



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO FINANCIERO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA TIENDA DE ROPA MATERNA MANUFACTURADA UBICADA EN  
SAUCES 4 DEL CANTÓN GUAYAQUIL PERTENECIENTE A LA ZONA 8 DE  
PLANIFICACIÓN**

**Proyecto de investigación como requisito para optar por el título de  
Economista**

**Tutor:**

**Econ. Zoila Pesantez Cedeño. Msc**

**Autores:**

**ALISON GISELL LANDY SORIA  
GABRIELA ROSALINA ZAMBRANO VIVAS**

**Guayaquil, 2016**

## **Declaración de Autoría de la Investigación**

ALISON LANDY

Y

GABRIELA ZAMBRANO

DECLARAN QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación” ha sido elaborado en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de otros autores, conforme a lo establecido bajo las normas APA versión 6, se citaron las ideas vertidas por terceras personas, cuya fuente se incorporan en la bibliografía.

En ese contexto, este trabajo es de auditoría propia. En virtud de esta declaración expresa, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del proyecto de grado en mención.

---

Alison Gisell Landy Soria

CI. 091930925-2

---

Gabriela Rosalina Zambrano Vivas

CI. 200006310-3

## **Certificado de Aceptación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Estudio Financiero de Pre-factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 del Cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación”. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

### **ECONOMISTA**

Presentado por los egresados: Alison Gisell Landy Soria  
Gabriela Rosalina Zambrano Vivas



---

Econ. Zoila Pesantez Cedeño. MSc

Tutora

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ESTUDIO FINANCIERO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TIENDA DE ROPA MATERNA MANUFACTURADA UBICADA EN SAUCES 4 DEL CANTÓN GUAYAQUIL PERTENECIENTE A LA ZONA 8 DE PLANIFICACIÓN.docx (D22713496)

**Submitted:** 2016-10-26 04:43:00

**Submitted By:** zpesantezc@ulvr.edu.ec

**Significance:** 6 %

Sources included in the report:

1441648073\_Del Rosario-Ramon-Piedra.docx (D15184128)  
TESIS ENTREGAR SALGUERO.docx (D19900429)  
G1.Mosquera.Andrade.Edgar.Metodologia\_de\_la\_Investigación.docx (D14633869)  
<http://www.buenastareas.com/materias/analisis-foda-para-departamento-de-compras/0>  
<https://es.scribd.com/doc/97282327/Cap-3-Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos>  
[http://www.ehowenespanol.com/descripcion-del-costurera-sobre\\_422552/](http://www.ehowenespanol.com/descripcion-del-costurera-sobre_422552/)  
<http://sandrayconfeccion.blogspot.com/2013/05/maquina-industrial-de-costura-recta.html>  
<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/balance-de-obras-fisicas/>  
<http://ceciliajulianah.blogspot.com/>  
<https://www.scribd.com/document/328476952/Ley-del-RUC>  
<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Manuel-De-Puestos/1709252.html>  
<https://prezi.com/dvtgdvmwthfo/estudio-tecnico-formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/>  
<https://prezi.com/e7lhxqcyhd33/analisis-tecnico-operativo/>  
<http://www.vicepresidencia.gob.ec/segundo-mandatario-cumplira-agenda-territorial-en-imbabura/>  
<http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/INFORME-MIESS.pdf>  
[http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf)  
<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>  
<http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/1-2-Andrea-Caceres-Pol%C3%ADticas-de-Comercio-Exterior-para-Incentivar-el-Mercado-Nacional-en-el-Sector-Textil.pdf>  
<http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Agenda-Zonal-para-el-Buen-Vivir.pdf>  
<http://www.eluniverso.com/2011/04/28/1/1550/asi-comenzo-sauces-guayaquil.html>

Instances where selected sources appear:

35



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**

SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR,  
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación	
<b>AUTOR/ ES:</b> Landy Soria Alison Gisell Zambrano Vivas Gabriela Rosalina	<b>REVISORES:</b> Pesantez Cedeño Zoila Filomena
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>FACULTAD:</b> Ciencias Sociales y Derecho
<b>CARRERA:</b> Economía	
<b>FECHA DE PUBLICACION:</b>	<b>Nº DE PÁGS:</b> 114
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Estudio de pre factibilidad- ropa materna- estudio económico	
<b>RESUMEN:</b> La investigación estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación, busca determinar la factibilidad para la creación del antes mencionado emprendimiento. Para ello, se utilizó en la metodología el enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), en tanto que, los tipos de investigación fueron exploratoria y descriptiva, se aplicaron instrumentos (ficha de observación, encuesta y entrevistas) dirigidas a las tiendas que constituyen la competencia; al mercado potencial; y a las modistas de larga trayectoria con el objetivo de recoger información veraz sobre: la competencia en Sauces 4 y la zona de influencia; gustos y preferencias de las potenciales clientes; la experiencia en materia de confección. De los resultados obtenidos se	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 250-9054



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR,  
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

puede destacar que el mercado potencial oscila entre las edades de 15 a 34 años; el servicio de arreglos y entallado provocó buenas expectativas por parte de las encuestadas; así también, el precio promedio por prenda de \$30,00 fue aceptado por la gran mayoría de la muestra, verificándose que a medida que avanza la edad existe el deseo de adquirir trajes de mayor costo, debido a la estabilidad económica que tienen las clientes con la edad. Los trajes que más se demandarán se relacionan con los pantalones de tela para las edades mayores y vestidos vanguardistas en las edades más juveniles.

<b>Nº DE REGISTRO (en base de datos):</b>		<b>Nº DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: 0969796771 0991456585	E-mail: <a href="mailto:alisonlandysoria@hotmail.com">alisonlandysoria@hotmail.com</a> <a href="mailto:gabrielazambranovivas@hotmail.com">gabrielazambranovivas@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Nombre: Msc. Washington Villavicencio Msc. Mónica Leoro Llerena Teléfono: 2596500 – 249 - 226 E-mail: <a href="mailto:wvillavicencios@ulvr.edu.ec">wvillavicencios@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:mleorol@ulvr.edu.ec">mleorol@ulvr.edu.ec</a>	

Quito: Av. Whympner E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 250-9054

## **Dedicatoria**

*Esta tesis se la dedico primeramente a Dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, encarando siempre las adversidades de manera constante, sin desfalleceré en el intento.*

*A mi familia, por quienes soy lo que soy, a mis padres, por su apoyo, comprensión, consejos, ayuda y sobre todo amor en cada momento, mucho más en los difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para poder conseguir mis objetivos.*

*Y por último a mis queridos maestros, quienes con sus enseñanzas dejaron en mí, huellas imborrables de sabiduría y perseverancia.*

*Alison Gisell Landy Soria*

## **Agradecimiento**

*Agradezco a todos quienes en el transcurso de estos años universitarios formaron parte de mi vida, quienes se dieron la oportunidad de conocerme y a quienes me dieron la oportunidad de darme a conocer, porque de cada uno de ustedes aprendí cosas nuevas, pues me enseñaron a ser paciente, comprometida y perseverante, entre muchísimas otras cosas más.*

*También quiero agradecer de manera especial a esta noble institución por abrirme las puertas y dar respuestas a cada una de mis inquietudes, permitiéndome así, formar parte activa de los profesionales apasionados con vastos conocimientos de nuestra República.*

*Alison Gisell Landy Soria*

## **Dedicatoria**

*A mis ejemplares padres: Gabriel y Cecilia.*

*A mi amigo incondicional y esposo: Ricardo.*

*A mis amadas hijas: Danna y Bianca.*

*Debo enfatizar que la inspiración nos la diste tú... mi Kaki, pues fue durante tu gestación que inició la idea de MotherSize.*

*De ustedes y para ustedes,*

*Gabriela Rosalina Zambrano Vivas*

## **Agradecimiento**

*Agradezco a Dios, a mi querida familia, a los maestros que impartieron en las aulas de nuestra alma máter sus conocimientos, a mi tutora Econ. Zoila Pesantez que con su sapiencia direccionó positivamente éste trabajo de titulación, a todos los demás profesionales que desde diferentes escenarios contribuyeron con sus comentarios y correcciones, finalmente a mis amigos y compañeros (colegas) por las vivencias compartidas.*

*“Nunca consideres el estudio como una obligación sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber, Albert Einstein”*

*Gabriela Rosalina Zambrano Vivas*

## Resumen

La investigación estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación, busca determinar la factibilidad para la creación del antes mencionado emprendimiento. Para ello, se utilizó en la metodología el enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), en tanto que, los tipos de investigación fueron exploratoria y descriptiva, se aplicaron instrumentos (ficha de observación, encuesta y entrevistas) dirigidas a las tiendas que constituyen la competencia; al mercado potencial; y a las modistas de larga trayectoria con el objetivo de recoger información veraz sobre: la competencia en Sauces 4 y la zona de influencia; gustos y preferencias de las potenciales clientes; la experiencia en materia de confección. De los resultados obtenidos se puede destacar que el mercado potencial oscila entre las edades de 15 a 34 años; el servicio de arreglos y entallado provocó buenas expectativas por parte de las encuestadas; así también, el precio promedio por prenda de \$30,00 fue aceptado por la gran mayoría de la muestra, verificándose que a medida que avanza la edad existe el deseo de adquirir trajes de mayor costo, debido a la estabilidad económica que tienen las clientes con la edad. Los trajes que más se demandarán se relacionan con los pantalones de tela para las edades mayores y vestidos vanguardistas en las edades más juveniles.

**Asuntos Clave:** Estudio de pre factibilidad- ropa materna- estudio económico.

## Abstrat

Financial research study of prefeasibility for the creation of a maternal clothing store manufactured located in Sauces 4 of GUAYAQUIL City belonging to area 8 of planning, seeks to determine the feasibility for the creation of it. For this we used in the methodology a mixed approach (qualitative and quantitative) while rates investigations were exploratory and descriptive, instruments were applied (surveys and interviews) the first one was for the potential demand market and the second one it was directed to the offer, whose aim was to collect accurate information. From the results obtained it can be noted that the potential market is between the ages of 15 to 34 years; service arrangements and notching caused great expectations by surveyed, well, the average price per item of \$ 30 was accepted by majority of the people, verifying that as age advances there is a desire to acquire more expensive suits, due to the economic stability that our clients have. The suits that are best sellers are pants for older ages and dresses for young women.

**Key Issues:** Pre factibilidad- clothing maternal-economic study.

## Índice de Contenido

Declaración de Autoría de la Investigación.....	ii
Certificado de Aceptación del Tutor.....	iii
.....	iv
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimiento.....	x
Resumen.....	xi
Abstrat.....	xii
Índice de Tablas.....	xvi
Índice de Figuras.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
Introducción.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	1
1.3 Formulación del Problema.....	2
1.4 Sistematización del Problema.....	2
1.5 Delimitación o Alcance.....	3
1.6 Justificación del Problema.....	3
1.7 Objetivo General.....	5
CAPÍTULO II.....	7
Marco Teórico.....	7
2.1 Estado del Arte.....	7
2.2 Fundamentación Teórica.....	14
2.2.1    Importancia del Estudio de Pre-factibilidad.....	14
2.2.2    Estudio Legal.....	16
2.2.3    Estudio Técnico o Tecnológico.....	17
2.2.4    Estudio Económico - Financiero.....	21
2.2.5    Estudio de Mercado.....	25
CAPÍTULO III.....	27
Marco Metodológico.....	27
3.1 Enfoque de la Investigación.....	27

3.2 Tipo de Investigación .....	27
3.3 Métodos, técnicas y procedimientos de la investigación .....	27
3.4 Población y muestra .....	28
3.5 Resultados Obtenidos:.....	30
3.6 Discusión de los resultados .....	38
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>40</b>
<b>Aplicación del Estudio de Pre-factibilidad .....</b>	<b>40</b>
4.1 Estudio Legal .....	40
4.1.1 Constitución de la República del Ecuador: .....	40
4.1.2 Ley de Registro Único del Contribuyente: .....	41
4.1.3 Agenda Zonal - Zona 8 las Principales.....	44
4.1.4 Ley de Propiedad Intelectual .....	45
4.1.5 Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN-013.....	47
4.2 Estudio Técnico.....	48
4.2.1 Localización .....	48
4.2.2 Diseño de la planta .....	49
4.2.3 Especificaciones del producto .....	51
4.2.4 Descripción del proceso Productivo – Flujograma .....	52
.....	52
4.2.5 Tecnología .....	53
4.2.6 Propiedad Planta y Equipo .....	54
4.2.7 Capital Humano.....	55
4.2.8 Organigrama Institucional .....	60
4.2.9 Análisis FODA .....	61
4.3 Estudio Económico- Financiero.....	62
4.3.1 Inversión Inicial.....	62
4.3.2 Depreciación.....	68
4.4 Estudio de Mercado.....	84
4.4.1 Presentación.....	84
4.4.2 Objetivos del Estudio de Mercado .....	84
4.4.3 Variables e indicadores del estudio .....	85
4.4.4 Mercado Objetivo.....	87
4.4.5 Mercado Fin.....	87
4.4.6 Mercado Meta.....	87

4.4.7 Penetración de mercado.....	87
4.4.8 Estrategias de Márketing .....	88
4.4.9 Canales de distribución.....	89
4.5 Conclusiones .....	90
4.6 Recomendación .....	91
Bibliografía .....	92
Anexos .....	94
Tabla de Amortización .....	97
Encuesta Piloto .....	98
.....	98
Encuesta Final .....	99

## Índice de Tablas

Tabla N° 1.....	30
Tabla N° 2.....	31
Tabla N° 3.....	32
Tabla N° 4.....	33
Tabla N° 5.....	34
Tabla N° 6.....	35
Tabla N° 7.....	51
Tabla N° 8.....	62
Tabla N° 9.....	63
Tabla N° 10.....	64
Tabla N° 11.....	64
Tabla N° 12.....	64
Tabla N° 13.....	65
Tabla N° 14.....	65
Tabla N° 15.....	65
Tabla N° 16.....	66
Tabla N° 17.....	66
Tabla N° 18.....	66
Tabla N° 19.....	67
Tabla N° 20.....	67
Tabla N° 21.....	67
Tabla N° 22.....	67
Tabla N° 23.....	68
Tabla N° 24.....	69
Tabla N° 25.....	70
Tabla N° 26.....	71
Tabla N° 27.....	72
Tabla N° 28.....	72
Tabla N° 29.....	73
Tabla N° 30.....	73
Tabla N° 31.....	74
Tabla N° 32.....	76
Tabla N° 33.....	77
Tabla N° 34.....	78
Tabla N° 35.....	80
Tabla N° 36.....	80
Tabla N° 37.....	81
Tabla N° 38.....	83
Tabla N° 39.....	83
Tabla N° 40.....	86

## Índice de Figuras

Figura N° 1. Delimitación o Alcance.....	3
Figura N° 2. Representación de la fórmula para cálculo de la muestra.....	29
Figura N° 3. Edad de las encuestadas.....	30
Figura N° 4. Requerimiento de ropa materna.....	31
Figura N° 5. Preferencia de prendas.....	32
Figura N° 6. Interés por la tienda de ropa materna.....	33
Figura N° 7. Precio promedio.....	34
Figura N° 8. Aspecto sobresaliente.....	35
Figura N° 9. Matriz de las Fichas de Observación - Oferta.....	37
Figura N° 10. Diseño de la Planta.....	50
Figura N° 12. Proceso productivo - Flujograma.....	52
Figura N° 13. Forma de producción.....	53
Figura N° 14. Organigrama Institucional.....	60
Figura N° 15. Matriz FODA de referencia cruzada.....	61
Figura N° 16. Punto de equilibrio.....	76
Figura N° 17. Variables.....	85
Figura N° 18. Indicadores.....	86
Figura N° 19. Canal de distribución de las prendas.....	89
Figura N° 20. Ficha de Observación – Baby Boom.....	94
Figura N° 21. Ficha de Observación - Bahía.....	94
Figura N° 22. Ficha de Observación - Deprati.....	95
Figura N° 23. Ficha de Observación - Mi Comisariato.....	95
Figura N° 24. Ficha de Observación - Megamaxi.....	96
Figura N° 25. Ficha de Observación - SUPER ÉXITO.....	96
Figura N° 26. Tabla amortización – Produbanco.....	97
Figura N° 27. Encuesta piloto.....	98
Figura N° 28. Encuesta Final.....	99

## **CAPÍTULO I**

### **Introducción**

#### **1.1 Tema**

Estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la zona 8 de planificación.

#### **1.2 Planteamiento del Problema**

En la actualidad la economía ecuatoriana busca el cambio de su matriz productiva por lo que es de suma importancia la innovación para la creación de nuevas fuentes de empleo que contribuyan al desarrollo económico y social para las familias, que genere productividad y competitividad en el mercado.

Pese a que en estos últimos años en Ecuador, el desempleo mostraba cierta tendencia a la baja, desde el 2014 ha experimentado bajas en los ingresos a consecuencia de shocks exógenos – como son el desplome de los precios del barril de petróleo, la apreciación del dólar, la crisis de los países desarrollados, entre otros- que han afectado significativamente a la estabilidad de la fuerza laboral, provocando que el desempleo se incrementado en 0,97% entre el primer trimestre del 2014 al primer trimestre del 2015 (INEC, 2016), lo que evidencia un desmejoramiento significativo en esta variable, por ello, la importancia de nuevos emprendimientos como el que se propone en relación al sector manufacturero, que hasta el 2015 se encontraba como el de mayor desarrollo en el país, según la revista de negocios EKOS.

Según (Banco Central, 2015) en Ecuador la composición del PIB<sup>1</sup> manufacturero es uno de los más importantes y dentro de éste textiles y cueros aporta el 7%. Hay que reconocer que la “La actividad manufacturera es fundamental dentro de la economía” (Proaño, 2016) para contrarrestar el desempleo. Sería entonces ideal que nuevos emprendimientos se generen en el país a fin de utilizar la mano de obra que al momento se encuentra desocupada por la situación vulnerable que vive el país.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Será factible financieramente la creación de una tienda de ropa materna manufacturada en Saucos 4 perteneciente a la zona 8?

### **1.4 Sistematización del Problema**

Actualmente el desempleo es un grave problema que aqueja a nuestra sociedad, la deficiente oferta laboral provoca disminución del consumo y del ahorro lo que genera cambios bruscos en los ciclos económicos, pues la principal fuerza de los factores productivos (los hogares) se ven afectados en sus ingresos debido a que deben enfrentar a diario situaciones difíciles para ellos y sus familias. Factores exógenos han generado desempleo en el país; lo que constituye una mala imagen para atraer inversión extranjera, un crecimiento económico menor que la tasa poblacional, falta de productividad, presión fiscal, y una desaceleración de la economía a nivel general.

---

<sup>1</sup> El Producto Interno Bruto (PIB); indicador macroeconómico que refleja la suma total de bienes y servicios producidos por una economía en el periodo de un año.

Por eso, impulsar nuevos emprendimientos es muy importante para combatir el desempleo, en este sentido el gobierno nacional promueve; el cambio de la matriz productiva de una forma organizada y planificada como lo indica la Senplades<sup>2</sup> en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, PNBV.

### 1.5 Delimitación o Alcance

Marco espacial	Sauces 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la Zona 8 de Planificación.
Periodo	2016
Campo	Estudio Económico de Pre-factibilidad
Aspecto	Creación de una tienda de ropa materna manufacturada

**Figura N° 1.** Delimitación o Alcance  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### 1.6 Justificación del Problema

La presente investigación es de gran relevancia porque responde a lo propuesto en la Constitución de la República (2008) para alcanzar el buen vivir<sup>3</sup>, para ello se creó la Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES encargada de elaborar los objetivos para llegar a la meta. El proyecto espera contribuir al PNBV 2013-2017 en lo concerniente a los objetivos: “3.- Mejorar la calidad de vida de la población” “4.-Fortalecer las

<sup>2</sup>Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES); instancia asesora de la Presidencia de la República en cuanto a planificación y desarrollo. Administra y coordina el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa y elabora el Plan Nacional del Buen Vivir.

<sup>3</sup>Es un principio constitucional basado en el Sumakkawsay, que recoge una visión del mundo centrada en la supremacía del ser humano ante el capital, como parte de un entorno natural y social.

capacidades y potencialidades de la ciudadanía” “9.-Garantizar el trabajo digno en todas sus formas” “10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva”

Para mejorar la calidad de vida de las familias es imperioso mantener a la población en pleno empleo, ya que: “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización nacional y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado” (Constitucion de la República del Ecuador, 2008).

La presente investigación es relevante porque forma parte de las principales líneas de acción para el cambio de la matriz productiva, contempladas en el objetivo 10<sup>4</sup> de Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y de la agenda zonal de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), donde considera “Fomentar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas y de la economía popular y solidaria en las líneas de tejidos y confecciones (vinculadas con compras públicas) y alimentos frescos y procesados”. (Senplades, 2016)

En este sentido, el estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Saucos 4 del cantón Guayaquil perteneciente a la Zona 8 de Planificación<sup>5</sup>, será importante realizarlo porque de ser viable aportará a generar fuentes de empleo estables.

---

<sup>4</sup> Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva. <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

<sup>5</sup> La Zona 8 de Planificación; comprende los cantones: Guayaquil, Durán y Samborondón; este territorio ocupa 6.331,04 Km<sup>2</sup> de superficie y representa el 2,5% del total nacional; concentra el 18,02% de la población del país, distribuidos de la siguiente manera: Guayaquil 90,10%, Durán 7,89% y Samborondón 2,01%.

Los emprendimientos son fundamentales para ayudar a consolidar un sistema económico estable, pues éstos forman parte importante del desarrollo socio-económico de una nación, ya que generan empleo lo que produce movimientos en la masa monetaria e incentiva el crecimiento económico de los habitantes, en tanto que la inversión y el ahorro dan paso a la creación de fuentes de empleo lo que ayuda a dinamizar la economía.

El presente trabajo tendrá un aporte práctico y será de gran utilidad para nuevos emprendimientos y podrá generar nuevas investigaciones.

### **1.7 Objetivo General**

Determinar la pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada ubicada en Sauces 4 de la ciudad de Guayaquil

#### **Objetivos Específicos**

- ) Indagar sobre fundamentos teóricos que apoyen al trabajo de investigación.
- ) Diagnosticar la zona de estudio y de influencia para conocer sobre los emprendimientos existentes de ropa materna manufacturada.
- ) Identificar el marco legal para desarrollar el estudio.
- ) Evaluar la rentabilidad del proyecto mediante la elaboración de un estudio financiero.

### **1.1 Ideas a defender**

¿Será rentable el proyecto de la creación de una tienda de ropa manufacturada ubicada en Sauces 4 de cantón Guayaquil perteneciente a la Zona 8 de planificación?

¿Qué fundamentos teóricos aportaran al trabajo de investigación?

¿Existirán emprendimientos similares en la Zona de estudio?

¿Existirá alguna normativa que impida el desarrollo del estudio de Pre-factibilidad?

## **CAPÍTULO II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1 Estado del Arte**

**2013. La esencia de una empresa es crear fuentes de empleo, vicepresidencia de la República del Ecuador**

**Jorge Glass Espinel**

**Otavalo – Imbabura**

“Para nosotros, como industria textil, es muy importante contar con el apoyo del Gobierno”, expresó emocionado Patricio Moreno, gerente de Indutexma, empresa que el vicepresidente Jorge Glas Espinel recorrió la mañana de este martes, 23 de septiembre.

Con 40 años en el mercado produciendo telas de punto y telas planas, Moreno aseguró que busca impulsar el desarrollo del sector textil y con ello ayudar al cambio de Matriz Productiva, pues cuentan con el producto, el mercado y el sistema. “La esencia de una empresa es crear fuentes de empleo”, manifestó el segundo Mandatario, quien aseguró que esta empresa cumple con los principios básicos de cambio de Matriz Productiva: producir más, mejor y nuevos productos.

Enfatizó que es importante lograr la cadena de valor para generar mayor riqueza y con ello más fuentes de empleo. “Aquí hemos visto la transformación de la materia prima,

como el hilo se transforma en telares”, comentó Glas, al tiempo que dijo que esta planta ha crecido en sus ventas. (ECUADOR, 2016)

**2012. Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí.**

**Investigador: Luis Fernando Sagnay Anaguano**

**Institución: Escuela Politécnica del Ejercito- ESPE**

**Sangolquí - Ecuador**

Al confeccionar ropa deportiva lo que también se busca es adquirir materia prima nacional ya que de esta manera se está generando empleo para la población ecuatoriana. La implementación de esta nueva empresa crea nuevas alternativas de trabajo mismas que contribuirán a disminuir la tasa de migración existente en el país y proporcionar la generación de nuevos filones de riqueza, en busca de un mejor nivel de vida de sus trabajadores.

Algo importante a destacar, es que el sector textil genera varias plazas de empleo directo e indirecto en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, durante los dos últimos años, la economía ecuatoriana ha tenido un repunte en su crecimiento, de

acuerdo a los datos de la Balanza Comercial; el dragón asiático se convirtió en el principal acreedor del Ecuador, a través de dos grandes ejes que han marcado con fuerza esta relación bilateral: el financiamiento y la energía (petróleo y electricidad). El Ecuador mantiene una deuda con China de USD 7.200 millones, equivalente al 12,42% del PIB nacional que en el 2010 alcanzó los USD 57.978 millones. El 2011, también fue un buen año para hacer negocios en el país. Las exportaciones, inversiones y el consumo repuntaron en comparación con el año anterior. Sin embargo, para el gremio industrial la sostenibilidad de estos resultados está en duda; según técnicos de la Cámara de Industriales, manifiestan que, la economía creció debido a varios factores como:

- El alto precio del barril de petróleo, que bordean los USD 110,00, que equivale a un 36% más alto que el promedio del año anterior.
- El incremento de los créditos bancarios privados (19%) y públicos (solo el BIESS dio USD815 millones en préstamos quirografarios), lo cual empujó al consumo de los hogares.
- El mayor precio de las materia primas elevó los ingresos por exportaciones.
- Las recaudaciones tributarias, que representan el 9,9% más que el año 2010, le dio la posibilidad al gobierno para inyectar más liquidez a través de la inversión y el gasto público.

En la práctica se manifiesta que el gasto público continuará impulsando el crecimiento de la economía en el 2012, y además el gobierno de turno mantendrá la estimulación al consumo, puesto que es un año electoral. Ello es un riesgo, es verdad que los indicadores económicos, permiten ver que la economía crece, pero requiere productividad para ser sostenible. La poca productividad y calidad del sector textil se ha

evidenciado en los últimos años por la falta de materia prima, poca tecnología, baja calidad de los insumos y mano de obra no calificada; además de la competencia desleal como es la importación de ropa usada o ropa china; todo esto mencionado, se evidencia en el estudio de mercado aplicado a la población de la ciudad de Sangolquí. De acuerdo a lo manifestado, es necesario entonces, que las nacientes empresas, deben estar obligadas a adoptar estrategias corporativas para mejorar sus procesos de producción. Adoptando nuevas tecnologías y procedimientos para optimizar el uso de los recursos, de modo que se pueda generar productos con estándares de calidad que cumplan con las necesidades y expectativas que exigen los consumidores a nivel nacional e internacional. El objetivo de la presente investigación es realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de confección y comercialización de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí; varias y minuciosas investigaciones, cálculos y referencias de técnicos, se realizaron para definir el monto de la inversión que se necesitará para realizar este proyecto.

**2012. Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.**

**Investigador: Segundo Alfredo Rea Cayancela**

**Institución: universidad técnica de Cotopaxi**

**Latacunga – Ecuador**

En la actualidad las empresas constituyen una fuente trascendental de ingresos económicos para la sociedad ecuatoriana, a través de sus inversiones, es esencial analizar nuevas ideas de negocio y llevarlos a la práctica, adoptando nuevas tecnologías y procedimientos para optimizar el uso de los recursos, de modo que puedan generar productos con estándares de calidad que cubran con las necesidades, expectativas y requerimientos que hoy en día exigen los consumidores a nivel cantonal, provincial, nacional e internacional. Por lo mencionado anteriormente, la implantación de nuevas empresas de confección y alquiler de ropa folklórica le permitirá al cantón Pujilí, en mediano y largo plazo, disponer de una mayor oferta de atuendos folklóricos, que facilite la captación de nuevos mercados considerando el dinamismo regional, nacional y mundial en la demanda de este tipo de productos o servicios. Tanto así que el tema de investigación se refiere a un: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de confección y alquiler de ropa folklórica en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi” Un investigación de mucha importancia, ya que es un proyecto de emprendimiento, con la oportunidad de crear nuevas cosas, y fuerte motivación para crear una empresa al servicio del consumidor dependiendo de sus necesidades. De actualidad, porque se enmarca en un proyecto de inversión, que se desarrolla en torno a la realidad y como consecuencia de la detección de

una oportunidad de negocio y servicio al usuario. Es una investigación de campo, de carácter cuanti-cualitativa, y se enmarca dentro de los parámetros de un proyecto factible. El método que se utilizó fue el estadístico tanto descriptivo como inferencia, que ayudó a la comprensión del trabajo de investigación realizado. Las técnicas aplicadas fueron la observación directa, la encuesta, con su respectivo instrumento como es el cuestionario. Para una mejor comprensión del trabajo, se desarrolló tres capítulos: xx El Primer Capítulo se refiere a: Fundamentos teóricos del objeto de estudio como es: Gestión Administrativa. Proyectos. Estudio de Mercado. Estudio Técnico. Estudio Económico. Evaluación Financiera y Antecedentes Industriales. En el Segundo Capítulo: se aborda principalmente el estudio de mercado, es decir se realiza una investigación de los potenciales clientes que la empresa tendrá, enfocada a dar soluciones a la falta de proveedores de ropa folklórica en el cantón Pujilí y en la provincia. Además con el estudio de mercado se detectara la preferencia del consumidor que necesita de ropa folklórica y por consiguiente determinar los canales de distribución. En el Tercer Capítulo se enfoca básicamente a la determinación del tamaño y la ubicación de la futura empresa, tomando en cuenta a la factibilidad de acceso, comercialización, entre otros, se deberá a demás cual va ser e proceso de producción que se inicia desde el proveedor, producción, almacenamiento y canales de distribución. Se considerara también el número de personal con el que contara la empresa. Otro punto específico que se abarca en el capítulo es la asignación del nombre o Razón Social de la empresa, su constitución jurídica, su misión y su visión. Además se realiza un enfoque minucioso y detallado en diferentes cuadros los gastos en los que se incurrirán para la creación de esta empresa así como también se establece el margen posible de utilidad que generara la futura empresa.

**2012. El Emprendimiento y la Educación no siempre van en la misma dirección.**

**Investigador: Gabriel Rovayo**

**Director del IDE Business School**

**Ecuador**

En la práctica, cuando los estudiantes han concluido su formación profesional y se ven limitados en las posibilidades de acceso a un empleo, se enciende en ellos, como una llama, el emprendimiento generado por la necesidad. En el caso del Ecuador, esto se evidencia en las cifras del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GME), donde una de las principales motivaciones de los emprendedores es la carencia de empleo y su necesidad de generarse un autoempleo. En este estudio también se identifica que la actividad emprendedora en el país es alta, encontrándose en tercer lugar, de 34 países analizados. Según el estudio del GME, para impulsar el emprendimiento en el país, se requiere, entre otras cosas lo siguiente:

- ) Mejorar condiciones de entorno y financiamiento;
- ) Generar espacios para la innovación y desarrollo de mercados.
- ) Promover la vocación y competencias emprendedoras y propiciar una mayor conexión entre el mundo académico y el laboral.
- ) Promover redes de emprendedores
- ) Fomentar el uso de nuevas tecnologías de la información.

Independientemente del modelo educativo aplicado para impulsar el emprendimiento, lo importante es que, a lo largo del proceso educativo se dote al individuo

de herramientas teórico-prácticas, de capacidades para ser un emprendedor, con base en un direccionamiento estratégico y una visión de sostenibilidad en el largo plazo, en el cual este nuevo empresario debe comprender que el fin último de la empresa no es solo crear valor para los accionistas o dueños de la empresa, sino que es aportar a la creación de valor también para los stakeholders, manteniendo equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental.

## **2.2 Fundamentación Teórica**

### **2.2.1 Importancia del Estudio de Pre-factibilidad**

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

Dentro de este proceso de formulación se debe considerar en primer lugar las etapas que conforman un proyecto de inversión, ya que estas constituyen un orden cronológico de desarrollo del proyecto en las cuales se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. Y en segundo lugar, los documentos proyectados que brindarán la información primaria básica que se necesita para que el proyecto pueda ser evaluado, proveniente de la estimación de los principales estados financieros.(Santos, T, 2008)

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”. En tanto

que, el autor del Manual titulado “Los proyectos, la racionalización de inversiones y el control de gestión” define como inversión, el bienestar que la sociedad posterga a cambio de la expectativa de obtener más adelante un nivel de bienestar superior, convirtiendo en inversión el valor retirado del consumo”

De lo antes citado, se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Su bondad depende, por tanto, de su eficiencia y efectividad en la satisfacción de estas necesidades, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones. El primero de estos niveles, el mercado, explica los beneficios de la empresa, su crecimiento, en función de su posición en el mercado, posición esta que no depende sólo de hechos financieros, sino también de su desarrollo tecnológico, de la capacidad y experiencia de su equipo de dirección, de la calidad y aceptación de sus productos o servicios por parte de los consumidores, así como los servicios de posventa, entre otros

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo. Y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo. Es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales. (Santos Santos, 2008)

Con estas bases se tiene que: “La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad. De la correcta evaluación que se realice de un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país” (Almaguer, 2012)

### **2.2.2 Estudio Legal**

#### **Viabilidad Legal**

El ordenamiento jurídico de cada país, fijado por la constitución política, leyes, reglamentos, decretos y costumbres, entre otros, determina diversas condiciones que se traducen en normas permisivas o prohibitivas que pueden afectar directa o indirectamente al flujo de caja que se elabora para el proyecto que se evalúa. (Chain N. S., 1997)

La elaboración de un proyecto de inversión no debe pasar por alto las normas y leyes bajo las cuales se encuentre regulado la actividad que se pretenda realizar, pues por muy rentable que sea el proyecto no podría llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal constituido tanto en su etapa de creación, ejecución y operación. (Chain N. S., 2011)

La influencia del estudio legal en la rentabilidad económica del proyecto de inversión es fundamental pues toda actividad que genere rentabilidad se encuentra enmarcada en un régimen legal que regula los derechos y deberes de los diferentes agentes económicos que en ella intervienen. (Chain N. S., 2011)

La normativa legal regula el comportamiento de los individuos en la sociedad, por ello es muy importante cumplir con esta. Por más rentable que se aun proyecto este carecerá de validez y no podrá mantenerse en el tiempo si no se encuentra encuadrado en un marco legal que lo respalde.

### **Aspectos legales del proyecto**

Es importante recordar que en este rubro se van analizar los aspectos legales necesarios para la formalización de la empresa, los cuales inciden en los rubros operativos y económicos del proyecto así como es la Constitución Legal de la Empresa, el Régimen Tributario, Licencias y Autorizaciones, Patentes y Marcas. (Chain N. S., 2011)

### **2.2.3 Estudio Técnico o Tecnológico**

#### **Definición**

Este estudio debe “llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”. (Chain N. S., 1997)

### **Importancia**

Se encuentra relacionado con la ingeniería del proyecto pues son los que tienen mayor incidencia sobre los costos e inversiones del proyecto.

El estudio de la viabilidad técnica busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. El resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación. Por tal motivo, cualquier error que se cometa podrá tener grandes consecuencias sobre la medición de la viabilidad económica.

Un proceso productivo bien definido permitirá determinar los requerimientos de obras físicas, maquinaria y equipos, su vida útil, los recursos humanos y los recursos materiales, los cuales deberán ser cuantificados monetariamente para proyectar los flujos de caja que posibilitarán las evaluaciones posteriores. La cantidad de estos activos e insumos determinarán la cuantía de las inversiones iniciales y de reposición, y los costos de operación directa o indirecta (como los de mantenimiento y seguros). La distribución de los equipos en planta determinará la inversión en construcciones para la fábrica, el bodegaje, los patios de movimiento de carga y vehículos, etcétera. (Chain N. S., 2011)

### **Balance de equipos**

La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del proyecto. En esta etapa no interesa definir si convendrá obtener mediante una compra, un leasing o un arriendo normal, ya que su objetivo es recolectar información. En caso de existir más de una opción tecnológica de solución, se tendrán que elaborar balances diferenciados para cada una de ellas, con objeto de evaluarlas económicamente para optar por la más conveniente.

### **Balance de obras físicas**

Conocidas la cantidad de equipos y su distribución física más adecuada, se pueden determinar los requerimientos de espacios para su instalación, así como los de los lugares para bodegaje, salas de descanso o alimentación para el personal, vías de tránsito, salas de espera, baños, estacionamientos, casetas de vigilancia, entre otras.

### **Balance de personal**

La forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto, con objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar cada uno de los cargos identificados y de calcular la cuantía de las remuneraciones asociadas con cada puesto de trabajo. Para esto, lo usual es especificar todas las actividades productivas, las comerciales, administrativas y de servicio.

La importancia de las remuneraciones en la estructura total de costos del proyecto dependerá de una gran cantidad de factores, como el grado de automatización, el nivel tecnológico de los procesos y la situación general del mercado laboral. Suele ocurrir que mientras mayor es el nivel tecnológico, menor cantidad de personal se requiere, aunque probablemente mayor remuneración unitaria.

### **Balance de insumos**

La estimación de los costos de los insumos que se utilizarán en el proceso de producción, embalaje, distribución y venta tiene la dificultad de depender de la configuración de los tipos y de la cantidad de productos que se pronostique elaborar.

### **Localización**

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán –en gran parte- la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc) o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. Uno fundamental consiste en considerar variables constitutivas de ventajas competitivas con respecto a las características diagnosticadas para la futura competencia. Además de variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad, entre varios otros. (**Chain N. S., 2011**)

## 2.2.4 Estudio Económico - Financiero

### ¿Qué son las Finanzas?

A través del tiempo se han concebido diversas definiciones de finanzas una de las cuales es que finanzas son un “Conjunto de actividades que atreves de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valores” (García Padilla, Enero 2014)

“El conocimiento de los fundamentos financieros pueden evitar errores, costos en las decisiones que toman y que pudieron haber sido mejoradas de haber contado con más y mejor información” (García Padilla, Enero 2014)

Realizar un estudio financiero es vital para medir la sustentabilidad de una empresa, así como analizar el alcance de la misma y determinar cuantitativa y monetariamente el costo de poner en marcha el proyecto, de esta forma lograr evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y si es viable o no ponerlo en marcha.

### Objeto de un estudio Económico - Financiero

El objetivo es informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, sobre los resultados de sus operaciones y sobre el flujo de sus fondos; estos estados financieros permiten:

- ) Evaluar la solvencia y liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar fondos.
- ) Conocer el origen y las características de sus recursos, para estimar la capacidad financiera de crecimiento.

- ) Evaluar los resultados financieros de la administración en cuanto a su rentabilidad.
- ) Tomar decisiones de inversión y crédito, lo cual requiere conocer la capacidad de crecimiento de la empresa, su estabilidad y rentabilidad.

### **Pasos para elaborar un Estudio Económico - Financiero:**

- ) Determinar los costos
- ) Buscar el punto de equilibrio
- ) Estimaciones de Ventas
- ) Estimar la inversión inicial
- ) Búsqueda del financiamiento
- ) Realizar estados Proforma

### **Importancia del Estudio Económico - Financiero**

“El análisis económico – financiero es un método necesario para evaluar si el plan de la organización afecta positiva o negativamente el resultado de sus indicadores financieros. Igualmente, en la medida en que se va ejecutando el plan, este se usa para comparar el grado de desempeño logrado con respecto a lo planeado, facilitando las acciones correctivas que lleven a la organización hacia los objetivos deseados. Ello hace que desde una visión interna de la empresa, este método sea una herramienta indispensable para la adecuada dirección económica de la entidad”. (Regatillo, 2016)<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Basada en el “Análisis Económico Financiero en una Entidad Económica” como referencia de cuán importante es realizar un estudio financiero antes de ejecutar un proyecto.

“Con la aplicación de una metodología de análisis de los estados financieros se podrán evaluar los datos económicos y que sirva de base a la toma de decisiones tendientes a incrementar la eficiencia, eficacia.” (Regatillo, 2016)

### **¿Qué integra el estudio financiero en un Plan de Negocios?**

El estudio financiero está integrado por elementos informativos y cualitativos que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo.

Un estudio Económico - Financiero incluye:

- ) El Balance General
- ) Estado de Pérdidas y Ganancias
- ) Flujo de Efectivo

**Gastos Pre-operativos:** estas inversiones son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, de los cuales, los principales rubros son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, las capacitaciones y los imprevistos.

**Estimación de Flujos de Caja por periodo.** Para la estimación de flujos de caja se requiere de la siguiente información:

- ) Vida útil del proyecto
- ) Ingresos y egresos

- ) Depreciación
- ) Inversión adicional del proyecto

En la evaluación se debe tener en cuenta: la rentabilidad y el riesgo del proyecto, así como los aspectos cualitativos. Todos estos aspectos se integran en los estados financieros que son los documentos que permiten integrar la información en términos cuantitativos y en ellos aplicar técnicas financiera para medir la rentabilidad (Mtra. Nora González Navarro, 2016)

Realizar estudios financieros de pre-factibilidad permite minimizar riesgos en la que creación del proyecto deseado por tanto, si se advierte motivos para considerar que el proyecto no será factible se podría tomar correctivos necesarios para mejorar la condición de ese proyecto antes de haber desembolsado valores para esa inversión. Un estudio de pre-factibilidad puede concluir en la reformulación del proyecto como también en la postergación del mismo, así como el abandono de la idea o en el mejor de los casos continuar con la idea hasta alcanzar la factibilidad del proyecto y puesta en marcha del mismo.

Según la información que se ha podido constatar que existen variados estudios de factibilidad para la creación de tiendas de ropa, de allí la importancia de estos proyectos para la generación de empleo en una economía, sobre todo por la situación que atraviesa actualmente el país; donde es de suma importancia que los profesionales pongan en práctica sus capacidades y lo aprendido en las aulas de clase en pro de mejorar su situación laboral y la mejora en los ingresos, como también aportan a disminuir las tasas de desempleo, mejorando la capacidad productiva del país.

### 2.2.5 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto, muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

- ) El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- ) La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- ) Comercialización del producto o servicio del proyecto.
- ) Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectados.

#### **Análisis de la Demanda**

Uno de los factores más críticos de todo proyecto, es la estimación de la demanda, y conjuntamente con ella los ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos.

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales<sup>7</sup>, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

---

<sup>7</sup> Se entiende como consumidores actuales, a aquellos consumidores que hacen compras de forma periódica y habitual en una empresa y que por ende generan ventas actuales. Como consumidores potenciales, se enmarcan aquellos que no realizan compras de manera habitual en la empresa, pero son visualizados como futuros clientes.

### **Análisis de la Oferta**

El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. Además, permite argumentar el nivel de ocupación de la capacidad disponible por el proyecto.

El análisis de la comercialización del proyecto es importante porque se obtiene de allí los resultados de los estudios de: el consumidor, la demanda, la competencia y la oferta. Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento. Por lo que la información que se obtenga de los proveedores puede influir en la selección de la localización del proyecto.

Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto. (Santos Santos, 2008)

## CAPÍTULO III

### Marco Metodológico

#### 3.1 Enfoque de la Investigación

La presente investigación es de enfoque mixto, ya que el cuantitativo corresponde a la información numérica presentada en tablas y gráficos (figuras) del fenómeno estudiado. En tanto que el enfoque cualitativo que corresponde a las cualidades investigadas se hace evidente a través del instrumento entrevista, la misma que enriquecerá el análisis de la investigación.

#### 3.2 Tipo de Investigación

Investigación exploratoria<sup>8</sup> porque será necesario indagar sobre la situación actual del sector manufacturero a nivel nacional y local.

Investigación descriptiva<sup>9</sup> porque es relevante detallar y explicar las diferentes etapas que contempla un proyecto de pre-factibilidad.

#### 3.3 Métodos, técnicas y procedimientos de la investigación

En el enfoque cuantitativo se utilizará el método estadístico con el cual se ordenará, tabulará y analizará los resultados. Por lo que será relevante también emplear el método analítico sintético, que será enriquecido con el enfoque cualitativo a través de la información obtenida en las entrevistas.

---

<sup>8</sup> Tipo de investigación cuyo objetivo es dar un resultado general aproximativo de una realidad, permitiendo aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos.

<sup>9</sup> Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. Su función no va más allá de describir aquello que se está explorando.

### 3.4 Población y muestra

**Población<sup>10</sup>.**- Guayaquil, oficialmente Santiago de Guayaquil fundada el 25 de julio de 1547 es la ciudad más grande y más poblada de la República del Ecuador, Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEN 2010) en el último censo se estima una población total de 2 278 691. En tanto que, la población femenina es de 1 158 360, de las cuales 628 132 se encuentran en edad reproductiva.

**Muestra<sup>11</sup>.**- Es aquella en la que el investigador selecciona a los individuos u objetos no por probabilidad sino por causas relacionadas con las características del investigador, éste toma la decisión en cuanto al tipo de muestra que va a seleccionar.

Para el proyecto, el tamaño de la muestra se determina con los datos del número de las mujeres en edad fértil de la zona norte de Guayaquil, esta población es finita y se conoce con certeza su tamaño, por lo tanto se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot e^2 \cdot Z^2}{(N - 1) \cdot e^2 + e^2 \cdot Z^2}$$

---

<sup>10</sup> Conjunto en su totalidad, de habitantes sobre los cuales se lleva a cabo las investigaciones.

<sup>11</sup> Parte representativa de la población que es seleccionada para ser estudiada, ya que la población es demasiado grande para ser estudiada en su totalidad.

Donde:

n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población
	Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, se utiliza un valor constante 0.5
Z	Valor obtenido mediante niveles de confianza. Valor constante que, si no se tiene su valor se lo toma en relación al 95% de confianza equivale 1.96 (más usual)
e	Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor

**Figura N° 2.** Representación de la fórmula para cálculo de la muestra

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Cálculo:**

$$378 = \frac{22611 (0.5)^2 (1.96)^2}{(22611 - 1) (0.05)^2 + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

Para una población de 22 611 mujeres en edad fértil, con un nivel de confianza de 95% y un error de estimación de 5%, es necesario encuestar un total de 378 mujeres para conocer la importancia de tener una tienda de ropa manufacturada y especializada para mujeres embarazadas en Sauces 4- Guayaquil.

### 3.5 Resultados Obtenidos:

#### ESTUDIO DE MERCADO – DEMANDA

Los resultados provienen del instrumento encuesta dirigido al mercado potencial para conocer los gustos y preferencia de las consumidoras – Sauces 4 – Guayaquil

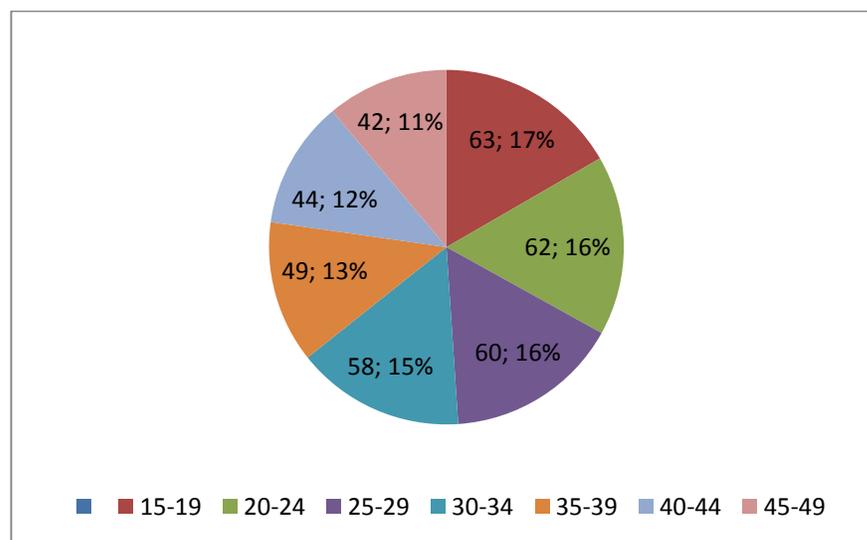
#### Pregunta 1: Población por edades

**Tabla N° 1.**  
*Edad de las encuestadas*

EDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
15-19	63	17%
20-24	62	16%
25-29	60	16%
30-34	58	15%
35-39	49	13%
40-44	44	12%
45-49	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 3.** Edad de las encuestadas

**Fuente:** Encuesta

El mercado potencial en mayor medida comprenden las mujeres entre las edades de 15 a 34 años, en tanto que conforme avanza la edad el número de potenciales clientes disminuye.

## Pregunta 2: ¿Ha tenido la necesidad de comprar ropa materna?

Tabla N° 2.  
Requerimiento de ropa materna

INTERVALO (EADAES)	SI	NO	TOTAL
15-19	30	33	63
20-24	36	26	62
25-29	37	23	60
30-34	48	10	58
35-39	42	7	49
40-44	40	4	44
45-49	40	2	42
<b>TOTAL</b>	<b>273</b>	<b>105</b>	<b>378</b>
<b>PORCENTAJES</b>	<b>72%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

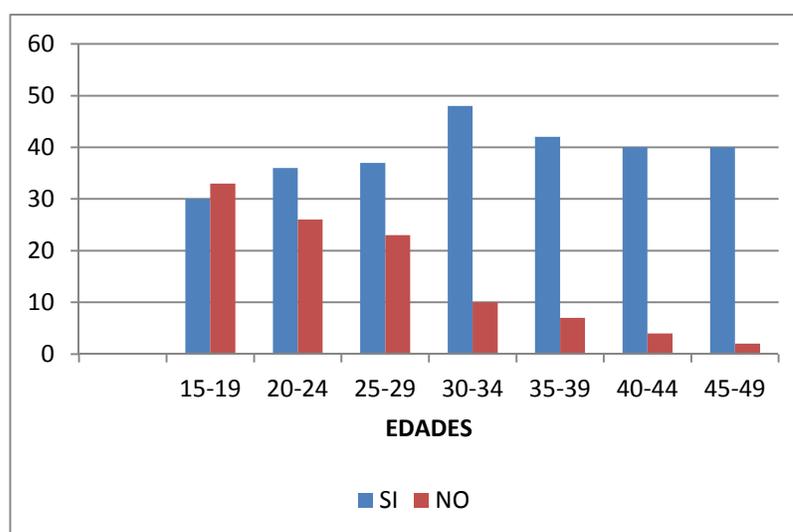


Figura N° 4. Requerimiento de ropa materna

Fuente: Encuesta

Pese a que el mercado potencial lo constituye las mujeres de 15 – 34 años (Pregunta 1), los requerimientos de ropa materna se lo evidencia más, conforme avanza la edad de las mujeres embarazadas, debido a la solvencia económica y al grado de madurez para asumir la maternidad.

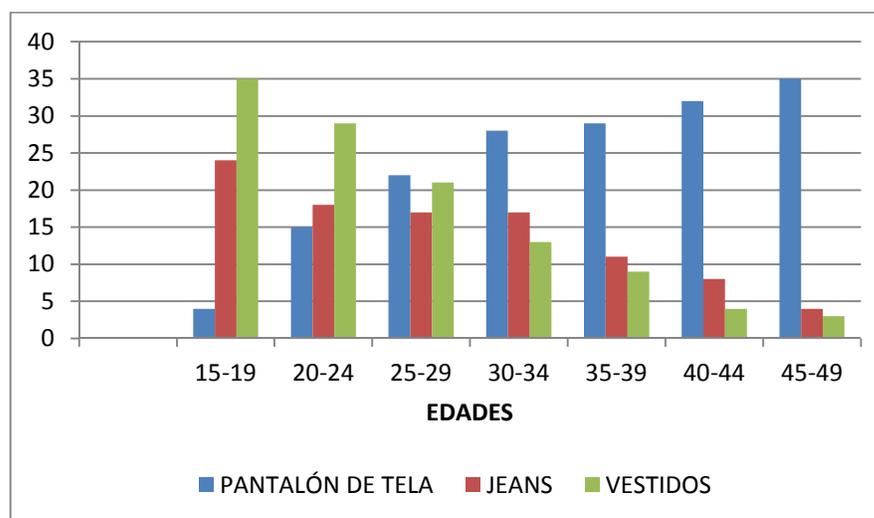
### Pregunta 3: ¿Qué prendas prefiere o preferiría vestir?

**Tabla N° 3.**  
*Preferencia de prendas*

INTERVALO (EDADES)	PANTALÓN DE TELA	JEANS	VESTIDOS	TOTAL
15-19	4	24	35	63
20-24	15	18	29	62
25-29	22	17	21	60
30-34	28	17	13	58
35-39	29	11	9	49
40-44	32	8	4	44
45-49	35	4	3	42
<b>TOTAL</b>	165	99	114	<b>378</b>
<b>PORCENTAJE</b>	44%	26%	30%	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 5.** Preferencia de prendas

**Fuente:** Encuesta

La preferencia de las encuestadas se evidencia que las más jóvenes desean vestidos; en tanto que las de mayor edad prefieren los pantalones de tela. El pantalón de Jean es requerido por las jovencitas pero a medida que avanza en edad disminuye la tendencia (que es lo correcto) ya que este tipo de prenda a pesar de tener demanda no es la más aconsejable<sup>12</sup>.

<sup>12</sup>Se entiende por aconsejable aquella actividad que resulta beneficioso o no realizarla.

**Pregunta 4: "MotherSize" Será una tienda que confeccione y entalle prendas a medida para mujeres embarazadas. ¿Qué opinión le merece?"**

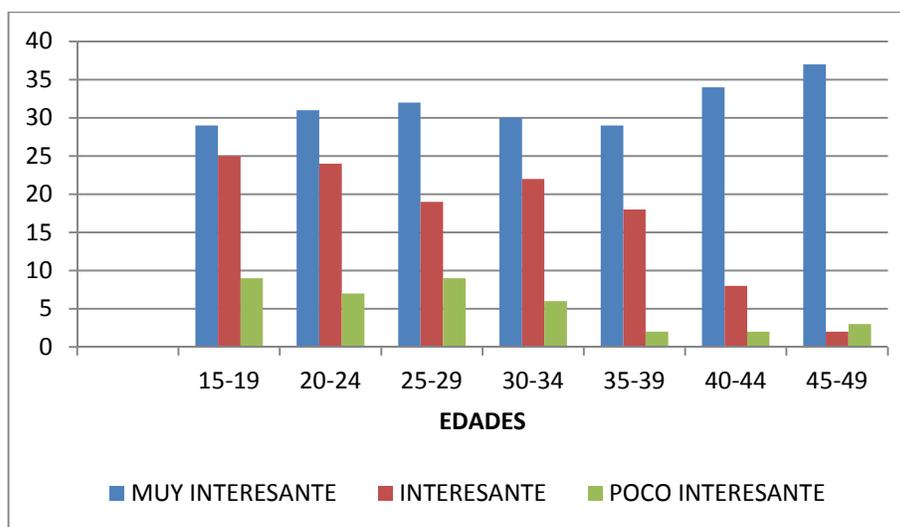
**Tabla N° 4.**

*Interés por la tienda de ropa materna*

INTERVALO (EDADES)	MUY INTERESANTE	INTERESANTE	POCO INTERESANTE	TOTAL
15-19	29	25	9	63
20-24	31	24	7	62
25-29	32	19	9	60
30-34	30	22	6	58
35-39	29	18	2	49
40-44	34	8	2	44
45-49	37	2	3	42
<b>TOTAL</b>	<b>222</b>	<b>118</b>	<b>38</b>	<b>378</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>59%</b>	<b>31%</b>	<b>10%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 6.** Interés por la tienda de ropa materna

**Fuente:** Encuesta

El servicio de arreglos (hilvanes, entallado, entre otros) a la medida ha sido acogido favorablemente por las encuestadas, la gran mayoría de ellas lo ven como un plus de la comercialización pese a que tendrá un costo mínimo; ya que este servicio por lo general tiene un costo adicional significativo y en otro local especialmente una costurera o los que actualmente existen en el mercado.

### Pregunta 5: ¿Compraría usted una prenda de vestir a un precio que oscile los

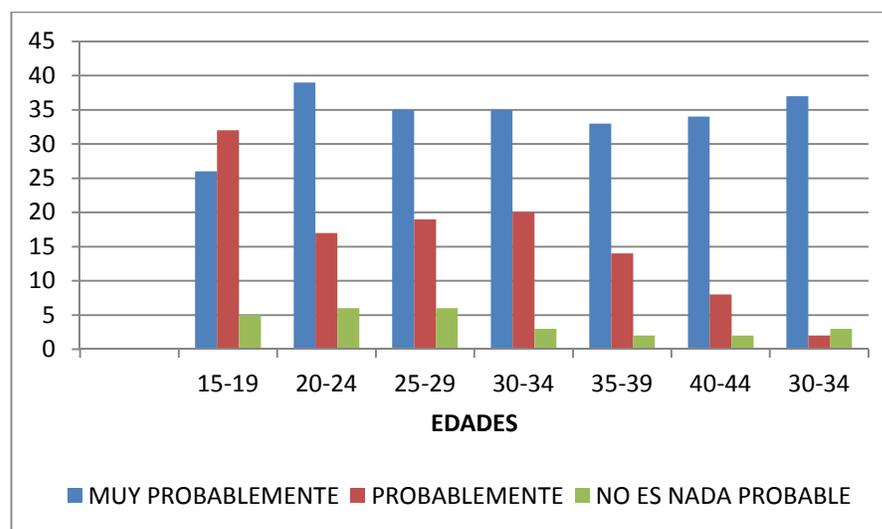
**\$30?**

**Tabla N° 5.**  
*Precio promedio*

INTERVALO (EDADES)	MUY PROBABLEMENTE	PROBABLEMENTE	NO ES NADA PROBABLE	TOTAL
15-19	26	32	5	63
20-24	39	17	6	62
25-29	35	19	6	60
30-34	35	20	3	58
35-39	33	14	2	49
40-44	34	8	2	44
30-34	37	2	3	42
<b>TOTAL</b>	<b>239</b>	<b>112</b>	<b>27</b>	<b>378</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>63%</b>	<b>30%</b>	<b>7%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 7.** Precio promedio

**Fuente:** Encuesta

La respuesta a adquirir prendas por un valor de \$30,00 promedio ha sido bien visto por las jovencitas de 20 – 34 años; en tanto que las edades maduras suponen poder invertir valores mayores de acuerdo a la estabilidad económica propia de la edad, pese a que el rango de 30-34 manifiesta también agrado por prendas de \$30,00 promedio.

### Pregunta 6: ¿Qué aspectos le atraen del producto?

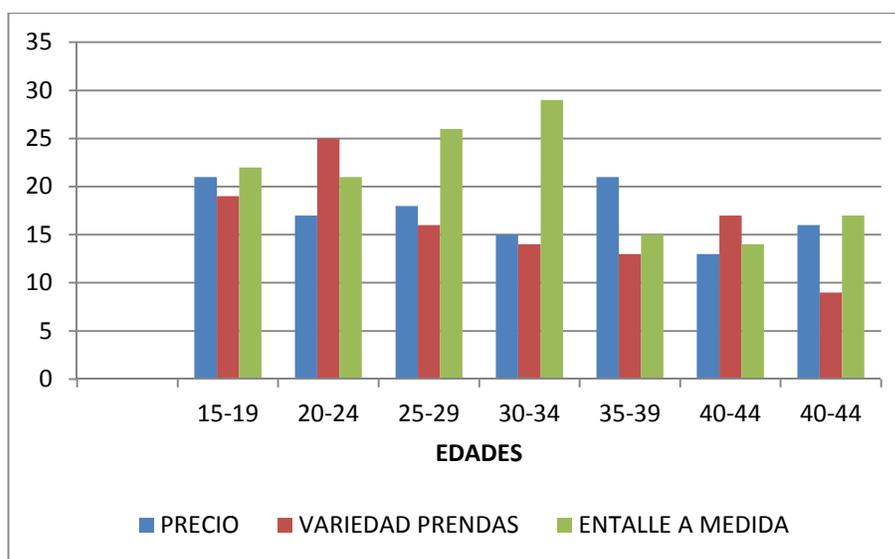
**Tabla N° 6.**

*Aspecto sobresaliente*

INTERVALO (EDADES)	PRECIO	VARIEDAD PRENDAS	ENTALLE A MEDIDA	TOTAL
15-19	21	19	22	62
20-24	17	25	21	63
25-29	18	16	26	60
30-34	15	14	29	58
35-39	21	13	15	49
40-44	13	17	14	44
40-44	16	9	17	42
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>113</b>	<b>144</b>	<b>378</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>32%</b>	<b>30%</b>	<b>38%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 8.** Aspecto sobresaliente

**Fuente:** Encuesta

Respecto a las preferencias de las potenciales clientes se evidenció que el primer lugar lo ocupa el entalle de ropa, el segundo lugar el precio, y por último lugar la variedad.

## **ESTUDIO DE MERCADO – OFERTA**

Los resultados provienen de la investigación exploratoria, en donde se utilizó el instrumento ficha de observación que detalla la información recopilada de seis establecimientos comerciales destacados (FIGURAS 20-25), que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia.

Para una mejor comprensión y comparación, se creó una matriz de las fichas de observación con importantes datos que nos vislumbra información relevante para identificar debilidades y fortalezas tanto nuestras como las de la competencia.

DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia		OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende																
OBSERVADOR: Las Autoras																		
Establecimiento	SERVICIOS								PVP POR PRENDA						DIRECCIÓN - HORARIO - CONTACTO			
	Produce	Comercializ	Entalla	Vestidores adecuados	Baño	Paquete	Sillas descanso	Limpieza	Seguridad	Otros Serv.	Vestido formal	Vestido sencillo	Blusa formal	Blusa informal		Leggings / lycra	Pantalón Jean	Pantalón tela
13-ago-16	BABYBOOM	X		X	X	X	X	X	X	Fotografía	110-160	100-120	65-90	60-70	55	60-80	60-70	CC LA PIAZZA CEIBOS LOCAL 2 TELEFONO 0967735482 VEROGILER@YAHOO.COM INSTAGRAM@VGILERPHOTOGRAPHY VIE 10H00 - 13H00 / SAB Y DOM PREVIA CITA LUN-
13-ago-16	BAHÍA	X								Hogar- toda familia	a la fecha no se encontró	20 - 22	18 - 20	16 - 18	13 - 15	20 - 22	18 - 20	SECTOR LA BAHIA, EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, LOS HORARIOS SON VARIADOS DE ACUERDO A CRITERIO DEL SOCIO ABREN TODOS DIAS EN UN HORARIO PROMEDIO DESDE 9H00 HASTA 19H00
13-ago-16	Deprati	X		X	X	X	X	X	X	Hogar- toda familia	a la fecha no se encontró	27,47 - 36,63	34,6	30,53	23,4	30,53	34,60 - 36,63	LUQUE 317 Y CHILE FONO 042522741 LUN-SAB 10H00-19H00 DOMINGO 11H00 A 18H00 CC LA ROTONDA ALBORADA 10MA ETAPA PLANTA BAJA LOCAL 40 FONO 042230317 LUN-SAB 10H00-20H00 DOMINGO 11H00-20H00 CC POLICENTRO PLANTA BAJA LOCAL 60 FONO 042084130 LUN-JUE 10H00-20H00 VIE-SAB 10H00-21H00 DOMINGO 11H00-
13-ago-16	Mi Camarriata	X		X	X	X	X	X	X	Hogar- toda familia	32,35, 34, 28	30,48	20	27,12	a la fecha no se encontró	23,67 - 32,28	23,61	Cdla. La Garzota Av. de las Américas y Constitución C.C. Plaza Quil Av. Carlos Luján Plaza Dañin Av. de las Américas Fca. Duñar Cdla. Naval Norte Albarada Av. Américas Guillermo Pareja Av. Francisco Orellana diagonal al redondel de las C.C. Rionegro Norte - Hipermart Av. Francisco de Orellana Av. Carlos Julia Araromón a Hipermart Alán Barja
14-ago-16	Meqamaxi	X		X	X	X	X	X	X	Hogar- toda familia	a la fecha no se encontró	28,67	30,34	30,46	a la fecha no se encontró	33,15	28,67	CC MALL LOS CEIBOS AV DEL BOMBERO 042856301-042856302 Lun a Sáb 09h30-21h00, Dom y Fer 10h00-21h00 CC MALL DEL SOL AV JOAQUÍN ORRANTIA Y J. TANCA MARENGO 042082501 042082510 Lun a Sáb 10h00-21h00, Dom y Fer 10h00-20h00 CC CITY MALL AV FELIPE PEZO Y BENJAMÍN CARRIÓN 043068338-043068340 Lun a Sáb 10h00-21h00 Dom y Fer 10h00-21h00
14-ago-16	SUPERENTO	X		X	X	X	X	X	X	Hogar- toda familia	a la fecha no se encontró	23,33	18,48	13,33	a la fecha no se encontró	23,33	16,34	CC MALL EL FORTÍN FONOS 2965225 2965209 KM5 VIA PERIMETRAL PLANTA ALTA LOCAL 210-214- CC CITY MALL FONOS 2419024 2413939 TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL TELEF 2410062 2140631 CC GARZOCENTRO 2000 FONOS 2646747 2241100

Figura N° 9. Matriz de las Fichas de Observación - Oferta

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

### 3.6 Discusión de los resultados

Emprender en un proyecto de pre-factibilidad según “Gestión de Proyectos – Juan José Miranda Miranda” es importante porque estos emprendimientos son generadores de fuentes de trabajo, es por ello, la importancia de validar si la inversión tendrá ganancias o no.

El presente proyecto de estudio financiero de pre factibilidad para la creación de una tienda de ropa materna manufacturada para las edades entre 15 a 34 años que conforman las edades del mercado potencial, pretende fabricar con procesos semi-industrial<sup>13</sup> las prendas de vestir.

En Ecuador se han ejecutado muchos proyectos de emprendimientos que han impulsado el crecimiento de la manufactura, ocupando el segundo lugar de los sectores económicos que más mano de obra empleó en el año 2013, según datos oficiales del INEC. Entonces, bien se podría aprovechar el apoyo gubernamental que actualmente existe para este sector que contribuye al cambio de la matriz productiva.

Se constató la formalidad de seis firmas comerciales que expenden prendas de vestir a mujeres embarazadas en diferentes puntos de la zona de estudio e influencia, en donde los precios más bajos se encontraban en la zona de la Bahía, además de baja calidad en prendas, incomodidad e inseguridad, esta situación se justifica por ser una zona populosa del Cantón; por otro lado se evaluó en local Baby Boom de Ceibos en donde encontramos prendas con exorbitantes precios, con mejor calidad en las prendas, comodidad y seguridad; podemos avizorar un punto medio entre estas dos comparaciones para

---

<sup>13</sup> La técnica semi-industrial es aquella en la que se realiza trabajo manual en algunas etapas del proceso de producción en cuanto a darle forma al producto, y así mismo, se utiliza maquinaria para llevar a cabo otras tareas específicas.

representar un nicho de mercado que aún no ha sido atendido, presentándose así una oportunidad para la creación de MotherSize con diseños vanguardistas al alcance de nuestras potenciales clientes.

Tal como se refleja en los resultados del estudio de mercado existe una favorable acogida por parte de las féminas de la ciudad de Guayaquil para la creación de una tienda de ropa que tendrá el plus del entalle de las prendas pese a que se les manifestó que tendrá un costo adicional mínimo por el servicio.

## CAPÍTULO IV

### Aplicación del Estudio de Pre-factibilidad

#### 4.1 Estudio Legal

La importancia del Estudio Legal en el presente proyecto radica en la necesidad de conocer la normativa vigente en Ecuador para de esta manera actuar conforme a derecho al momento de emprender un negocio, pues el ordenamiento jurídico regulará el accionar del proyecto desde su origen, continuando con su desarrollo y posteriormente el funcionamiento.

##### 4.1.1 Constitución de la República del Ecuador:

En la Constitución de la República del Ecuador 2008, se encuentran consagrados los derechos y garantías de las y los ecuatorianos, misma que promueve el desarrollo del país basándose en una economía social y solidaria.

) Según el artículo 3 en su numeral 5 manifiesta que es un deber del Estado “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir”.

) En el Capítulo tercero respecto a Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria en su sección segunda, artículo 39 expresa “El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y

mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento”.

J Art. 283.- “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

#### **4.1.2 Ley de Registro Único del Contribuyente:**

La cual manifiesta los parámetros y obligación de la inscripción al Registro Único de Contribuyentes con fines impositivos e informativos hacia la administración tributaria.

Según el artículo 3 de la Ley de Registro Único del Contribuyente manifiesta de la Inscripción Obligatoria lo siguiente “Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin

personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes...”

El artículo 4 de la misma ley indica “ La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollan actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, serán considerados únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, el Servicio de Rentas Internas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.”

La actividad económica que se plantea en el presente proyecto generará el pago de tributos seccionales por la actividad económica que se realizará en el cantón de Guayaquil, es así la necesidad de conocer los articulados del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización que entre otras temas establece las funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados respecto a la creación, modificación y cobro de tributos mediante ordenanzas municipales.

Según el artículo 185 del Cootad : dispone que los GADS serán beneficiarios de los impuestos establecidos en la ley y les en su artículo 186 les otorga la facultad tributaria misma que permite crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras generales o específicas, por el establecimiento o ampliación de servicios públicos que son de su responsabilidad, el uso de bienes o espacios públicos.

La obligación tributaria correspondiente al tema del presente proyecto es el impuesto de Patentes Municipales, contemplado en el artículo 546 y en su artículo 547 manifiesta a los sujetos pasivos de la obligación tales como personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras domiciliada en la jurisdicción municipal que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Entre las estrategias de la **Agenda Zonal para el Buen Vivir** se encuentra “Implementar políticas y programas de apoyo al comercio a escala mayor y al emprendimiento micro empresarial.” (SENPLADES, 2016).

) En los temas prioritarios se halla: “Potenciar actividades económicas que fomenten la generación de plazas de trabajo, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo.” (SENPLADES, 2016)

#### **4.1.3 Agenda Zonal - Zona 8 las Principales**

##### **Líneas de acción:**

) “Transformar la matriz productiva.”

) “Fomentar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas y de la economía popular y solidaria en las líneas de tejidos y confecciones y alimentos frescos y procesados.” (DESARROLLO, 29016)

**Agenda de Igualdad para la Juventud** “La juventud es la etapa de la vida en la que podemos construir la revolución que, en este tiempo, nos convoca e identifica. Esta agenda es una invitación para construir colectivamente las estrategias y programas que respondan de manera efectiva a las demandas de empleo, crédito para emprendimientos, vivienda, reconocimiento de la interculturalidad, voluntariado y servicio civil que permita a los jóvenes (y población en general) cultivar nuestros ancestrales valores de solidaridad y reciprocidad.” (MIES, 2016)

“Para lograr estos objetivos, se promueve y fortalece la economía de pequeña escala local, fomentando pequeños emprendimientos productivos en distintas áreas: el comercio,

la producción artesanal, las finanzas populares, entre otras. Unido a esto, el Estado contrata y compra lo que producen nuestras familias y pequeñas economías, con calidad y en forma solidaria. Y además controla que los derechos del trabajo se cumplan en todas las empresas del país.” (MIES, 2016)

**Según el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Productividad;** la importancia del sector textil en la economía Ecuatoriana se debe a que “Las empresas del sector mantienen una alta demanda de mano de obra.” Al igual que “se convierte en un importante aporte al PIB del sector manufacturero ecuatoriano.” (PRODUCTIVIDAD, 2016)

El sector de la confección está estructurado por pequeños establecimientos de tipo familiar administrados de forma tradicional, junto a otros de gran tamaño. (PRODUCTIVIDAD, 2016)

#### **4.1.4 Ley de Propiedad Intelectual**

Art. 1. - El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. derechos de autor<sup>14</sup> y derechos conexos<sup>15</sup>;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
  - Las invenciones;

---

<sup>14</sup> Persona natural que realiza la creación intelectual.

<sup>15</sup> Son los derechos económicos por comunicación pública que tienen los artistas, intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

- Los dibujos y modelos industriales;
- Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
- La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
- Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
- Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
- Los nombres comerciales;
- Las indicaciones geográficas; e,
- Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

### 3. Las obtenciones vegetales.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

Art. 4.- Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares<sup>16</sup> sobre sus obras.

Art. 8.- La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad. (IEPI, 2016)

---

<sup>16</sup> Calidad de la persona natural o jurídica, de titular de los derechos reconocidos por el presente Libro.

#### 4.1.5 Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN-013

##### “Etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir”

Artículo 1.-Aprobar y oficializar con el carácter de OBLIGATORIO el presente reglamento:

Este reglamento técnico establece los requisitos para el etiquetado<sup>17</sup> de las prendas de vestir, ropa de hogar<sup>18</sup> y complementos de vestir<sup>19</sup>, sean de fabricación nacional o importados, que se comercialicen en el país, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores. (INEN, 2016)

Requisitos de Etiquetas permanentes<sup>20</sup>:

- J La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.
- J Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor<sup>21</sup>.
- J La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima, la cual debe estar acorde con lo establecido en la NTE INEN 1875:
  - o Talla<sup>22</sup> para prendas y complementos de vestir.

---

<sup>17</sup> Es el proceso de colocación o fijación de la etiqueta en el producto.

<sup>18</sup> Artículo textil confeccionado que cumple funciones de protección, decoración y limpieza en el hogar tales como cortinas, toallas, sábanas, mantas, cobijas, manteles u otros.

<sup>19</sup> Accesorio secundario de la prenda de vestir.

<sup>20</sup> Etiqueta que es cosida o fijada a un producto por un proceso de termo fijación o cualquier otro método, que garantice la permanencia de la información en el producto. Es la que contiene la información mínima requerida en este reglamento técnico ecuatoriano. No se considera como etiqueta permanente a las etiquetas adhesivas o similares.

<sup>21</sup> Persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios.

- Dimensiones para ropa de hogar.
- Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizados.
- Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.
- País de origen.
- Instrucciones de cuidado y conservación.

## **4.2 Estudio Técnico**

El estudio técnico debe proporcionar información financiera relativa a ingresos de operaciones. Para realizar el estudio técnico de este proyecto se analizaron varios puntos para obtener conclusiones de cada uno de ellos.

### **4.2.1 Localización**

Se conoce que Guayaquil es una ciudad netamente empresarial y comercial, incluso ha sido reconocida como capital económica del Ecuador<sup>23</sup>, por ese motivo al ser una zona altamente comercial y de gran densidad poblacional como lo demuestran las nueve etapas que contiene el sector de Sauces ubicado al noreste de la ciudad de Guayaquil, se determinó que el proyecto creación de una tienda de ropa materna manufacturada debería estar ubicado en la etapa número cuatro de este sector.

“Los Sauces nació como una solución habitacional para la clase media y se convirtió en una de las ciudadelas más importantes de la urbe.” (EL UNIVERSO, 2016)

Según los estudios realizados en la determinación de las características adecuadas para la creación de una tienda de producción y comercialización de ropa para mujeres en

---

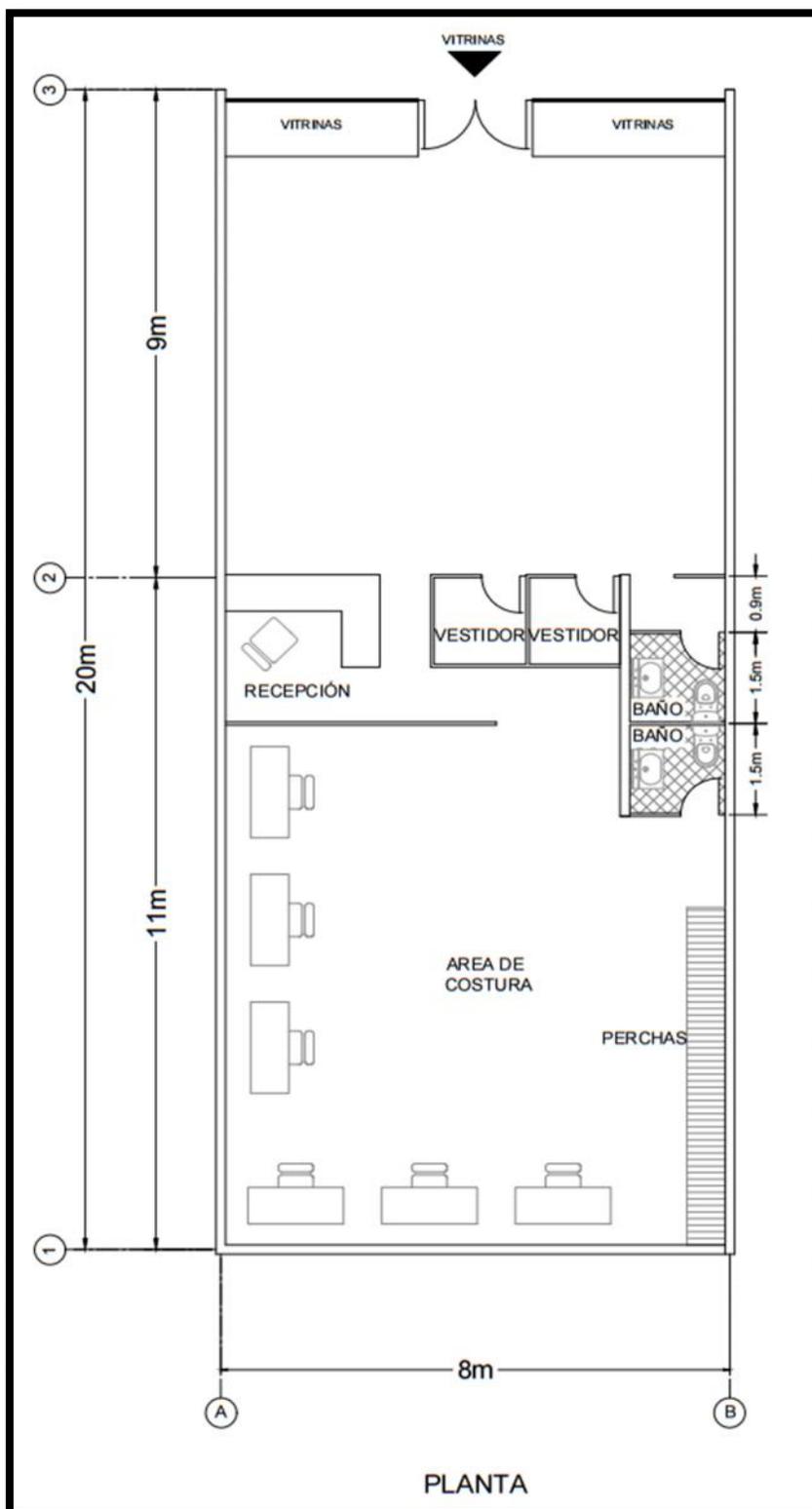
<sup>22</sup> Medida utilizada para definir el tamaño de las prendas de vestir.

<sup>23</sup> Oficialmente República del Ecuador; se encuentra situado en el continente sudamericano, limitando al Norte por el país vecino Colombia, al Sur y Este por Perú, y al Oeste por el Océano Pacífico. Con Capital en San Francisco de Quito, es junto a la ciudad de Guayaquil las 2 ciudades más pobladas del país.

estado de gestación se ha logrado identificar que para este tipo proyecto, con características similares a las que se han ido determinando en cada uno de los puntos tratados con antelación, se requeriría de una edificación en óptimas condiciones que brinde el espacio necesario donde pueda ubicarse el taller de costura, la tienda de ropa con una pequeña área administrativa, dos baño y dos probadores de ropa suficientemente amplios para la comodidad de la clienta.

#### **4.2.2 Diseño de la planta**

Para la puesta en marcha del proyecto, se necesitaría un espacio que contenga un tamaño de 160 metros cuadrados. El mismo que se lo adquirirá con la modalidad de alquiler.



**Figura N° 10.** Diseño de la Planta  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### 4.2.3 Especificaciones del producto

El producto a ofertar son prendas maternales diseñadas, confeccionadas y comercializadas en la tienda de ropa del cual se realiza el presente estudio de pre-factibilidad la misma que llevaría el nombre de “ MotherSize”, logo que identificaría a la tienda de dar positivos los resultados que arroje el estudio de Pre-Factibilidad.

La siguiente tabla indica tallas y tipo de prendas al igual que la cantidad de las mismas que estarán en exhibición.

**Tabla N° 7**  
*Prendas en Exhibición*

<b>Productos</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Blusas</b>	
Small	20
Mediun	20
Large	20
Xlarge	20
<b>Pantalones</b>	
Small	20
Mediun	20
Large	20
Xlarge	20
<b>Vestidos</b>	
Small	20
Mediun	20
Large	20
Xlarge	20
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

#### 4.2.4 Descripción del proceso Productivo – Flujograma

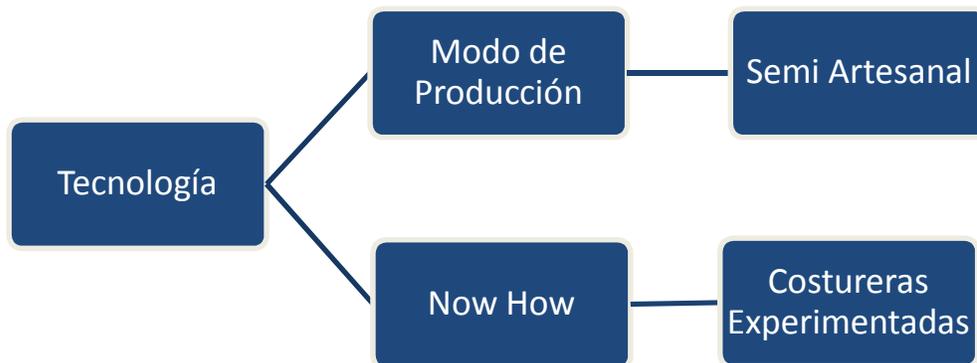


**Figura N° 11.** Proceso productivo - Flujograma  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

#### 4.2.5 Tecnología

Para la elaboración de ropa materna de este proyecto es semi- artesanal debido a que consta con una parte industrial, que se refiere a la elaboración de prendas con máquinas de coser altamente calificadas así como al manejo de una plancha industrial, adicional constaría con la parte artesanal pues la fabricación de estas prendas reflejan su parte manual tanto en la colocación de botones, sierres, apliques entre otras decoraciones propias del esquema a implementarse.

El Now How del proyecto implementa dos costureras experimentadas que darán un plus en la comercialización de las prendas pues estas deberán realizar el entalle a los clientes.



**Figura N° 12.** Forma de producción  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

#### 4.2.6 Propiedad Planta y Equipo

Es fundamental para la implementación de este proyecto contar con la maquinaria y tecnología apropiada que permita garantizar un óptimo desempeño en la producción de prendas maternas.

##### **Las máquinas necesarias son:**

) **Una máquina de coser en zigzag:** La misma que sirve para sellar los bordes de las telas con un mejor acabado y así estas no se deshilen, también se usa para pegar elásticos en telas stretch, además de costuras decorativas o pegar apliques.

) **Una máquina de coser Overlog:** Este tipo de máquina ejecuta una puntada formada por dos hasta seis hilos, que se realiza al borde de una o más piezas de tela o material para sobre orillar o para unir las, unas de las principales características de esta es que además de ir realizando la costura, también va cortando los bordes por donde va pasando la misma, por ello esta máquina es necesaria para darle un buen sulfilado, realizar decoraciones, refuerzos en la tela.

) **Dos máquinas de coser Puntada Recta:** La máquina puntada recta permite unir, pegar, respuntar y realizar puntadas internas de seguridad con formación de puntadas enlazadas.

) **Una plancha industrial:** Sus múltiples ventajas hacen que una de estas planchas sea necesaria en este tipo de negocio pues con esta se reduce tiempo de planchado así como perfección en el planchado y su tamaño tiende a ser pequeño pues no requiere de mucho espacio.

#### **4.2.7 Capital Humano**

Según el estudio que se ha realizado, para efectos de la producción y comercialización de ropa materna manufacturada se requerirá del siguiente personal; al cual se menciona como Mano de Obra Directa e Indirecta.

##### **Costureras**

Quienes implementen su conocimiento de corte y confección para diseñar, crear y realizar piezas de ropa materna con los acabados necesarios, que hagan de la ropa que se expenda en dicha tienda prendas de calidad y elegancia.

Las personas encargadas de costura deberán coser, armar la ropa a medida y unir piezas de tela con máquinas de coser. Por otra parte, las costureras ensamblan la ropa hecha a medida en base a los requerimientos del cliente.

Otras tareas incluyen coser botones, cierres, hacer dobladillos y bajos, etc. De igual forma deberán confeccionar de forma oportuna y reparar cuando corresponda todas las piezas textiles utilizadas en la Empresa, así como también deberá pulir cada parte de la prenda en su totalidad para perfeccionarla de acuerdo a las expectativas del cliente, garantizando la calidad de las unidades procesadas con la finalidad de maximizar la vida útil de las mismas.

##### **Funciones:**

- J Recibir órdenes para empezar el diseño.
- J Buscar información de modelos y colores de diseños adecuados para plasmar las características en el modelo establecido.
- J Diseñar los modelos e acuerdo con lo que se pide.

- ) Realiza prototipos de las distintas tallas.
- ) Reportar al encargado de producción los materiales necesarios para el producto.
- ) Realizar y hacer llegar a los operarios las formas más adecuadas y óptimas de las diferentes operaciones a realizar sobre el producto.
- ) Preparar las piezas de cada prenda para confección
- ) Cocer las prendas en la máquina para confección.
- ) Dar acabados a las piezas y algunos trabajos manuales ordenados por la empresa con el objeto de contar con todas las prendas necesarias para la mejor atención de los clientes.
- ) Entregar la prenda.
- ) Limpiar el módulo de trabajo
- ) Entalle de las prendas.

) **Requisitos:**

Educación Bachiller, certificado de estudios de corte y confección, experiencia suficiente en puestos similares.

**Administrador**

Coordina y controla las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la empresa.

**Funciones:**

- ) Planear, organizar, gestionar, ejecutar y supervisar las actividades técnicas, administrativas, operativas, económicas y financieras, de acuerdo con las políticas del negocio.
- ) Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros.
- ) Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal analizando la eficiencia del desempeño del trabajo.
- ) Autorizar las compras y las ventas.
- ) Atender y promover nuevos clientes y rutas de ventas.
- ) Realizar estrategias de ventas.
- ) Realizar y analizar informes de las áreas y establecer mejoras.
- ) Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- ) Emite cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal, etc.
- ) Pagar los impuestos, cuotas, todo gasto que tenga que hacer la empresa.
- ) Seleccionar al personal idóneo de acuerdo al requerimiento de temporada.
- ) Pagar al personal de acuerdo a la ley.

**Requisitos**

Estudios tercer nivel; al menos dos años experiencia en cargos similares.

## **Vendedor**

### **Requisitos**

Estudios requeridos; Título de Bachiller

### **Funciones**

- ) Brinda un buen servicio al cliente, informa de las promociones e intenta apoyar en las ventas lo más posible.
- ) Ejecutar acciones de comercialización de cada una de las prendas que se comercializan en el establecimiento.
- ) Verificar el pedido para entrega del mismo.
- ) Contestar los teléfonos
- ) Facturar los pedidos.
- ) Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- ) Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- ) Archiva documentos contables para uso y control interno.
- ) Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- ) Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- ) Participa en la elaboración de inventarios.

- ) Transcribe información operando un microcomputador.
- ) Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ) Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ) Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ) Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada

### **Contador Externo**

Contar con principios y prácticas de contabilidad, conocimientos en aplicación y desarrollo de sistemas contables, leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad, clasificación y análisis de la información contable, procesador de palabras, sistemas operativos hoja de cálculo, etc.

### **Funciones**

- ) Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por el SRI.
- ) Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.
- ) Preparar y presentar las declaraciones tributarias de orden nacional.
- ) Prepara los estados financieros y balances.
- ) Corrige los registros contables.

### Mensajero

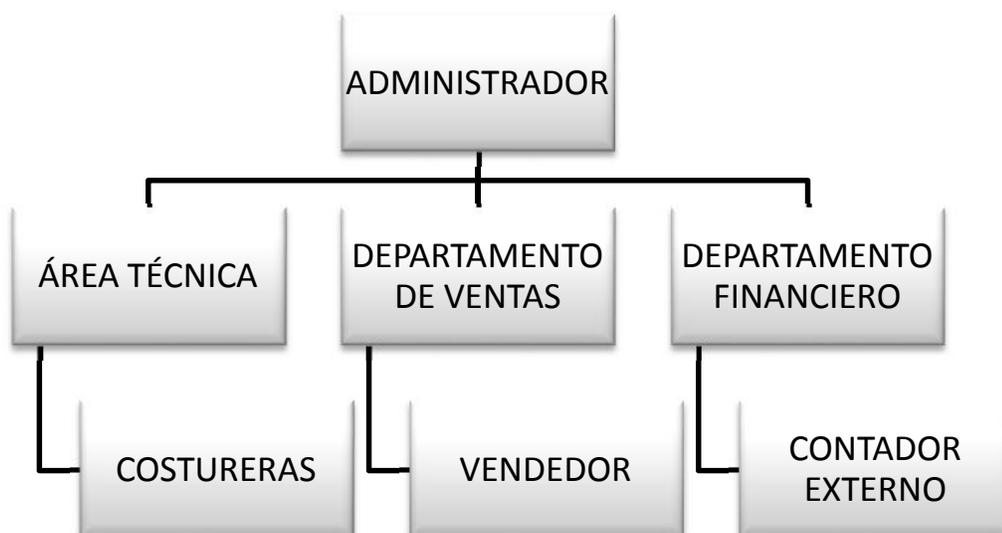
#### **Requisitos**

Nivel de estudios; Título de Bachiller.

#### **Funciones**

- ) Recibe y entrega la correspondencia.
- ) Lleva registro de la correspondencia.
- ) Distribuye volantes informativos, de ventas.
- ) Realiza depósitos bancarios
- ) Las actividades que se le asignaren

#### **4.2.8 Organigrama Institucional**



**Figura N° 13.** Organigrama Institucional  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

#### 4.2.9 Análisis FODA

Éste análisis genera un diagnóstico preciso que permite en función de ello, tomar decisiones acorde con los objetivos y metas planteados.

<p style="text-align: center;">AMBIENTE INTERNO</p> <p style="text-align: center;">AMBIENTE EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio de entalle</li> <li>2. Servicio innovador y especializado.</li> <li>3. Maquinaria adecuada para la confección de las prendas.</li> <li>4. Calidad y confort en cada prenda.</li> <li>5. Servicio al cliente.</li> <li>6. Cumplimiento de normas y regulaciones vigentes.</li> <li>7. Vanguardistas en diseño y moda.</li> <li>8. Ubicación estratégica del local y del taller.</li> <li>9. Ciudad de alto nivel comercial</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limitado presupuesto</li> <li>2. Falta asesoramiento en confección</li> <li>3. Identificación de la trazabilidad de las prendas.</li> <li>4. Falta de experiencia gerencial.</li> <li>5. Introducción de una nueva marca al mercado</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nicho de mercado insatisfecho.</li> <li>2. Respaldo estatal en proyectos de emprendimiento.</li> <li>3. Facilidad de accesos para créditos productivos.</li> <li>4. Apertura en los canales de distribución para cubrir demandas a nivel inter-cantonal.</li> <li>5. Creación de una marca personal.</li> <li>6. Diversificación en productos relacionados.</li> </ol>	<p>FO1: MotherSize ofrecerá servicio de entalle además de confeccionar y comercializar las prendas de vestir (F1, F2, O1)</p> <p>FO2: Acceder a créditos productivos de la banca privada para la adquisición de maquinaria moderna (F3, O3)</p> <p>FO3: Cumplir con las normas legales vigentes que garantizará el correcto funcionamiento administrativo en la zona altamente comercial e influyente a nivel cantonal (F6, F8, F9, O4)</p> <p>FO4: Ser vanguardistas en diseño y moda, otorgando a nuestras clientes una amplia variedad de productos, confort en cada prenda y atención de calidad, que consolidaran nuestra marca en mercado (F4, F7, O5, O6)</p>	<p>DO1: Optimizar los recursos económicos y humanos para cumplir con el presupuesto planteado priorizando siempre la satisfacción de nuestros clientes (D1, O1)</p> <p>DO2: Buscar a personas idóneas con suficiente experiencia en confección y capacitar al personal en las áreas que les compete de acuerdo a sus responsabilidades, a través de las instituciones estatales como SECAP. (D2, D3, O2, O4,O5)</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mediana Competencia en mercado.</li> <li>2. Productos sustitutos de otras firmas.</li> <li>3. Desastres naturales.</li> <li>4. Presión fiscal en la economía nacional.</li> <li>5. Contracción económica en adquisición de bienes y servicios.</li> <li>6. Crecimiento lento del mercado.</li> <li>7. Cambios en las necesidades y gustos de los consumidores</li> </ol>	<p>FA1: Brindar servicio de entalle ya que la competencia se dedica únicamente a comercializar las prendas (F1, F2, A1, A2)</p> <p>FA2: Superar las expectativas de nuestras clientes para alcanzar prestigio y confianza en el mercado textil (F6, F7, A6, A7)</p> <p>FA3: Contratar pólizas de seguros ante eventualidades o desastres naturales que garanticen el permanente funcionamiento e integridad de MotherSize. (F3, F8, F9, A3, A4, A5)</p>	<p>DA1: Crear la trazabilidad de las prendas para poder evaluar y comparar la calidad de nuestros productos VS los productos de la competencia (D3, D4, A1, A2)</p> <p>DA2: Concretar alianzas comerciales que sean estratégicas para introducir la marca a nivel cantonal (D4, D5, A6, A7)</p>

**Figura N° 14.** Matriz FODA de referencia cruzada

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### 4.3 Estudio Económico- Financiero

La inversión inicial que el proyecto necesita para ser ejecutado, requiere de la consideración de varios costos, activos, y gastos, detallados en el siguiente cuadro.

#### 4.3.1 Inversión Inicial

**Tabla N° 8.**

*Inversión inicial*

Inversión Fija	\$9.531,53
Capital de Trabajo	\$5.840,87
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$15.372,39</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

El origen de los fondos:

- ) Préstamo en Banco Produbanco, por un valor de \$12.000 se pagará en un plazo de 36 meses, con cuotas mensuales de aproximadamente \$440 y una tasa de interés efectiva del 15,19%; el aporte individual de 2 socios por \$ 1686 cada uno.

**Tabla N° 9.**  
*Materia prima inicial*

<b>Material</b>	<b>Cu</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Medidas</b>	<b>Costo Total</b>
Hilo Cadena	\$ 1,80	14	Rollos	\$ 25,20
Docenas de botones	\$ 0,50	8	Docenas	\$ 4,00
Metros de encaje	\$ 1,20	20	Metros	\$ 24,00
Rollos de Elástico 4c	\$ 2,00	20	Rollos	\$ 40,00
Docenas de Ataches (lentejuelas, perlas, adornos)	\$ 1,00	10	Docenas	\$ 10,00
Blue estampado	\$ 5,49	52	Metros	\$ 285,48
Cotton boilen	\$ 3,93	52	Metros	\$ 204,36
Chaly Estampado	\$ 2,96	52	Metros	\$ 153,92
Chaly Llano	\$ 3,46	52	Metros	\$ 179,92
Lino Jaruba	\$ 3,80	52	Metros	\$ 197,60
Forro fon Y	\$ 1,50	27	Metros	\$ 40,50
Gabardina	\$ 4,60	60	Metros	\$ 276,00
Jean	\$ 3,50	60	Metros	\$ 210,00
Etiquetas	\$ 0,06	240	Millar	\$ 14,40
<b>Total</b>				<b>\$ 1.665,38</b>

**Fuente:** Estudio Económico - Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### **Materia prima a utilizar en las 240 prendas a exhibir**

De las siguientes especificaciones se tiene:

) Blusas: 5 unidades por cada tipo de tela para realizar cuatro tallas distintas, lo que hacen un total de 80 unidades a exhibir

) Vestidos: 5 unidades por cada tipo de tela, para cuatro tallas distintas, lo que hacen un total de 80 unidades a exhibir

Pantalones: 80 unidades en las dos telas que se ha cotizado para las cuatro tallas distintas.

Total prendas a exhibir- inventario: 240

**Tabla N° 10.**  
*Maquinaria y equipo*

<b>Cantidad</b>	<b>Equipos</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Máquina de coser en z	\$ 850,00	\$ 850,00
1	Máquina de coser Ove	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
2	Máquinas de coser Pu	\$ 523,95	\$ 1.047,90
1	Plancha industrial	\$ 250,00	\$ 250,00
2	Mesas grandes de 1 1/2 m de largo y 1/2	\$ 100,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.447,90</b>

**Fuente:** Estudio Económico - Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 11.**  
*Suministro del taller de costura*

<b>Cantidad</b>	<b>Equipos</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
2	Tijeras sig sag	\$ 5,00	\$ 10,00
2	Tijeras	\$ 5,50	\$ 11,00
4	Cintas métricas	\$ 5,50	\$ 22,00
2	Caja tizas sastre	\$ 1,50	\$ 3,00
2	Cajas de alfileres	\$ 1,00	\$ 2,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 48,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico - Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 12.**  
*Muebles y enseres*

<b>Cantidad</b>	<b>Equipos</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Escritorio Ejecutivo	\$ 300,00	\$ 300,00
2	Vitrina de metro y medio para exhibición	\$ 200,00	\$ 400,00
1	Vitrina para guardar in	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Sillón largo	\$ 150,00	\$ 300,00
4	Maniqués enteros	\$ 150,00	\$ 600,00
2	Maniqués medios	\$ 45,00	\$ 90,00
3	Perchas	\$ 60,00	\$ 180,00
4	Espejos de metro y me	\$ 18,00	\$ 72,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.073,00</b>	<b>\$ 2.092,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 13.***Equipos de Oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Equipos</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Computadora de Escri	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Impresora Epson L210	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Caja Registradora	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Aire Acondicionado 12	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Aire Acondicionado 24	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
1	Dispensador de agua	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Grapadoras	\$ 2,50	\$ 2,50
1	Perforadora	\$ 4,50	\$ 4,50
1	Papelera de metal	\$ 11,00	\$ 11,00
1	Teléfono	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>Total</b>		<b>\$ 3.508,00</b>	<b>\$ 3.508,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano**Tabla N° 14.***Suministros de Oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
10	Esferos-Lapices-Borac	\$ 0,25	\$ 2,50
1	Resma hojas	\$ 3,50	\$ 3,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano**Tabla N° 15.***Material de aseo y limpieza*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
8	Botellón de agua	\$ 2,00	\$ 32,00
1	Ciento Vasos plástico	\$ 0,45	\$ 0,45
1	Ciento Servilletas	\$ 0,30	\$ 0,30
1	Docena Papel Higiénic	\$ 2,50	\$ 2,50
1	Productos Limpieza	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Jabón Líquido de man	\$ 4,00	\$ 4,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 29,63</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

Tabla N° 16.

*Mano de obra directa*

<b>Función</b>	<b>Sueldo</b>	<b>A/Pat 11,15%</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>COSTURERA 1</b>	\$480,00	\$53,52	\$40,00	\$30,50	\$604,02	\$7.248,24
<b>COSTURERA 2</b>	\$480,00	\$53,52	\$40,00	\$30,50	\$604,02	\$7.248,24
<b>TOTAL</b>	<b>\$960,00</b>	<b>\$107,04</b>	<b>\$80,00</b>	<b>\$61,00</b>	<b>\$1.208,04</b>	<b>\$14.496,48</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

Tabla N° 17.

*Sueldos administrativos*

<b>Función</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Ap. Pat 11,15%</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	\$500,00	\$55,75	\$41,67	\$30,50	\$627,92	\$7.535,00
<b>CONTADOR EXTERNO</b>	\$400,00				\$400,00	\$400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$900,00</b>	<b>\$55,75</b>	<b>\$41,67</b>	<b>\$30,50</b>	<b>\$1.027,92</b>	<b>\$7.935,00</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

Tabla N° 18.

*Sueldos ventas*

<b>FUNCIÓN</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Ap. Pat 11,15%</b>	<b>13° Sueldo</b>	<b>14° Sueldo</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>VENDEDOR</b>	\$500,00	\$55,75	\$41,67	\$30,50	\$627,92	\$7.535,00
<b>AUXILIAR DE VENTAS</b>	\$366,00	\$40,81	\$30,50	\$30,50	\$467,81	\$5.613,71
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>	<b>\$55,75</b>	<b>\$41,67</b>	<b>\$30,50</b>	<b>\$627,92</b>	<b>\$7.535,00</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 19.***Arriendo*

<b>LOCAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
160 metros cuadrados	\$ 400,00	\$ 4.800,00

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 20.***Costos indirectos de fabricación*

<b>MAT/PRIMA INDIRECTA</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Etiquetas Colgantes	0,055	5000	11,45833333
Fundas	\$0,18	200	\$ 36,00
<b>Total</b>			<b>47,45833333</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 21.***Otros costos directos de fabricación*

	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Depreciación de Maquinaria	\$75,40	\$904,79
Alquiler	\$250,00	\$3.000,00
Energía Eléctrica	\$80,00	\$960,00
<b>Total</b>	<b>\$405,40</b>	<b>\$4.864,79</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 22.***Publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Publicidad	\$50,00	\$600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$50,00</b>	<b>\$600,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### 4.3.2 Depreciación

De acuerdo a la normativa que contempla el SRI para el rubro de maquinara y equipos, muebles y enseres, la depreciación durante 5 años es de 10% del valor cada rubro. Para equipos de oficina el porcentaje depreciable es de 3% durante un periodo de 3 años.

- ) Maquinaria y equipos: con un valor histórico de \$3.447,90, su depreciación anual asciende a \$344,79
- ) Muebles y enseres: valor histórico de \$4.792,00, con depreciación anual de 479,20
- ) Equipos de computación: valor histórico es de \$1.000,00, ascienden a una depreciación anual de \$ 333,33

Finalmente, la empresa destinará un total de \$1.157,32 durante los 3 primeros años. Los dos últimos años un total de \$823,99 para cada año correspondiente.

**Tabla N° 23.**  
*Depreciación*

<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	\$ 344,79	\$ 344,79	\$ 344,79	\$ 344,79	\$ 344,79
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 209,20	\$ 209,20	\$ 209,20	\$ 209,20	\$ 209,20
<b>Equipo de Computación</b>	\$ 350,80	\$ 350,80	\$ 350,80		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 904,79</b>	<b>\$ 904,79</b>	<b>\$ 904,79</b>	<b>\$ 553,99</b>	<b>\$ 553,99</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 24.**  
*Costo de producción blusas*

Tallas		Small		Medium		Large		Extra - Large	
Blusas	Valor Metro	Q	Total	Q	Total	Q	Total	Q	Total
Blue estampado	\$ 5,49	4	\$ 21,96	5	\$ 27,45	6	\$ 32,94	7	\$ 38,43
Cotton boilen	\$ 3,93	4	\$ 15,72	5	\$ 19,65	6	\$ 23,58	7	\$ 27,51
Chaly Estampado	\$ 2,96	4	\$ 11,84	5	\$ 14,80	6	\$ 17,76	7	\$ 20,72
Chaly Llano	\$ 3,46	4	\$ 13,84	5	\$ 17,30	6	\$ 20,76	7	\$ 24,22
Lino Jaruba	\$ 3,80	4	\$ 15,20	5	\$ 19,00	6	\$ 22,80	7	\$ 26,60
Hilos	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80
Accesorios	\$ 5,00	1	\$ 5,00	1	\$ 5,00	1	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Elasticos	\$ 0,30	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00
Encaje	\$ 0,25	10	\$ 2,50	10	\$ 2,50	10	\$ 2,50	10	\$ 2,50
Etiquetas	\$ 0,06	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20
MOD	\$ 5,23	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60
<b>Total</b>			<b>\$ 198,66</b>		<b>\$ 218,30</b>		<b>\$ 237,94</b>		<b>\$ 257,58</b>
Unidaes			20		20		20		20
Costo Unitario			9,933		10,915		11,897		12,879
CV			45%		50%		48%		52%
MG			55%		50%		52%		48%
<b>PRECIO</b>			<b>22</b>		<b>22</b>		<b>25</b>		<b>25</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

El costeo en la tabla de blusas sugiere la fabricación de 4 prendas de las distintas telas a un valor de \$20 pues esto representaría competitividad en el mercado y dejaría un margen de utilidad de 55% en la talla S, 50% en la M, 52% en la L y el 48% en la XL, la misma que se cumpliría si el inventario fuese vendido en su totalidad al precio antes mencionado.

Tabla N° 25.

*Costo de producción pantalones*

Tallas		Small		Medium		Large		Extra - Large	
Pantalones	Valor Metro	Q	Total	Q	Total	Q	Total	Q	Total
Forro	\$ 1,50	5	\$ 7,50	6	\$ 9,00	7	\$ 10,50	9	\$ 13,50
Gabardina	\$ 4,60	10	\$ 46,00	12,5	\$ 57,50	17,5	\$ 80,50	20	\$ 92,00
Jean	\$ 3,50	10	\$ 35,00	12,5	\$ 43,75	17,5	\$ 61,25	20	\$ 70,00
Hilos	\$ 3,80	1,5	\$ 5,70	1,5	\$ 5,70	1,5	\$ 5,70	1,5	\$ 5,70
Elasticos	\$ 0,30	5	\$ 1,50	5	\$ 1,50	5	\$ 1,50	5	\$ 1,50
Etiquetas	\$ 0,06	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20
MOD	\$ 5,23	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60	20	\$ 104,60
Total	\$ 18,99		\$ 201,50		\$ 223,25		\$ 265,25		\$ 288,50
Unidades			\$ 20,00		\$ 20,00		\$ 20,00		\$ 20,00
Costo Unitario			\$ 10,08		\$ 11,16		\$ 13,26		\$ 14,43
CV			40%		45%		44%		48%
MG			60%		55%		56%		52%
<b>PRECIO</b>			<b>25</b>		<b>25</b>		<b>30</b>		<b>30</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

El costeo en la tabla de pantalones sugiere la fabricación de 20 prendas de las distintas telas a un valor que oscila entre \$25 y \$30 pues esto representaría competitividad en el mercado y dejaría un margen de utilidad de 60% en la talla S, 55% en la M, 56% en la L y el 52% en la XL, la misma que se cumpliría si el inventario de ochenta prendas se vendiera en su totalidad.

Tabla N° 26.

*Costo de producción vestidos*

Tallas		Small		Medium		Large		Extra - Large	
Vestidos	Valor Metro	Q	Total	Q	Total	Q	Total	Q	Total
Blue estampado	\$ 5,49	6	\$ 32,94	7	\$ 38,43	8	\$ 43,92	9	\$ 49,41
Cotton boilen	\$ 3,93	6	\$ 23,58	7	\$ 27,51	8	\$ 31,44	9	\$ 35,37
Chaly Estampado	\$ 2,96	6	\$ 17,76	7	\$ 20,72	8	\$ 23,68	9	\$ 26,64
Chaly Llano	\$ 3,46	6	\$ 20,76	7	\$ 24,22	8	\$ 27,68	9	\$ 31,14
Lino Jaruba	\$ 3,80	6	\$ 22,80	7	\$ 26,60	8	\$ 30,40	9	\$ 34,20
HILOS	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80	1	\$ 3,80
PEYON	\$ 0,60	1	\$ 10,00	1	\$ 0,60	1	\$ 0,60	1	\$ 0,60
ELASTICOS	\$ 0,30	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00	10	\$ 3,00
ETIQUETA	\$ 0,06	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20	20	\$ 1,20
MOD	\$ 2,09	20	\$ 41,80	20	\$ 41,80	20	\$ 41,80	20	\$ 41,80
TOTAL	\$ 26,49		\$ 177,64		\$ 187,88		207,52		227,16
UNIDADES			20,00		20,00		20		20
COSTO UNITARIO			8,882		9,394		1038%		1136%
CV			30%		31%		32%		35%
MG			70%		69%		\$ 0,68		\$ 0,65
<b>PRECIO</b>			<b>\$ 30,00</b>		<b>\$ 30,00</b>		<b>\$ 32,00</b>		<b>\$ 32,00</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

El costeo en la tabla de vestidos sugiere la fabricación de 4 prendas de las distintas telas a un valor que oscila entre \$30 y \$32 pues esto representaría competitividad en el mercado y dejaría un margen de utilidad de 70% en la talla S, 69% en la M, 68% en la L y el 65% en la XL, la misma que se cumpliría si el inventario de ochenta prendas se vendiera en su totalidad

Tabla N° 27.

*Unidades a producir*

<b>Productos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>PVP</b>	<b>Total Ventas</b>
<b>Blusas</b>			
Small	20	\$ 22,00	\$ 440,00
Mediun	20	\$ 22,00	\$ 440,00
Large	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Xlarge	20	\$ 25,00	\$ 500,00
<b>Pantalones</b>			
Small	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Mediun	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Large	20	\$ 30,00	\$ 600,00
Xlarge	20	\$ 30,00	\$ 600,00
<b>Vestidos</b>			
Small	20	\$ 30,00	\$ 600,00
Mediun	20	\$ 30,00	\$ 600,00
Large	20	\$ 32,00	\$ 640,00
Xlarge	20	\$ 32,00	\$ 640,00
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>		<b>\$ 6.560,00</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

Tabla N° 28.

*Costos totales de producción*

	<b>CV</b>	<b>CVTA TOTAL</b>
<b>Blusas</b>		
Small	45%	\$ 198,66
Mediun	50%	\$ 218,30
Large	48%	\$ 237,94
Xlarge	52%	\$ 257,58
<b>Pantalones</b>		
		\$ 0,00
Small	40%	\$ 201,50
Mediun	45%	\$ 223,25
Large	44%	\$ 265,25
Xlarge	48%	\$ 288,50
<b>Vestidos</b>		
		\$ 0,00
Small	30%	\$ 177,64
Mediun	31%	\$ 187,88
Large	32%	\$ 207,52
Xlarge	35%	\$ 227,16
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.691,18</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 29.**  
*Servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Servicio Telefónico	\$28,00	\$336,00
Energía Eléctrica	\$20,00	\$240,00
Agua Potable	\$10,00	\$120,00
Internet duo-pack	\$20,00	\$240,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$78,00</b>	<b>\$936,00</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 30.**  
*Capital de trabajo*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. MES</b>	<b>V. ANUAL</b>
Materia Prima Directa	\$ 1.509,63	\$ 18.115,56
Mano de Obra Directa	\$ 1.208,04	\$ 14.496,48
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 452,86	\$ 5.434,29
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 1.681,35</b>	<b>\$ 20.176,21</b>
Sueldos Administrativos	\$ 1.027,92	\$ 12.335,00
Mensajero	\$ 467,81	\$ 5.613,71
Suministros de Oficina	\$ 78,00	\$ 936,00
Servicios Básicos	\$ 107,63	\$ 1.291,50
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 677,92</b>	<b>\$ 8.135,00</b>
Sueldo en Ventas	\$ 627,92	\$ 7.535,00
Gastos Publicidad y Venta	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 5.529,79</b>	<b>\$ 66.357,54</b>
Gastos de Constitución	\$ 34,58	\$ 415,00
Imprevistos 5%	\$ 276,49	\$ 3.317,88
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.840,87</b>	<b>\$ 70.090,41</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 31.**  
*Proyección del Estado de Resultados*

	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>
<b>Ventas Proyectadas</b>							
<b>(=) Total de Ingresos</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 7.872,00</b>	<b>\$ 7.872,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>
<b>Proyectados</b>							
<b>(-)Costos de Producción</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.606,87</b>	<b>\$ 3.606,87</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>
MPD Y MOD	\$ 2.691,18	\$ 2.691,18	\$ 2.691,18	\$ 3.229,42	\$ 3.229,42	\$ 2.691,18	\$ 2.691,18
CIF	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 4.265,13</b>	<b>\$ 4.265,13</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>
<b>Proyectada</b>							
<b>(-)Gastos de Administración</b>	<b>\$ 1.466,94</b>						
Sueldos Administrativos	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92
Suministros de Oficina	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63
Alquiler	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Servicios Básicos	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00
Depreciación	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40
<b>(-) Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 627,92</b>						
Sueldos de Vendedores	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92
<b>Gastos de Publicidad</b>	<b>\$ 50,00</b>						
<b>(=)Total de Gtos</b>	<b>\$ 2.144,86</b>						
<b>Administrativos v Ventas</b>							
<b>(=)Utilidad Operacional Pro</b>	<b>\$ 1.346,50</b>	<b>\$ 1.346,50</b>	<b>\$ 1.346,50</b>	<b>\$ 2.120,27</b>	<b>\$ 2.120,27</b>	<b>\$ 1.346,50</b>	<b>\$ 1.346,50</b>
<b>(-)Gastos Financieros</b>	<b>\$ 151,90</b>	<b>\$ 147,68</b>	<b>\$ 143,46</b>	<b>\$ 139,24</b>	<b>\$ 135,02</b>	<b>\$ 130,80</b>	<b>\$ 126,58</b>
<b>(=)Utilidad Antes de Obligac</b>	<b>\$ 1.194,60</b>	<b>\$ 1.198,82</b>	<b>\$ 1.203,04</b>	<b>\$ 1.981,03</b>	<b>\$ 1.985,25</b>	<b>\$ 1.215,70</b>	<b>\$ 1.219,92</b>
<b>(-)15% Participación de Traba</b>	<b>\$ 179,19</b>	<b>\$ 179,82</b>	<b>\$ 180,46</b>	<b>\$ 297,15</b>	<b>\$ 297,79</b>	<b>\$ 182,36</b>	<b>\$ 182,99</b>
<b>(=) Utilidad antes de IR</b>	<b>\$ 1.015,41</b>	<b>\$ 1.019,00</b>	<b>\$ 1.022,59</b>	<b>\$ 1.683,87</b>	<b>\$ 1.687,46</b>	<b>\$ 1.033,35</b>	<b>\$ 1.036,94</b>
<b>(-)22% IR</b>	<b>\$ 223,39</b>	<b>\$ 224,18</b>	<b>\$ 224,97</b>	<b>\$ 370,45</b>	<b>\$ 371,24</b>	<b>\$ 227,34</b>	<b>\$ 228,13</b>
<b>(=)Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>\$ 792,02</b>	<b>\$ 794,82</b>	<b>\$ 797,62</b>	<b>\$ 1.313,42</b>	<b>\$ 1.316,22</b>	<b>\$ 806,01</b>	<b>\$ 808,81</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 8.200,00</b>	<b>\$ 82.984,00</b>	<b>\$ 99.580,80</b>	<b>\$ 119.496,96</b>	<b>\$ 155.346,05</b>
<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.068,64</b>	<b>\$ 3.741,43</b>	<b>\$ 38.572,93</b>	<b>\$ 46.287,51</b>	<b>\$ 55.545,01</b>	<b>\$ 72.208,52</b>
\$ 2.691,18	\$ 2.691,18	\$ 2.691,18	\$ 2.691,18	\$ 3.363,98	\$ 34.043,43	\$ 40.852,11	\$ 49.022,53	\$ 63.729,30
\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 377,46	\$ 4.529,50	\$ 5.435,40	\$ 6.522,48	\$ 8.479,22
<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 3.491,36</b>	<b>\$ 4.458,57</b>	<b>\$ 44.411,07</b>	<b>\$ 53.293,29</b>	<b>\$ 63.951,95</b>	<b>\$ 83.137,53</b>
<b>\$ 1.466,94</b>	<b>\$ 17.603,29</b>	<b>\$ 21.123,95</b>	<b>\$ 25.348,74</b>	<b>\$ 32.953,36</b>				
\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 1.027,92	\$ 12.335,00	\$ 14.802,00	\$ 17.762,40	\$ 23.091,12
\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 35,63	\$ 427,50	\$ 513,00	\$ 615,60	\$ 800,28
\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 4.320,00	\$ 5.616,00
\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 936,00	\$ 1.123,20	\$ 1.347,84	\$ 1.752,19
\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 75,40	\$ 904,79	\$ 1.085,75	\$ 1.302,90	\$ 1.693,77
<b>\$ 627,92</b>	<b>\$ 7.535,00</b>	<b>\$ 9.042,00</b>	<b>\$ 10.850,40</b>	<b>\$ 14.105,52</b>				
\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 7.535,00	\$ 9.042,00	\$ 10.850,40	\$ 14.105,52
<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 864,00</b>	<b>\$ 1.123,20</b>				
<b>\$ 2.144,86</b>	<b>\$ 25.738,29</b>	<b>\$ 30.885,95</b>	<b>\$ 37.063,14</b>	<b>\$ 48.182,08</b>				
\$ 1.346,50	\$ 1.346,50	\$ 1.346,50	\$ 1.346,50	\$ 2.313,71	<b>\$ 18.672,78</b>	<b>\$ 22.407,34</b>	<b>\$ 26.888,81</b>	<b>\$ 34.955,45</b>
\$ 122,36	\$ 118,14	\$ 113,93	\$ 109,71	\$ 105,49	\$ 1.816,72	<b>\$ 329,13</b>		
\$ 1.224,14	\$ 1.228,36	\$ 1.232,57	\$ 1.236,79	\$ 2.208,22	\$ 16.856,06	\$ 22.078,21	\$ 26.888,81	\$ 34.955,45
\$ 183,62	\$ 184,25	\$ 184,89	\$ 185,52	\$ 331,23	\$ 2.528,41	\$ 3.311,73	\$ 4.033,32	\$ 5.243,32
\$ 1.040,52	\$ 1.044,11	\$ 1.047,69	\$ 1.051,28	\$ 1.876,99	\$ 14.327,65	\$ 18.766,48	\$ 22.855,49	\$ 29.712,13
\$ 228,91	\$ 229,70	\$ 230,49	\$ 231,28	\$ 412,94	\$ 3.152,08	\$ 4.128,63	\$ 5.028,21	\$ 6.536,67
<b>\$ 811,61</b>	<b>\$ 814,41</b>	<b>\$ 817,20</b>	<b>\$ 819,99</b>	<b>\$ 1.464,05</b>	<b>\$ 11.175,57</b>	<b>\$ 14.637,85</b>	<b>\$ 17.827,28</b>	<b>\$ 23.175,46</b>

**Tabla N° 32.**  
*Punto de equilibrio*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	<b>\$ 82.984,00</b>	\$ 82.984,00	\$ 99.580,80	\$ 119.496,96	\$ 155.346,05
<b>Costo Fijo</b>	<b>\$ 20.020,01</b>	\$ 20.020,01	\$ 44.251,29	\$ 53.101,55	\$ 69.032,01
<b>Costo Variables</b>	<b>\$ 38.572,93</b>	\$ 38.572,93	\$ 46.287,51	\$ 55.545,01	\$ 72.208,52
<b>Costo Totales</b>	<b>\$ 58.592,94</b>	<b>\$ 58.592,94</b>	<b>\$ 90.538,80</b>	<b>\$ 108.646,56</b>	<b>\$ 141.240,53</b>
<b>PE</b>	<b>\$ 20.020,01</b>	<b>\$ 20.020,01</b>	<b>\$ 44.251,29</b>	<b>\$ 53.101,55</b>	<b>\$ 69.032,01</b>
<b>PE %</b>	<b>24%</b>	<b>24%</b>	<b>44%</b>	<b>44%</b>	<b>44%</b>

Fuente: Estudio Económico – Financiero

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

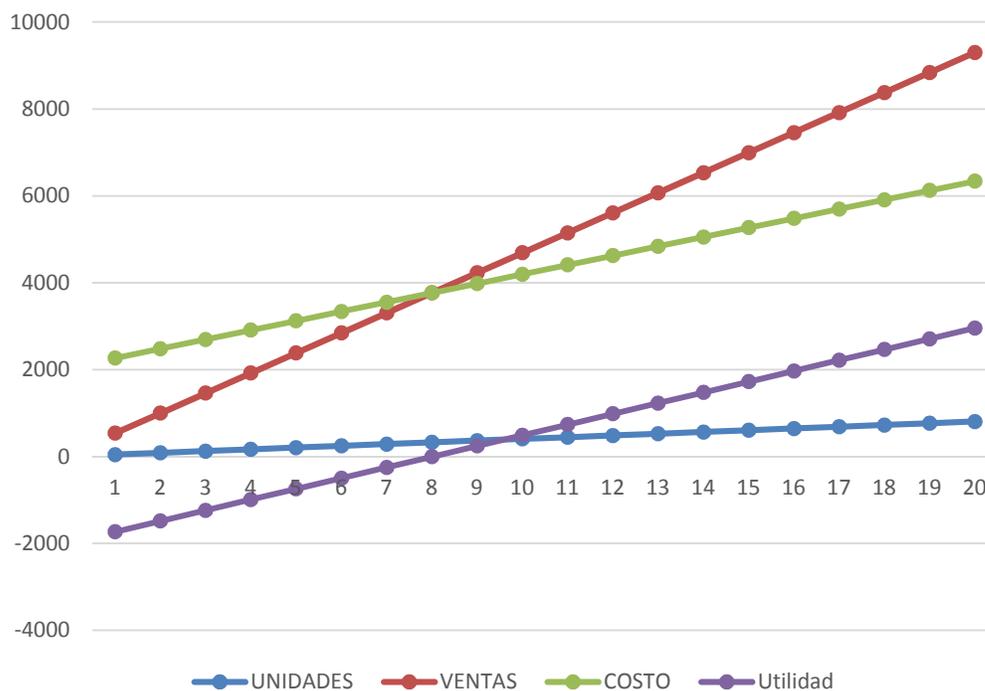


Figura N°

15. Punto de equilibrio

Elaborado: Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 33**  
*Balance Inicial*

		<b>MotherSize</b>		
		<b>Balance Inicial</b>		
		<b>Al 1 de Octubre del 2016</b>		
<b><u>Activos</u></b>				
<i>Activos Corrientes</i>		<b>\$ 5.765,38</b>	47%	
<b>Disponible</b>	<b>\$ 4.100,00</b>			El Activo Corriente tiene una participacion del 47% de los Activos Totales
Caja	\$ 100,00			
Banco	\$ 4.000,00			
<b>Exigible</b>	<b>\$ 0,00</b>			
CXC				
<b>Realizable</b>	<b>\$ 1.665,38</b>			
MP	\$ 1.665,38			
PT en Proceso				
Producto Terminado				
<i>Activos No Corrientes</i>		<b>\$ 6.351,11</b>	52%	
Maquinaria y Equipo	\$ 3.447,90			El Activo Corriente tiene una participacion del 52% de los Activos Totales
Depreciacion Acumulada	\$ 344,79			
Equipos de Oficina	\$ 3.508,00			
Depreciacion Acumulada	\$ 350,80			
Muebles y Enseres	\$ 300,00			
Depreciacion Acumulada	\$ 209,20			
Otros Activos		<b>\$ 83,63</b>	1%	
Material de Aseo	\$ 29,63			El Activo Corriente tiene una participacion del 1% de los Activos Totales
Suministros Oficina	\$ 6,00			
Suministro de Taller de Costura	\$ 48,00			
<b><u>Total de Activos</u></b>		<b>\$ 12.200,12</b>	100%	Esta concentracion de cuentas tiene esta composicion por el tipo de actividad economica que es
<b><u>Pasivos</u></b>				
<i>Pasivos Corrientes</i>		<b>\$ 3.999,96</b>	33%	
PROVEEDORES				El Pasivo Corriente tiene una participacion del 33% de los Pasivos Totales
PRESTAMOS CL	\$ 3.999,96			
<i>Pasivos No Corrientes</i>		<b>\$ 8.000,04</b>	66%	
PRESTAMOS L/P	\$ 8.000,04			El Pasivo No Corriente tiene una participacion del 66% de los Pasivos Totales
<i>Patrimonio</i>		<b>\$ 200,12</b>	2%	
capital social	\$ 200,12			El Patrimonio tiene una participacion del 2% de los Pasivos Totales
<b><u>Total de Pasivos</u></b>		<b>\$ 12.200,12</b>	100%	

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

## ESCENARIO CONSERVADOR

**Tabla N° 34.**

*Flujo de caja conservador*

	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
Ventas	5248	5248	5248	5248	5248	5.248,00	5.249,05	5.249,05
Total de ingreso	5.248	5.248	5.248	5.248	5.248	5.248	5.249	5.249
Costo de venta	3068,638	3.069	2.915	2.455	2.455	2.455	2.455	2.455
Sueldos Administrativos	\$ 1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92
Suministros de Oficina	\$ 35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63
Alquiler	\$ 250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Servicios Básicos	\$ 78,00	78,00	78	78	78	78	78	78
Gastos de Publicidad	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Sueldos de Vendedores	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92
Imprevistos	103,473	103	103	103	103	103	103	103
Total pagos - egresos (2)	5.242	5.242	5.088	4.628	4.628	4.628	4.628	4.628
Total flujo operativo (3)=(1)-(2)	6	6	160	620	620	620	621	621
Inversión		15.372						
Total flujo de caja de inversiones (4)	-	(15.372)	-	-	-	-	-	-
Nuevo crédito con Produbanco		12.000						
Aporte Propio		4.000						
Pago de cuota			485,23	481,01	476,79	472,58	468,36	464,14
Total flujo financiero (5)	\$ -	16.000,00	(485,23)	(481,01)	(476,79)	(472,58)	(468,36)	(464,14)
Caja al final del periodo (7) = (3) + (4)								
+ (5) +(6)		634	(325)	139	143	148	153	157
Caja inicial (8)		100	734	409	548	692	839	992
Flujo acumulado (9) = (7) + (8)		16.006	734	409	548	692	839	992
Cuota crédito Produbanco	\$	485,00						

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5.249,05	5.249,05	5.249,05	5.249,05	5.773,96	63.508,26	69.859,08	76.844,99	84529,49
5.249	5.249	5.249	5.249	5.774	63.508	69.859	76.845	84.529
2.455	2.455	2.455	2.946	3.240	31.810	34.990	38.490	42338,45
1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	12.335,00	13.569	14.925	16417,885
35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	427,50	470	517	569,0025
250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000	3.300	3.630	3993
78	78	78	78	78	936	1.030	1.133	1245,816
\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00	660	726	798,6
\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	\$ 627,92	7.535	8.289	9.117	10029,085
103	103	103	103	103	1.242	1.366	1.502	1652,67
4.628	4.628	4.628	5.119	5.413	57.885	63.673	70.040	77.045
621	621	621	130	361	5.624	6.186	6.805	7.485
-	-	-	-	-	-	\$ -	-	-
459,92	455,70	451,48	447,26	443,04	4.987,54	\$ 4.379,76	\$ 337,55	0
(459,92)	(455,70)	(451,48)	(447,26)	(443,04)	(4.987,54)	(4.379,76)	(337,55)	-
161	166	170	(317)	(82)	636	1.806	6.467	7.485
1.149	1.310	1.476	1.646	1.329	1.246	\$ 1.882	3.688	10.155
1.310	1.476	1.646	1.329	1.246	1.882	3.688	10.155	17.640

**Tabla N° 35.**  
*VAN Conservador*

<b>N</b>	5 Años
<b>I</b>	15,19%
<b>Inversión</b>	15.372,39
<b>Total</b>	<b>\$ 30.127,37</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 36.**  
*TIR Conservador*

PERIODOS
-15.372,39
12.370
1.882
3.688
10.155
17.640
46%

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### **Interpretación:**

Una vez realizado los cálculos financieros a los primeros cinco años de operación de la empresa, se puede evidenciar que el VAN es de superior al monto de inversión inicial; además la TIR es mayor a la tasa pasiva que ofrece el mercado financiero en nuestro país, pese a que solo se vende el 80% de la producción.

## ESCENARIO OPTIMISTA

**Tabla N° 37.**  
*Flujo de caja optimista*

	Flujo	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
	6.560	5.904	5.904	5.904	5.904	5.904	5.904	5.904
<b>Total de ingreso</b>	<b>6.560</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>
Costo de venta	3.069	3.069	3.069	3.069	3.069	3.069	3.069	3.069
Sueldos Administrativos	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92
Suministros de Oficina	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	35,63
Alquiler	250,00	250	250	250	250	250	250	250
Servicios Básicos	78,00	78	78	78	78	78	78	78
Gastosa de Publicidad	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Sueldos de vendedores	627,92	627,92	627,92	627,92	627,92	627,92	627,92	627,92
Imprevistos	103	103	103	103	103	103	103	103
<b>Total pagos - egresos (2)</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>
<b>Total flujo operativo (3)=(1)-(2)</b>	<b>1.318</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>
Inversión	15.372							
Total flujo de caja de inversiones	(15.372)		-	-	-	-	-	-
Nuevo crédito con Produbanco	12000,							
Aporte Propio	4000,							
Pago de nueva cuota Produbanco			485	481	477	473	468	464
Pago de otros créditos			-	-	-	-	-	-
<b>Total flujo financiero (5)</b>	<b>16.000</b>	<b>-</b>	<b>(485)</b>	<b>(481)</b>	<b>(477)</b>	<b>(473)</b>	<b>(468)</b>	<b>(464)</b>
Caja al final del periodo (7) = (3) + (4) + (5) + (6)			177	181	186	190	194	198
Caja inicial (8)		100	762	940	1.121	1.307	1.497	1.691
<b>Flujo acumulado (9) = (7) + (8)</b>	<b>17.318</b>	<b>762</b>	<b>940</b>	<b>1.121</b>	<b>1.307</b>	<b>1.497</b>	<b>1.691</b>	<b>1.889</b>
<b>Cuota crédito Produbanco</b>		<b>\$ 485,23</b>						

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5.904	5.904	5.904	5.904	6.494	71.438	\$ 78.582	86.440	95084,5104
<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>5.904</b>	<b>6.494</b>	<b>71.438</b>	<b>78.582</b>	<b>86.440</b>	<b>95.085</b>
3.069	3.069	3.069	3.376	3.376	40.506	\$ 44.557	49.012	53913,52061
1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	1.027,92	13.363	\$ 14.699	16.169	17786,04208
35,63	35,63	35,63	35,63	35,63	463	\$ 509	560	616,419375
250	250	250	250	250	3.250	\$ 3.575	3.933	4325,75
78	78	78	78	78	1.014	\$ 1.115	1.227	1349,634
50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	650	\$ 715	787	865,15
627,92	627,92	627,92	627,92	627,92	8.163	\$ 8.979	9.877	10864,84208
103	103	103	103	103	1.242	\$ 1.366	1.502	1652,669425
<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.242</b>	<b>5.548</b>	<b>5.548</b>	<b>68.651</b>	<b>74.150</b>	<b>81.565</b>	<b>89.721</b>
<b>662</b>	<b>662</b>	<b>662</b>	<b>356</b>	<b>946</b>	<b>2.788</b>	<b>\$ 4.432</b>	<b>\$ 4.876</b>	<b>\$ 5.363</b>
-	-	-	-	-	-	\$ -	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
460	456	451	447	443	4.988	4.380	338	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>(460)</b>	<b>(456)</b>	<b>(451)</b>	<b>(447)</b>	<b>(443)</b>	<b>(4.988)</b>	<b>(4.380)</b>	<b>(338)</b>	<b>-</b>
203	207	211	(92)	503	(2.200)	53	4.538	5.363
1.889	2.091	2.298	2.509	2.417	2.920	721	773	5.311
<b>2.091</b>	<b>2.298</b>	<b>2.509</b>	<b>2.417</b>	<b>2.920</b>	<b>721</b>	<b>773</b>	<b>5.311</b>	<b>10.674</b>

**Tabla N° 38***VAN Optimista*

<b>N</b>	5 Años
<b>I</b>	15,19%
<b>Inversión</b>	15.372,39
<b>Total</b>	<b>\$ 11.909,34</b>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano**Tabla N° 39.***TIR Optimista*

<b>PERIODOS</b>	
	-15372,39
\$	20.679,81
\$	720,53
\$	773,13
\$	5.311,17
\$	720,53
\$	10.674,32
	<u>57%</u>

**Fuente:** Estudio Económico – Financiero**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano**Interpretación:**

Con un escenario optimista, donde se vende todo lo que se produce, se procede a realizar los cálculos financieros a los primeros cinco años de operación de la empresa, y se puede evidenciar que el VAN es de superior al monto de inversión inicial; además la TIR es mayor a la tasa pasiva que ofrece el mercado financiero en nuestro país.

## **4.4 Estudio de Mercado**

### **4.4.1 Presentación**

La presente investigación de mercado se desarrolló en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, cantón Guayaquil, ciudad cosmopolita que posee gran influencia comercial, económica, política, cultural y turística a nivel regional.

El estudio pretende resolver las inquietudes sobre el mercado de la ropa materna y sus preferencias en los clientes de esta ciudad, tales como: ¿a quién voy a vender? ¿Qué voy a vender? ¿Dónde voy a vender? ¿Cómo lo voy a vender?; adicionalmente se ha contemplado identificar a los productores y comercializadores que elaboran prendas maternas para identificar la competencia y nuestro grado de penetración en el mercado, basados en las siguientes interrogantes: ¿Dónde están? ¿Cuántos son? ¿Qué valor otorgan a sus productos? ¿Cómo lo venden?

### **4.4.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

#### **Objetivo General**

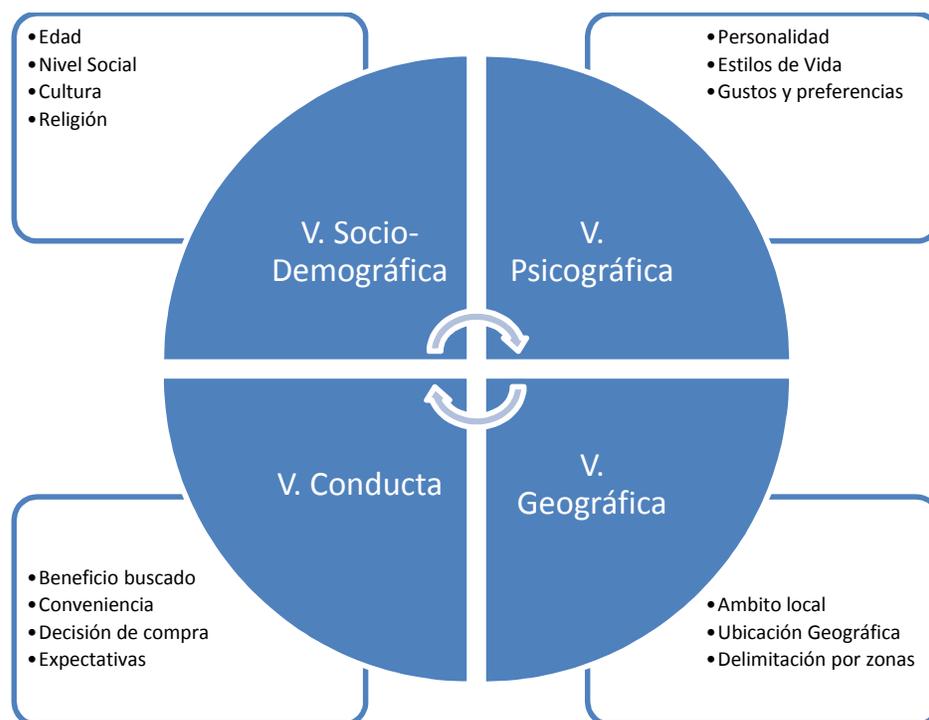
Identificar la oferta y demanda del mercado de ropa materna en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

### Objetivos específicos

- ) Determinar el nivel de satisfacción del mercado de ropa materna.
- ) Identificar las preferencias de estilos y modelos de ropa materna.
- ) Analizar la competencia del mercado de ropa materna.
- ) Determinar los canales de información.

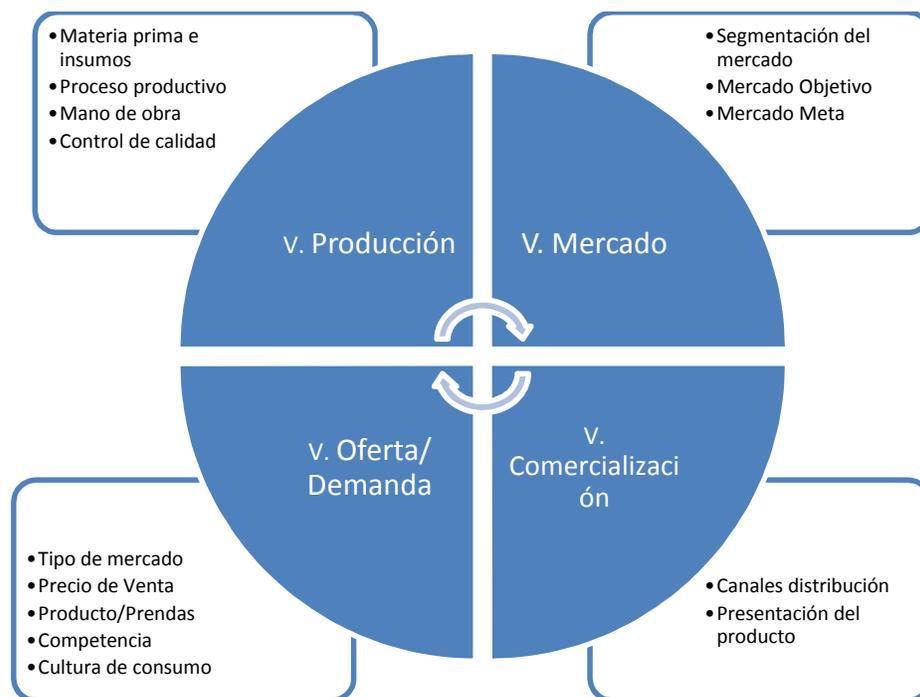
### 4.4.3 Variables e indicadores del estudio

Las variables e indicadores del estudio de mercado que se utilizaron en el presente trabajo de investigación fue:



**Figura N° 16.** Variables

**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano



**Figura N° 17.** Indicadores  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

**Tabla N° 40.**  
*Mujeres en edad fértil de Guayaquil*

GRUPOS EDAD	CANTIDAD	PROPORCIÓN
De 15 a 19 años	105255	17%
De 20 a 24 años	104688	17%
De 25 a 29 años	100810	16%
De 30 a 34 años	95210	15%
De 35 a 39 años	80869	13%
De 40 a 44 años	72564	12%
De 45 a 49 años	68736	11%

**Fuente:** INEC

#### **4.4.4 Mercado Objetivo**

El nicho de mercado al cual la empresa “MotherSize” desea dirigirse, es al sector de Sauces 4 del cantón Guayaquil.

El mismo que según el Censo Poblacional, (INEC,2010) identificó una población total de: 76.540 habitantes.

#### **4.4.5 Mercado Fin**

Para determinar nuestro mercado Fin, del total de los 76.540 habitantes, se ha tomado el 51% correspondiente a la población de mujeres que según el INEC 2010, es de 39.305 mujeres.

#### **4.4.6 Mercado Meta**

Una vez realizada las segmentaciones necesarias, se tiene finalmente un mercado fin constituido por un total de 39.305 mujeres, de las cuales, según el INEC, 2010, el 57% se encuentran en edad reproductiva, lo que hacen un total de: 22.611.

Es decir, para la consecución de este proyecto se tiene como mercado meta 22.611 posibles clientes al que “MotherSize” llegará.

#### **4.4.7 Penetración de mercado**

La empresa tiene enmarcado, según la proyección de ventas descritas en el estudio de pre-factibilidad, una producción mensual de 240 prendas de vestir para el primer año.

$$\text{Penetración de mercado} = \frac{240 \text{ prendas maternas}}{22611 \text{ clientas}} = 1\%$$

La empresa “MOTHER SIZE” en su primer año de producción, abarcará un 1% del mercado del sector de Sauces 4 del cantón de Guayaquil.

#### 4.4.8 Estrategias de Márketing

##### ) Redes sociales

Unas de las formas de dar a conocer la variedad de prendas maternas que “MOTHER SIZE” ofrece, será mediante las diferentes redes sociales, actualmente más utilizadas, como: Facebook, Twitter e Instagram.

La estrategia consistirá en colocar imágenes de las prendas de vestir, y una breve explicación del servicio de entalle que se da a las clientes.

##### ) Correos masivos.

Se intentará a demás introducir la ropa materna en la mente de las clientes mediante el envío de correos masivos, al mayor número posibles, ya sean, conocidas, amigas o familiares.

##### ) Marketing On-line

Mediante la creación de plataformas, on-line, las clientes podrán hacer sus pedidos, al igual que agendar citas para tomar las medidas respectivas y el entalle adecuado de las prendas a solicitar.

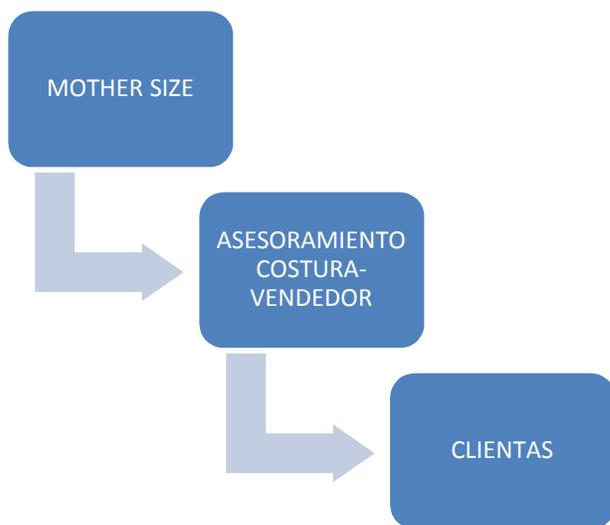
##### ) Cuñas Comerciales.

Se emitirá cuñas comerciales, sobre “MOTHER SIZE” en cadenas radiales como “Radio Disney”

#### 4.4.9 Canales de distribución

Las prendas de vestir se las comercializará de manera directa ya que la empresa se encargará de expenderlas a las clientes una vez éstas visiten la misma.

Para ello, se contará con el vendedor o vendedora capacitada, y dispuesto a asesorar a las clientes.



**Figura N° 18.** Canal de distribución de las prendas  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

#### 4.5 Conclusiones

- ) MotherSize surge como respuesta a la necesidad de satisfacer la demanda de mujeres en etapa de gestación.
- ) Los estudios económicos realizados han dado una positiva respuesta a las hipótesis planteadas en el proyecto.
- ) Se ha identificado en la zona de estudio varios comercios dedicados a la comercialización de ropa materna, entre: los destacados están: Megamaxi, Mi Comisariato, Súper Éxito, Deprati, Baby Boom, además de una importante y tradicional zona comercial de la urbe como la Bahía; pese a que existen estos importantes locales que visten a las mujeres embarazadas de Guayaquil, se logró evidenciar la gran insatisfacción por parte de las féminas por no contar con un lugar que entalle prendas.
- ) Se identificó normativa vigente en el país entre ellas: Código de Trabajo, la del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI); Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) y normas del Gobierno descentralizado (GAD) donde se encontrará tentativamente ubicado el proyecto, lo que le dará argumentos jurídicos para fundamentar el trabajo de investigación.
- ) Los estudios financieros aplicados en un escenario conservador y en otro pesimista dieron una rentabilidad de hasta un 57% según la tasa de retorno.

#### **4.6 Recomendación**

Después de haber realizado todo este análisis económico-financiero se determinó que esta actividad es muy eficiente, por lo tanto, invitamos a participar desarrollar y aplicar estos emprendimientos para mejorar nuestra calidad de vida y conjuntamente contribuir al crecimiento económico nacional.

## Bibliografía

- Almaguer, D. R. (9 de Marzo de 2012). *Centro de Capacitación Financiera*.
- ANAGUANO, L. F. (Abril de 2012). Estudio de factibilidad para la creación de una tienda de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí. *Trabajo de conclusión de carrera presentado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial del departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio*. Sangolquí, Ecuador.
- CAMAE. (2014). *CAMAE*.
- Chain, N. S. (1997). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación 2da Edición*. Chile: Pearson Educación .
- Constitucion de la República del Ecuador*. (2008). Quito.
- DESARROLLO, S. N. (22 de 05 de 29016). *SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACION Y DESARROLLO*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/agenda-zona8>
- ECUADOR, V. D. (12 de 06 de 2016). *VICEPRESIDENCIA DE REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/segundo-mandatario-cumplira-agenda-territorial-en-imbabura/>
- García Padilla, V. M. (Enero 2014). *Introduccion a las Finanzas* . Larousse - Grupo Editorial Patria.
- IBM. (2 de Septiembre de 2016). *Herramientas básicas para el análisis estadístico*. (IBM) Recuperado el 2 de Septiembre de 2016, de <http://www-03.ibm.com/software/products/es/spss-stats-base>: <http://www-03.ibm.com/software/products/es/spss-stats-base>
- IEPI. (26 de octubre de 2016). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 26 de octubre de 2016, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec>
- INEC. (10 de 03 de 2016). *INEC*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion\\_Empleo\\_Marzo\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Marzo-2015/Presentacion_Empleo_Marzo_2015.pdf)
- INEN. (27 de octubre de 2016). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Recuperado el 27 de octubre de 2016, de <http://www.normalizacion.gob.ec/biblioteca/>
- LOZANO, D. D.-Z. (2006). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de ropa interior ubicada en la localidad de Kennedy de la ciudad de Bogota. Bogota, Colombia.
- MIES. (22 de 05 de 2016). *MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/INFORME-MIESS.pdf>
- Mtra. Nora González Navarro, M. M. (12 de 06 de 2016). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- Proaño, F. M. (10 de 03 de 2016). *Ekos*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>

- PRODUCTIVIDAD, M. C. (23 de 05 de 2016). *POLITICAS DE COMERCIO EXTERIOR*.  
Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/1-2-Andrea-Caceres-Pol%C3%ADticas-de-Comercio-Exterior-para-Incentivar-el-Mercado-Nacional-en-el-Sector-Textil.pdf>
- Pública, M. d. (10 de 03 de 2016). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/informacion-estadistica-de-produccion-de-salud/>
- Regatillo, M. A. (05 de 06 de 2016). *Eumed. ned Enciclopedia Virtual*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/554/METODOLOGIA%20PARA%20REALIZAR%20ANALISIS%20ECONOMICO%20FINANCIERO%20EN%20UNA%20ENTIDAD%20ECONOMICA%20BIBLIOGRAFIA.htm>
- República, C. d. (s.f.). *Constitución República del Ecuador*. 2008.
- Santos Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/>
- SENPLADES. (22 de 05 de 2016). *SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACION Y DESARROLLO*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Agenda-Zonal-para-el-Buen-Vivir.pdf>
- Senplades. (10 de 03 de 2016). *Senplades*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/agenda-zona8>
- SOCIAL, M. D. (23 de 05 de 2016). *LEY DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA*.  
Obtenido de [http://www.economiasolidaria.org/files/Ley\\_de\\_la\\_economia\\_popular\\_y\\_solidaria\\_ecuador.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf)
- TORRES, P. A. (20 de Abril de 2012). *Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte*.  
Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/852>
- UNIVERSO, E. (17 de 07 de 2016). *EL UNIVERSO*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2011/04/28/1/1550/asi-comenzo-sauces-guayaquil.html>

## Anexos

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende		
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia		
OBSERVADOR: Las Autoras		
FECHA: 13 agos 2016		SERVICIOS
BABY BOOM EL LOCAL TIENE UN AREA 4 HANCHO X 8 FONDO APROX, CON MESSANINE DONDE SE ENCUENTRA ESTUDIO FOTOGRAFICO; LAS PRENDAS QUE COMERCIALIZAN SON		Produce
		Comercializa
		Entalla
		Vestidores adecuados
		Baño
		Paqueo
		Sillas descanso
		Limpieza
		Seguridad
		Otros Serv.
		Fotografía
DIRECCIÓN		
<p>CC LA PIAZZA CEIBOS LOCAL 2 TELEFONO 0967735482 VEROGILER@YAHOO.COM INSTAGRAM@VGILERPHOTOGRAPHY LUN-VIE 10H00 - 18H00 / SAB Y DOM PREVIA CITA</p>		
PVP POR PRENDA	Vestido formal	110 - 160
	Vestido sencillo	100 - 120
	Blusa formal	65 - 90
	Blusa informal	60 - 70
	Leggings/lycra	55
	Pantalón Jean	60 - 80
	Pantalón tela	60 - 70

**Figura N° 19.** Ficha de Observación – Baby Boom  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende		
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia		
OBSERVADOR: Las Autoras		
FECHA: 13 agos 2016		SERVICIOS
BAHÍA		Produce
		Comercializa
		Entalla
		Vestidores adecuados
		Baño
		Paqueo
		Sillas descanso
		Limpieza
		Seguridad
		Otros Serv.
		toda familia
DIRECCIÓN		
<p>SECTOR LA BAHIA, EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUA YAQUIL , LOS HORARIOS SON VARIADOS DE ACUERDO A CRITERIO DEL SOCIO ABREN TODOS DIAS EN UN HORARIO PROMEDIO DESDE 9H00 HASTA 18H00</p>		
PVP POR PRENDA	Vestido formal	a la fecha no se enc
	Vestido sencillo	20 - 22
	Blusa formal	18 - 20
	Blusa informal	16 - 18
	lycras	13 - 15
	Pantalón Jean	20 - 22
	Pantalón tela	18 - 20

**Figura N° 20.** Ficha de Observación - Bahía  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende											
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia											
OBSERVADOR: Las Autoras											
FECHA: 13 agos 2016											
DEPRATI		SERVICIOS									
		Produce	Comercializa	Entalla	Vestidores adecuados	Baño	Parqueo	Sillas descanso	Limpieza	Seguridad	Otros Serv.
		X		X	X	X	X	X	X	toda familia	
		DIRECCIÓN									
PVP POR PRENDA	Vestido formal	a la fecha no se enc	LUQUE 317 Y CHILE FONO 04 2522741 LUN-SAB 10H00-19H00 DOMINGO 11H00 A 18H00			CC LA ROTONDA ALBORADA 10MA ETAPA PLANTA BAJA LOCAL 40 FONO 042230317 LUN- SAB 10H00-20H00 DOMINGO 11H00-20H00			CC POLICENTRO PLANTA BAJA LOCAL 60 FONO 04 2084130 LUN- JUE 10H00-20H00 VIE-SAB 10H00-21H00 DOMINGO 11H00- 20H00		
	Vestido sencillo	27,47 - 36,63									
	Blusa formal	34,60									
	Blusa informal	30,53									
	Legging	23,40									
	Pantalón Jean	30,53									
Pantalón tela	34,60 - 36,63										

**Figura N° 21.** Ficha de Observación - Deprati  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende											
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia											
OBSERVADOR: Las Autoras											
FECHA: 13 agos 2016											
MI COMISARIATO		SERVICIOS									
		Produce	Comercializa	Entalla	Vestidores adecuados	Baño	Parqueo	Sillas descanso	Limpieza	Seguridad	Otros Serv.
		X	X		X	X	X	X	X	toda familia	
		DIRECCIÓN									
PVP POR PRENDA	Vestido formal	32,87 - 35,28	Cdla. La Garzota Av. de las Américas y Constitución							2244994	
	Vestido sencillo	30,48	Av. de las Américas Fco. Dueñas Cdla. Naval Norte							2287170	
	Blusa formal	20,00	Av. Domingo Comín y José Vicente Trujillo							2445184	
	Blusa informal	27,12	Av. 9 de Octubre y Boyacá							2322570	
	Legging	la fecha no encontr	Av. Carlos Julio Arosemena Hiper Albán Borja							2204925	
	Pantalón Jean	29,67 - 32,28	Alborada Av. Guillermo Pareja							2247171	
	Pantalón tela	29,61	C.C. Riocentro Sur - Hipermarket Av. 25 de Julio							2494874	
			C.C. Riocentro Ceibos Km. 6.5 vía a la costa							2852600	

**Figura N° 22.** Ficha de Observación - Mi Comisariato  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende									
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia									
OBSERVADOR: Las Autoras									
FECHA: 14 agos 2016									
SERVICIOS									
Produce	Comercializa	Entalla	Vestidores adecuados	Baño	Parqueo	Sillas descanso	Limpieza	Seguridad	Otros Serv.
x	x		x	x	x	x	x	x	toda familia
DIRECCIÓN									
CC MALL LOS CEIBOS AV DEL BOMBERO 042856801 - 042856802 Lun a Sáb 09h30-21h00. Dom y Fer 10h00-21h00		CC CITY MALL AV FELIPE PEZO Y BENJAMÍN CARRIÓN 043068338 - 043068340 Lun a Sáb 10h00-21h00 Doms y Fer 10h00-21h00		CC MALL DEL SOL AV JOAQUÍN ORRANTIA Y J. TANCA MARENGO 042082501 042082510 Lun a Sáb 10h00-21h00. Dom y Fers 10h00-20h00					
PVP POR PRENDA	Prenda	Precio							
	Vestido formal	a la fecha no se enc							
	Vestido sencillo	28,67							
	Blusa formal	30,34							
	Blusa informal	30,46							
	Legging	a la fecha no se enc							
	Pantalón Jean	33,15							
	Pantalón tela	28,67							

**Figura N° 23.** Ficha de Observación - Megamaxi  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

OBJETIVO: Conocer las características de los locales comerciales y las prendas maternas que se expende									
DIRIGIDA: A las tiendas que ofertan ropa materna en la zona de estudio e influencia									
OBSERVADOR: Las Autoras									
FECHA: 14 agos 2016									
SERVICIOS									
Produce	Comercializa	Entalla	Vestidores adecuados	Baño	Parqueo	Sillas descanso	Limpieza	Seguridad	Otros Serv.
x	x		x	x	x	x	x	x	toda familia
DIRECCIÓN									
CC CITY MALL FONOS 241 9024 2413939		TERMINAL TERRESTRE DE GUA YAQUIL TELEF 241 0062 2140631		MAPASINGUE		CC GARZOCENTRO 2000 FONOS 264 6747 2241100		CC MALL EL FORTÍN FONOS 2965225 2965209 KM 5 VIA PERIMETRAL PLANTA ALTA LOCAL 210 - 214 - 227	
PVP POR PRENDA	Prenda	Precio							
	Vestido formal	a la fecha no se enc							
	Vestido sencillo	23,99							
	Blusa formal	18,48							
	Blusa informal	19,99							
	Legging	a la fecha no se enc							
	Pantalón Jean	29,99							
	Pantalón tela	16,94							

**Figura N° 24.** Ficha de Observación - SUPER ÉXITO  
**Elaborado:** Alison Landy – Gabriela Zambrano

### Tabla de Amortización

# Cuota	Saldo	Interes	Capital	Cuota Mensual
0	12000			
1	11666.67	151.90	333.33	485.23
2	11333.33	147.68	333.33	481.01
3	11000.00	143.46	333.33	476.79
4	10666.67	139.24	333.33	472.58
5	10333.33	135.02	333.33	468.36
6	10000.00	130.80	333.33	464.14
7	9666.67	126.58	333.33	459.92
8	9333.33	122.36	333.33	455.70
9	9000.00	118.14	333.33	451.48
10	8666.67	113.93	333.33	447.26
11	8333.33	109.71	333.33	443.04
12	8000.00	105.49	333.33	438.82
13	7666.67	101.27	333.33	434.60
14	7333.33	97.05	333.33	430.38
15	7000.00	92.83	333.33	426.16
16	6666.67	88.61	333.33	421.94
17	6333.33	84.39	333.33	417.72
18	6000.00	80.17	333.33	413.50
19	5666.67	75.95	333.33	409.28
20	5333.33	71.73	333.33	405.06
21	5000.00	67.51	333.33	400.84
22	4666.67	63.29	333.33	396.63
23	4333.33	59.07	333.33	392.41
24	4000.00	54.85	333.33	388.19
25	3666.67	50.63	333.33	383.97
26	3333.33	46.41	333.33	379.75
27	3000.00	42.19	333.33	375.53
28	2666.67	37.98	333.33	371.31
29	2333.33	33.76	333.33	367.09
30	2000.00	29.54	333.33	362.87
31	1666.67	25.32	333.33	358.65
32	1333.33	21.10	333.33	354.43
33	1000.00	16.88	333.33	350.21
34	666.67	12.66	333.33	345.99
35	333.33	8.44	333.33	341.77
36	0.00	4.22	333.33	337.55
	<b>TOTAL</b>	2810.15	12000.00	14810.15

**Figura N° 25.** Tabla amortización – Produbanco

**Fuente:** Produbanco

## Encuesta Piloto

DIRIGIDA: Mujeres en edad reproductiva (15-49) del cantón Guayaquil.

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de las consumidoras.

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_

EDAD	
15 - 19	
20 - 24	
25 - 29	
30 - 34	
35 - 39	
40 - 44	
45 - 49	

E CIVIL	
Soltera	
Casada	
Divorciada	
Viuda	
Unión libre	

INSTRUCCION	
Ninguna	
Básica	
Secundaria	
Universitaria	
Cuarto Nivel	

1. ¿Ha tenido la necesidad de buscar/comprar ropa materna?

Siempre	
Casi siempre	
Frecuentemente	
A veces	
Nunca	

2. ¿Qué define su compra en prendas maternas?

Diseño	
Textura	
Precios	
Atención	
Otros	

3. ¿Qué prendas prefiere vestir?

Pantalón	
Jean	
Short	
Lycras/blusa	
Mamelucos	
Vestidos	

4. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una prenda de vestir?

10	
25	
30	
35	
40	

5. ¿Dónde prefiere comprar ropa materna?

	Siempre	Casi Siem.	Frecuente	A veces	Nunca
Bahia					
CC					
Comisariato					
Diseñador					
Estranjero					

6. ¿Por qué medio prefiere recibir información?

TV	
Radio	
Prensa escrita	
Video	
Otros	

7. ¿Cuál es su estilo?

Casual	
Informal	
Deportiva	
Ejecutiva	
Otro	

8. Si existiera una tienda de ropa especializada para mujeres embarazadas que confecciona y entalle las prendas... ¿Ud. la visitaría?

Siempre	
Casi Siempre	
Frecuentemente	
A veces	
Nunca	

9. ¿En promedio cuántas prendas compra?

1	
2	
3	
4	
5+	

Figura N° 26. Encuesta piloto

## Encuesta Final

DIRIGIDA: Mujeres en edad reproductiva (15-49) del cantón Guayaquil  
 OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de las consumidoras.  
 ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_

### 1.- Edad

15 - 19	
20 - 24	
25 - 29	
30 - 34	
35 - 39	
40 - 44	
45 - 49	

2.- ¿Ha tenido la necesidad de comprar ropa materna?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3.- ¿Qué prendas prefiere o preferiría vestir?

Pantalón tela	
<del>Jeans</del>	
Vestidos	

4.- "~~Maternity~~" ¿Será una tienda que confeccione y entalle prendas a medida para mujeres embarazadas. ¿Qué opinión le merece?

Muy interesante	
Interesante	
Poco interesante	

5.- Compraría usted una prenda de vestir a un precio que oscile los \$30?

Muy Probablemente	
Probablemente	
No es nada probable	

6.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

Precio	
Variedad de prendas	
El entalle a medida	

Figura N° 27. Encuesta Final