat Llonch Casanovas. (2017). La industria del género de punto . Cataluña : Florensa.
- Ortega, A. (2020). Proyectos de Inversión. México: Compañía Editorial Continental.
- Palacios, L. (2021). Estrategias de Creación Empresarial. Bogotá: Ecoediciones.
- Parkin, M., & Loria, E. (2020). Fundamentos de teoría económica. Madrid: Pearson Educación.
- Roberto Navarro Arias . (2017). Psicoenergética. México : Pax.
- Rueda, M. (2020). Prendas de vestir y ropas de hogar. España: Innovación y Cualificación S.L.
- Sagi, L., & Grande, V. (2018). Gestión por competencias. Madrid: Esic.
- Sapag, N. (2018). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Chile: Pearson Education.
- Sarmiento, R. (2020). Contabilidad de Costos. Quito: Andinos.
- Singer. (2018). Biblioteca de costura: Ropa para niños. Creative.
- Zapata, P. (2017). Contabilidad General: Con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Madrid: McGrawHill.

## 16. ANEXOS

**Anexo 1:** Datos informativos del tutor del proyecto

<b>DATOS PERSONALES</b>		
<b>Nombres:</b>	Mauricio Rubén	
<b>Apellidos:</b>	Franco Coello	
<b>Nacionalidad:</b>	Ecuatoriana	
<b>Fecha de nacimiento:</b>	27 de Febrero de 1972	
<b>Lugar de nacimiento:</b>	Latacunga – Cotopaxi	
<b>Cédula de identidad:</b>	050180544-4	
<b>Estado civil:</b>	Divorciado	
<b>Teléfono:</b>	0985157367	
<b>Dirección domiciliaria:</b>	Cdla. Jardines del Este, Mz 10. S10	
<b>Cantón:</b>	Quevedo	
<b>Correo electrónico:</b>	mauricio.franco5444@utc.edu.ec	
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>		
<b>Instrucción primaria:</b>	Escuela Fiscal “Simón Bolívar”	
<b>Instrucción secundaria:</b>	Instituto Superior “Vicente León”	
<b>Superiores</b>	Universidad Internacional SEK Universidad Tecnológica Equinoccial	
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>		
Ingeniero Financiero		
Magister en Economía con Énfasis en Administración		
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>		
Diplomado Superior en Marketing UNIANDES – Ambato		
Especialista en Proyectos Empresariales Universidad Argentina de la Empresa (UADE) – Buenos Aires		

**Anexo 2: Datos informativos de la Autora 1 del Proyecto**

<b>DATOS PERSONALES</b>		
<b>Nombres:</b>	Glenda Vanessa	
<b>Apellidos:</b>	Contreras Sánchez	
<b>Nacionalidad:</b>	Ecuatoriana	
<b>Fecha de nacimiento:</b>	06 junio de 1993	
<b>Lugar de nacimiento:</b>	La Maná – Cotopaxi	
<b>Cédula de identidad:</b>	0503414526	
<b>Estado civil:</b>	Soltera	
<b>Teléfono:</b>	0981766419	
<b>Dirección domiciliaria:</b>	Barrio Guamaní	
<b>Cantón:</b>	Quito	
<b>Correo electrónico:</b>	glenda.contreras4526@utc.edu.ec	
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>		
<b>Instrucción primaria:</b>	Escuela Fiscal “Juan Tulcanaz Arroyo”	
<b>Instrucción secundaria:</b>	Unidad Educativa “Monseñor Leónidas Proaño”.	
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>		
Bachiller en Ciencias Sociales		
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>		
Jornadas Administrativas en Creatividad Innovación y Emprendimiento		
Universidad Técnica de Cotopaxi		
III Congreso Internacional de Investigación Científica		
Universidad Técnica de Cotopaxi		

**Anexo 3:** Datos informativos de la Autora 2 del Proyecto

<b>DATOS PERSONALES</b>		
<b>Nombres:</b>	Ana Marlene	
<b>Apellidos:</b>	Lazo Herrera	
<b>Nacionalidad:</b>	Ecuatoriana	
<b>Fecha de nacimiento:</b>	18 de Julio de 1999	
<b>Lugar de nacimiento:</b>	Puerto Francisco de Orellana - Orellana	
<b>Cédula de identidad:</b>	1721047601	
<b>Estado civil:</b>	Soltera	
<b>Teléfono:</b>	0968413885	
<b>Dirección domiciliaria:</b>	El Prado - El Triunfo	
<b>Cantón:</b>	La Maná	
<b>Correo electrónico:</b>	ana.lazo7601@utc.edu.ec	
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>		
<b>Instrucción primaria:</b>	Escuela Fiscal “Volcán Cotopaxi”	
<b>Instrucción secundaria:</b>	Unidad Educativa “Ciudad de Valencia”.	
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>		
Bachiller en Secretariado Bilingüe		
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>		
Jornadas Administrativas en Creatividad Innovación y Emprendimiento		
Universidad Técnica de Cotopaxi		
III Congreso Internacional de Investigación Científica		
Universidad Técnica de Cotopaxi		

**Anexo 4:** Formato de encuesta aplicado padres y madres de familia del cantón La Maná



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN “LA MANÁ”**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**Tema:** “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para niños en el cantón La Maná”.

**Objetivo:** Recopilar información sobre el nivel de aceptación para la creación de una microempresa dedica a la confección exclusiva de prendas de vestir para niños, niñas del Cantón La Maná.

**INSTRUCCIONES:**

- Lea y analice con atención cada pregunta.
- Marque con una X su respuesta en el rectángulo según su criterio.
- Todos los datos son para fines investigativos lo cual se reservará absoluta confidencialidad

**1. ¿En qué lugares prefiere comprar prendas de vestir de niños o niñas?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Almacenes	
Centros Comerciales	
Catálogos	
Mercado	

**2. ¿En qué grado calificaría la satisfacción que le ha brindado la adquisición de estas prendas?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	

**3. ¿Con que frecuencia compra prendas de vestir para niños o niñas?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Quincenal	
Mensual	
Trimestral	

**4. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?**

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Menos de \$425	

425 dólares	
Más de \$425	

5. ¿Cuánto pagaría por prendas de vestir para niños o niñas?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
De \$10 a \$15	
De \$16 a \$20	
De \$21 a \$25	

6. ¿Cuándo adquiere prendas de vestir que aspecto cautivo su atención?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Color	
Diseño	
Material	
Marca	

7. ¿Conoce de algún negocio exclusivo que elabore y comercialice prendas para niños y niñas?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Si	
No	

8. ¿Le gustaría contar con un lugar especializado en elaborar y comercializar prendas de vestir para niños y niñas en la ciudad de La Maná?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Si	
No	

9. ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir los productos que oferte dicha microempresa?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Si	
No	

10. ¿Porque medio le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrece la microempresa?

ALTERNATIVAS	RESPUESTA
Emisoras de radio	
Internet	
Ferias	



**Anexo 5:** Validación 1 de la encuesta**VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Calidad de la redacción		X		
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación		X		

**Apreciación cualitativa**

Es aplicable previo a cambios mínimos, los factores si están acorde a las variables de estudio se muestra una revisión de la literatura.

**Observaciones:**

- En la pregunta "Cuánto pagaría Ud. Por prendas de vestir para niños o niñas?"

Los rangos expuestos en cifras deben ser: de \$ 10,00 a \$15,00; de \$15,01 a \$ 20,00; de \$ 20,01 a \$ 25,00

**Validado por:**

**Firma:**



**Ing. Eduardo Fabricio Cabrera Toscano, M.Sc.**

**Fecha: Martes 24 de febrero del 2022**

**Anexo 6:** Validación 2 de la encuesta**VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	✓			
Calidad de la redacción		✓		
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de aplicación		✓		

**Apreciación cualitativa**

Es aplicable previo a cambios mínimos los factores si están acorde a las variables de estudio se muestra una revisión de la literatura.

**Observaciones**

Validado por: HSA: Gloria Pazmiño Cano

Firma:



Fecha: 3 de enero del 2022

**Anexo 7: Validación 3 de la encuesta**

**VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	✓			
Calidad de la redacción		✓		
Relevancia del contenido		✓		
Factibilidad de aplicación	✓			

**Apreciación cualitativa**

Es aplicable previo a cambios mínimos los factores si están acorde a las variables de estudio se muestra una revisión de la literatura.

**Observaciones**

Validado por: HBA. Hayra Valencia Neto

Firma:



Fecha: ...3...de enero del 2022

## Anexo 8: Reporte de Ouriginal



### Document Information

---

Analyzed document	Contreras-Lazo.docx (D132993627)
Submitted	2022-04-07T23:50:00.0000000
Submitted by	Marilin
Submitter email	marilin.albarrasin@utc.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	marilin.albarrasin.utc@analysis.orkund.com

### Sources included in the report

---

<b>W</b>	<p>URL: <a href="https://docplayer.es/72033594-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-administrativas-carrera-de-administracion-de-empresas.html">https://docplayer.es/72033594-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-administrativas-carrera-de-administracion-de-empresas.html</a>            Fetched: 2021-07-20T16:58:15.7230000</p>	7
<b>SA</b>	<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / Proyecto-Castro Tatiana-Morales Jeniffer-Ing. Kety Hurtado.docx</b>            Document Proyecto-Castro Tatiana-Morales Jeniffer-Ing. Kety Hurtado.docx (D129361680)            Submitted by: pedro.diaz0606@utc.edu.ec            Receiver: pedro.diaz0606.utc@analysis.orkund.com</p>	1
<b>SA</b>	<p><b>MARINA VELASCO.docx</b>            Document MARINA VELASCO.docx (D11335607)</p>	3
<b>SA</b>	<p><b>TESIS ANGELA YEPEZ.pdf</b>            Document TESIS ANGELA YEPEZ.pdf (D12596273)</p>	4

---