



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previo a la obtención del título de:**

**INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
EMPRESA QUE CONFECCIONA PRENDAS DE VESTIR TEJIDAS A CROCHET  
EN LA CIUDAD DE MANTA”**

**TUTOR:**

**EC. MARÍA ELIZABETH ARTEAGA**

**AUTORES:**

**GINGER FABIOLA MACIAS MERA**

**DALIA EVELIN CHÁVEZ CASAMAYOR**

**PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR**

**2021**

## **CERTIFICADO DEL TUTOR DE TITULACIÓN**

Eco. María Elizabeth Arteaga García en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que las egresadas Ginger Fabiola Macías Mera y Dalia Evelin Chávez Casamayor, son autores de la Tesis de Grado titulada: “Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

**Econ. María Elizabeth Arteaga García**

**Tutor del trabajo de titulación**

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de investigación “**Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta**”, presentado por las egresadas **Ginger Fabiola Macías Mera y Dalia Evelin Chávez Casamayor**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

---

Ing. Mercedes Elina Intriago Cedeño

**Coordinador de la carrera**

---

Econ. María Elizabeth Arteaga García

**Tutora trabajo de investigación**

---

Ing. Helen Sofía Arteaga Cuello

**Miembro del tribunal**

---

Ing. Martha Yadira García Briones

**Miembro del tribunal**

## DECLARACIÓN DE AUDITORIA

**Ginger Fabiola Macías Mera** y **Dalia Evelin Chávez Casamayor**, autores de este trabajo de titulación denominado “**Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta**”, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

---

**Ginger Fabiola Macías Mera**  
Egresada de la carrera de Gestión  
Empresarial

---

**Dalia Evelin Chávez Casamayor**  
Egresado de la carrera de Gestión  
Empresarial

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer primeramente a Dios por habernos dado la vida y bendecirnos haciendo posible que alcancemos nuestro anhelado sueño que es convertirnos en profesionales de excelencia, sé que no ha sido fácil hasta ahora, pero nos sentimos orgullosas de haberlo logrado.

Viviremos agradecidas de la vida que nos ha demostrado durante todo este tiempo que es hermosa y poder disfrutar de nuestros familiares, amigos y compañeros.

Infinitamente gracias a nuestra Universidad San Gregorio de Portoviejo, por abrirnos las puertas hacia el camino del saber y a nuestros profesores, agradecer también a nuestra querida coordinadora de nuestra carrera, quienes con sus enseñanzas nos inculcaron valores profesionales que será un pilar fundamental durante toda la trayectoria de nuestras vidas.

De manera muy especial nuestro profundo agradecimiento a nuestra tutora quien con sus sabios conocimientos supo guiarnos durante el desarrollo de nuestro trabajo, también por su paciencia, por cada detalle y momento dedicado para aclarar cualquier tipo de diferencias o duda que a lo largo de nuestras vidas nos ayudará en lo profesional y personal.

**Ginger Fabiola Macias Mera**

**Dalia Evelin Chávez Casamayor**

## DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado principalmente a Dios por ser parte de mi fortaleza, quien ha guiado mi camino siempre y ha estado conmigo en todo momento cuidándome, bendiciéndome, protegiéndome y dándome las fuerzas para poder llegar a cumplir mi meta propuesta.

Gracias a mis padres Luis Macías y Maryuri Mera por todo el apoyo que brindaron, a mi abuelita Carmen Peralta quien es la persona que siempre me dio las fuerzas para poder cumplir este sueño de ser una profesional.

A mi esposo Jeison Delgado por toda esa paciencia que estuvo durante mi estudio, estoy muy agradecida por el apoyo brindado y a mi hija Jaileen Delgado Macías porque es mi fortaleza de cada día la amo con toda mi fuerza.

Gracias a toda mi familia que siempre estuvieron apoyándome en momentos difícil en especial a la Sra. Yadira Cevallos y Johanna García que siempre estuvieron muy pendiente en mis estudios para poder lograr esta meta. A mis compañeros de clases quien se convirtieron mi segunda familia que con el apoyo que nos brindamos unos a otros pudimos culminar este periodo académico, en especial a mis mejores amigas Domenica Berrios, Larisa López, Klaere Peña que siempre las llevare en mi corazón las quiero mucho.

Gracias con amor y admiración.

**Ginger Fabiola Macías Mera**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto primeramente a Dios y a mis seres queridos quienes han sido un pilar fundamental en toda la trayectoria de mi carrera y poder seguir adelante de la cual nunca me rendí.

Para mí es una gran satisfacción y de orgullo poder dedicarles a ellos y que con mucho esfuerzo me ha permitido llegar hasta aquí.

Mis padres Germán Chávez Juárez y Ruvila Francisca Casamayor Paredes, porque son mi motivación e inspiración que nunca me dejaron rendir siempre me apoyaron y hasta el día de hoy que con todo su esfuerzo hicieron que culminara mis estudios.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos que a pesar que estén lejos por medio de una llamada me motivaban a nunca rendirme, hermana, tíos, y en especial a una persona muy especial, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo.

Me llena de mucha felicidad al saber lo que soy y seré porque estuvieron personas importantes en mi vida alentándome a seguir adelante y cumplir mi meta, quedo eternamente agradecida con cada uno de ellos.

**Dalia Evelin Chávez Casamayor**

## RESUMEN

Este proyecto consiste en el estudio de pre factibilidad para la confección de prendas de vestir tejidas a crochet de la Ciudad de Manta, enfocada a la población del cantón; en el cual se analizará sobre la diferente materia prima que se utiliza para la elaboración de estas prendas, el nivel de aceptación en el mercado, el desarrollo del plan de negocios y las diferentes estrategias necesarias para su comercialización.

Con este estudio se pretende establecer los objetivos del negocio que se pretende incrementar, determinar los mercados de competencias, investigar todas las leyes medioambientales que abarca un proyecto de esta magnitud para su correcto funcionamiento, se analizaran el personal y determinaremos los costos de venta para la creación de la empresa.

Se utilizaron métodos de investigación como lo son la investigación exploratoria, descriptiva, analítica y sintética, para obtener nuestro mercado meta se realizaron encuestas en la ciudad de Manta y se realizó el respectivo estudio financiero para comprobar la viabilidad del negocio.

**Palabras claves:** Confección, comercialización, Prendas de vestir, Tejido a crochet, calidad.



## ABSTRACT

This project consists of the pre-feasibility study for the manufacture of crocheted garments for the City of Manta, focused on the population of the canton; in which the different raw materials used to make these garments will be analyzed, the level of acceptance in the market, the development of the business plan and the different strategies necessary for their commercialization.

The aim of this study is to establish the objectives of the business to be increased, determine the competencies markets, investigate all the environmental laws that a project of this magnitude covers for its correct operation, the personnel will be analyzed and we will determine the sales costs for the creation of the company.

Research methods such as exploratory, descriptive, analytical and synthetic research were used, to obtain our target market, surveys were carried out in the city of Manta and the respective financial study was carried out to verify the viability of the business.

**Keywords:** Confection, commercialization, Garments, Knitting to crochet, quality.

## TABLA DE CONTENIDOS

Certificado del tutor de titulación .....	ii
Certificación del tribunal.....	iii
Declaración de auditoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Dedicatoria .....	vii
Resumen.....	viii
Abstract .....	ix
CAPÍTULO I.....	1
1. Problematización.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Antecedentes generales .....	1
1.3. Formulación del problema.....	3
1.4. Planteamiento del problema .....	3
1.5. Pregunta de la investigación.....	4
1.6. Delimitación del problema .....	4
1.7. Justificación.....	5
1.8. Objetivo:.....	5

1.8.1. Objetivo General .....	5
1.8.2. Objetivo Especifico .....	5
CAPÍTULO II .....	7
2. Contextualización.....	7
2.1. Marco Teórico .....	7
2.1.1. Estudio de Pre factibilidad .....	7
2.1.2. Tipos de Pre Factibilidad .....	8
2.1.3. Ventaja competitiva .....	9
2.1.4. Marketing.....	10
2.1.5. Marketing Mix. ....	10
2.1.6. Emprendimiento.....	11
2.1.7. Tejido a crochet.....	13
2.1.8. Crochet o Ganchillo .....	13
2.1.9. Lana para tejido.....	14
2.1.10. Hilos.....	15
2.1.11. Estudio de Mercado.....	18
2.1.12. Estudio Técnico.....	19
2.1.13. Estudio Administrativo. ....	20
2.1.14. Estudio Financiero. ....	21
2.2. Marco Conceptual .....	21

2.2.1.	Actividad Comercial. ....	21
2.2.2.	Estudio de la Competencia.....	21
2.2.3.	Marketing. ....	22
2.2.4.	Planeación estratégica. ....	22
2.2.5.	Calidad. ....	23
2.2.6.	Promoción. ....	23
2.2.7.	Distribución.....	23
2.2.8.	Mejora Continua.....	23
2.2.9.	Productividad. ....	23
2.2.10.	Producto Interno Bruto(PIB).....	24
2.2.11.	Ventaja Competitiva.....	24
2.2.12.	Marca.....	24
2.3.	Marco Legal .....	24
2.4.	Marco ambiental.....	26
2.5.	Variables.....	27
2.5.1.	Variable Independiente .....	27
2.5.2.	Variable Dependiente.....	27
CAPÍTULO III.....		33
3.	Marco metodológico .....	33
3.1.	Plan de investigación.....	33

3.2.	Tipos de investigación.....	34
3.3.	Fuentes de investigación .....	35
3.4.	Población .....	35
3.5.	Tamaño de la muestra.....	35
CAPITULO IV .....		37
4.	Formulación del proyecto .....	37
4.1.	Análisis e interpretación de resultados .....	37
4.1.1.	Encuestas dirigidas a la población de Manta .....	37
4.2.	Estudio de mercado. ....	52
4.2.1.	Micro Ambiente: .....	52
4.2.2.	Macro Ambiente: .....	54
4.2.3.	La oferta .....	56
4.2.4.	Demanda .....	57
4.2.4.1.	Demanda insatisfecha.....	58
4.2.5.	Producto. ....	60
4.2.6.	Precio.....	63
4.2.7.	Plaza .....	65
4.2.8.	Promoción .....	65
4.3.	Estudio Técnico .....	66
4.3.1.	Dimensión y características del mercado.....	66

4.3.2.	Tamaño del proyecto.....	66
4.3.2.1.	Distribución del espacio en planta.....	69
4.3.3.	Tecnología de proceso productivo .....	78
4.3.4.	Ingeniería del proceso productivo.....	79
4.4.	Estudio Administrativo.....	85
4.4.1.	Formulación Estratégica.....	85
4.4.2.	Misión y Visión de la empresa.....	87
4.4.3.	Organigrama.....	89
4.4.4.	Funciones de Talento Humano.....	90
4.5.	Estudio Legal.....	96
4.5.1.	Tipo de empresa .....	96
CAPITULO V .....		104
5.Propuestas .....		104
5.1.	Título de la propuesta .....	104
5.2.	Autores de la propuesta .....	104
5.4.	Área que cubre la propuesta .....	104
5.5.	Fecha de presentación .....	104
5.6.	Fecha de terminación.....	104
5.7.	Duración del proyecto .....	104
5.8.	Participación del proyecto .....	105

5.9.	Objetivo general .....	105
5.10.	Objetivo específico .....	105
5.11.	Beneficiarios directos .....	105
5.12.	Beneficiarios indirectos .....	105
5.13.	Impacto de la propuesta .....	106
5.14.	Descripción de la propuesta .....	106
5.14.1.	Ingresos. ....	108
5.14.2.	Costos de materiales directos. ....	110
5.14.3.	Inversión.....	116
5.14.4.	Financiamiento.....	118
5.14.5.	Préstamos del Proyecto (Tabla de Amortización).....	119
5.14.6.	Estados Financieros.....	122
5.14.7.	Flujos de efectivo. ....	125
5.14.8.	Evaluación económica. ....	126
5.14.9.	Evaluación Financiera. ....	129
5.14.10.	Indicadores o Ratios Financieros.....	132
5.15.	Importancia. ....	136
5.16.	Metas Del Proyecto.....	136
5.17.	Finalidad de la propuesta. ....	136
	Referencias .....	138

Apéndices ..... 142



**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1 Prendas artesanales .....	38
Tabla 2 Variedad de modelos.....	39
Tabla 3 Demanda de mercado.....	40
Tabla 4 Oferta de mercado.....	41
Tabla 5 Competencia.....	42
Tabla 6 Comercialización .....	43
Tabla 7 Frecuencia de compra .....	44
Tabla 8 Prendas que les gustaría adquirir .....	45
Tabla 9 Ocasiones .....	46
Tabla 10 Tipos de mariales .....	47
Tabla 11 Factores .....	48
Tabla 12 Precio de las prendas.....	49
Tabla 13 Promociones.....	50
Tabla 14 Formas de pagos.....	51
Tabla 15 Principales proveedores de la materia prima .....	53
Tabla 16 Demanda total de habitantes .....	58
Tabla 17 Demanda insatisfecha .....	59
Tabla 18 Nicho de mercado .....	59
Tabla 19 Estimación de la demanda anterior .....	60
Tabla 20 Tipo de productos.....	61
Tabla 21 Precio de la competencia.....	63
Tabla 22 Precios .....	64

Tabla 23 Proyección para demanda consumida en el mes .....	67
Tabla 24 Prendas a realizar semanales.....	67
Tabla 25 Factores Objetivos.....	74
Tabla 26 Cálculo del valor relativo de los factores objetivos FOi.....	75
Tabla 27 Cálculo de la calificación Wj.....	75
Tabla 28 Cálculo del índice Rij “Clima” .....	76
Tabla 29 Cálculo del índice Rij “Seguridad” .....	76
Tabla 30 Cálculo del índice Rij “Educación” .....	76
Tabla 31 Cálculo de valor subjetivo.....	77
Tabla 32 Cálculo para mejor posible localización .....	78
Tabla 33 Características de maquinaria y equipos .....	80
Tabla 34 Características muebles de oficina.....	83
Tabla 35 Sueldos de mano de obra .....	84
Tabla 36 Objetivo Estratégicos .....	88
Tabla 37 Manual de funciones del Gerente.....	90
Tabla 38 Manual de funciones Secretaria Contadora .....	92
Tabla 39 Manual de funciones operario.....	94
Tabla 40 Sociedad Colectiva.....	97
Tabla 41 Datos del Emprendimiento.....	106
Tabla 42 Descripción de la tasa .....	107
Tabla 43 Producción (en cantidad mensual). .....	108
Tabla 44 Proyección de Ingresos (en USD).....	109
Tabla 45 Costos y gastos (materia prima).....	110

Tabla 46 Sueldos y Salarios .....	111
Tabla 47 Gasto Mensual de la Mano de Obra.....	112
Tabla 48 Servicios Básicos .....	112
Tabla 49 Estado de Costos de Producción Proyectados.....	113
Tabla 50 Gastos Totales .....	114
Tabla 51 Depreciación y amortización .....	115
Tabla 52 Inversión.....	116
Tabla 53 Capital de trabajo .....	117
Tabla 54 Estructura del costo total.....	117
Tabla 55 Financiamiento.....	118
Tabla 56 Financiamiento (participación). .....	119
Tabla 57 Tabla de amortización .....	119
Tabla 58 Resumen de Amortización .....	121
Tabla 59 Estado de situación financiera proyectado.....	122
Tabla 60 Estado de resultados proyectado .....	124
Tabla 61 Flujo de fondos proyectado.....	125
Tabla 62 Punto de Nivelación Anual de Vestidos .....	126
Tabla 63 Punto de Nivelación Anual de blusas .....	126
Tabla 64 Punto de Nivelación Anual de ropa de bebé .....	127
Tabla 65 Punto de Nivelación Anual de accesorios de cocina.....	127
Tabla 66 Punto de Equilibrio Total.....	127
Tabla 67 Flujo De Fondos Proyectado.....	129

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 Prendas artesanales .....	38
Figura 2 Variedad de modelos .....	39
Figura 3 Demanda de mercado .....	40
Figura 4 Oferta de mercado.....	41
Figura 5 Competencia .....	42
Figura 6 Comercialización .....	43
Figura 7 Frecuencia de compra.....	44
Figura 8 Prendas que les gustaría adquirir. ....	45
Figura 9 En que ocasiones le gustaría usar las prendas. ....	46
Figura 10 Tipos de mariales.....	47
Figura 11 Factores.....	48
Figura 12 Precio de las prendas .....	49
Figura 13 Promociones. ....	50
Figura 14 Formas pagos.....	51
Figura 15 Empaquetado .....	61
Figura 16 Etiqueta.....	61
Figura 17 Logotipo.....	62
Figura 18 Planta .....	65
Figura 19 Distribución en planta.....	70
Figura 20 Mapa de Manta .....	72
Figura 21 Croquis Micro localización.....	74
Figura 22 Flujograma de Procesos.....	80

Figura 23 Matriz FODA.....	85
Figura 24 Organigrama de Empresa .....	89

## INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos en el Sector artesanal que se han dado en los últimos años están, promoviendo nuevos productos identificados para mejorar y suplir las necesidades de las personas, por tal razón se ha decidido realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la confección de prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta. Dicho proyecto se realiza con el fin de contribuir con la economía de la ciudad y del país.

En el primer capítulo se puede visualizar el planteamiento del problema por el cual se llevó a cabo la investigación, donde se observa sus antecedentes, justificación, delimitación, preguntas y objetivos.

El segundo y tercer capítulo contienen la información bibliográfica referente al marco teórico y conceptual. También se encuentran las variables con su respectiva Operacionalización. Dentro de estos capítulos se detalla la metodología que se utilizaron como fuentes de información, métodos e instrumentos que fueron aplicados cuando se realizó el capítulo dos y el estudio de mercado.

Dentro del cuarto capítulo se encuentra la estructura del proyecto, interpretando los resultados del trabajo de campo realizado con las encuestas también se encuentran los estudios de la demanda y la oferta del mercado, el estudio técnico, descripción del producto, distribución en planta entre otros que son necesario para la implementación de la planta.

En el quinto y último capítulo se encuentra la propuesta de investigación financiera con sus objetivos, detallando en cada tabla financiera los valores e inversión que se necesitaran para que la empresa comience a producir y su rentabilidad.

# CAPÍTULO I

## **1. Problemática.**

### **1.1.Tema**

Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet de la Ciudad de Manta.

### **1.2. Antecedentes generales**

Según Annie Potter, “americana experta en el mundo del crochet, podemos decir que el arte del tejido a crochet como lo aprendemos hoy en día proviene del siglo XVI, conocido en Francia como cordón del crochet y en Inglaterra como cordón de cadena”. El crochet desde la antigüedad ha sido un símbolo de estatus, el cual se practicaba en la realeza, que era la única con la capacidad económica para comprar materiales de lujo, y establecer al mismo tiempo, el valor de los productos básicos para tejer crochet. (Taller Celeste, 2021)

Para la elaboración de prendas a crochet se utilizan agujas de crochet las cuales existen en el mercado de distintos materiales como metálicas, plásticas, de madera y hueso. La elección de la aguja a utilizar depende del tipo de hilo a usar, y del número de las hebras, es aconsejable utilizar una aguja que sea más gruesa que el hilo. Es de observar que la aguja debe tener un gancho perfectamente pulido de forma que los puntos puedan pasar sin esfuerzo.

Las agujas de aluminio son usadas normalmente para tejer lanas o hilados semi gruesos, para tejidos a crochet de ropa estilo casual, accesorios como gorros y colchas o mantas para el hogar, las agujas de acero son usadas normalmente para tejer los encajes



y puntillas con algodón fino, para tejidos en crochet delicados y distinguido, las agujas de bambú son súper livianas y suaves, el bambú tiene una flexibilidad que hace que estas agujas sean muy resistentes y con ellas se puede tejer cualquier tipo de hilado y de proyecto.

El Hilo o Lana para este tipo de tejido se utilizan preferentemente los hilos de macramé y algodón, pero es posible emplear otros como seda, boucle, viscosa, fancy, rafia, peruano, etc. También las lanas: mohair, rústica, merino, lana con fibra etc. Los hilos vienen en madejas de aprox. 150 Gs y en ovillos de 25 Gs, 50 Gs y 100 Gs, listos para usar. En el caso de las madejas es necesario proceder a ovillarlas para lo cual es conveniente poseer una devanadora manual o eléctrica. (Molina, 2021)

La ciudad de Manta, es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde cada año llegan decenas de cruceros. Cuenta con un aeropuerto internacional. En las playas de Santa Marianita y San Mateo se practican deportes extremos. Su actividad nocturna es intensa. Esta ubicación es elegida por muchos turistas extranjeros que vienen todos los años a disfrutar de las variedades que se encuentran en Manta y sus alrededores, entre las variedades encontradas están las playas lo que es una oportunidad para comercializar las prendas elaboradas a crochet, también encuentran su tradicional comida, flora y fauna.

Manta contaba con una población de 226.477 habitantes hasta el censo del 2010 se analiza una proyección para el 2020 de 264.281 habitantes más el porcentaje de la población seleccionada en Censo 2010 de 32.71%.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Será factible la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta?

### **1.4. Planteamiento del problema**

Con la globalización los productos y servicios se han tornado altamente competitivos, al igual que en el cambiante mundo de los negocios es necesario estar atento a las necesidades y expectativas del mercado, por lo que es necesario considerar que los consumidores son cada vez más y más.

La investigación proviene por la escasez de empresas especializadas en este campo como es la elaboración de vestuarios y accesorios ha crochet. Ya que se ha observado en pequeños y medianos almacenes dedicados a la distribución de estos productos demuestran que sus precios son elevados. Se espera que esta microempresa promueva en gran medida el desarrollo económico de la ciudad de Manta con una producción que vaya un poco más allá a la competencia con la elaboración de las prendas con modelos innovadores y colores distintivos, apoyando a gente emprendedora, los clientes obtendrán productos novedosos y de calidad superior.

En Ecuador 32.000 de sus habitantes se dedica exclusivamente a oficios artesanales en general, entre estos el arte de tejer y para su desarrollo se necesita materiales de gran calidad y a bajo costo de tal manera que significa el desempeño de cada maestro artesano. (Ferruzola Jimenez & Sanchez Jurado, 2014, p. 22) Debido a esto nace la necesidad de elaborar prendas y accesorios tejidos a crochet, de gran calidad y económicos ya que Manta no cuenta con una microempresa manufacturera de esta índole. La motivación para realizar este proyecto se da por la familia y de crecer

empresarialmente y contribuyendo a la economía del país y generando fuentes de trabajo

### **1.5. Pregunta de la investigación**

¿Cuál es la característica de la demanda de los mercados de competencia para la comercialización de las prendas tejidas a crochet?

¿Qué mecanismo se utiliza para la implementación de una empresa que confeccione y comercialice prendas tejida a crochet?

¿Cuál es la estructura organizacional que debe implementar la empresa para su óptimo funcionamiento?

¿De qué manera se establecerán los costos de comercialización de las prendas tejidas a crochet?

### **1.6. Delimitación del problema**

**Campo:** Gestión Empresarial

**Área:** Pre factibilidad

**Aspecto:** Producción y Comercialización

**Problema:** ¿Sera factible la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta?

**Tema:** Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet de la Ciudad de Manta.

**Delimitación espacial:** La investigación se efectuará en el Cuidad Manta en la Provincia de Manabí.

**Delimitación temporal:** Periodo abril- septiembre 2021

**Línea de Investigación:** Desarrollo e Innovación empresarial.

## **1.7. Justificación**

El desarrollo del presente estudio de pre factibilidad es de suma importancia para los investigadores en diversos aspectos, ya que se puede comprobar la viabilidad y aceptación de mercado que este tendrá. La idea de emprendimiento nace de un oficio familiar ya que se dedica a la elaboración de prendas de vestir artesanalmente por esta razón se implementa la creación de una empresa con maquinarias tecnológicas para elaborar prendas tejidas de diferente modelos y diseño para poder competir en el mercado nacional e internacional.

Es muy impórtate conocer que en la ciudad de Manta no existe una empresa que se dedique a elaborar prendas tejidas a crochet, por lo cual existe una ventaja para creación de la empresa, que contribuirá a la economía local y a la satisfacción de los clientes ya que permitirá al cliente escoger su modelo prenda al gusto de cada uno, de esta manera también se lograra generar fuente de trabajo en la ciudad de Manta.

Se busca establecer con este estudio una evaluación real de la efectividad del proyecto, para de esta manera decidir si se invierte o no en la microempresa que se dedicará a la confección y comercialización prendas de vestir tejidas a crochet.

## **1.8. Objetivo:**

### **1.8.1. Objetivo General**

Realizar el estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que elabore prendas tejidas a crochet en la Cuidad de Manta.

### **1.8.2. Objetivo Especifico**

- Fijar los mercados de competencia para la comercialización de prendas de vestir en tejidos a crochet.

- Determinar los mecanismos que se utilizará en la producción y comercialización de prendas de vestir en tejidos a crochet.
- Estructurar el organigrama mediante la utilización de matriz que permitan la viabilidad del proyecto.
- Establecer los costos de comercialización relacionándolos con el precio del mercado competidor.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Contextualización**

#### **2.1. Marco Teórico**

##### **2.1.1. Estudio de Pre factibilidad**

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

Del estudio de factibilidad se puede esperar: o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial (Miranda Miranda, Gestiopoli, 2005)

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito.

### 2.1.2. Tipos de Pre Factibilidad

Al hacer un correcto estudio de factibilidad se deben considerar los siguientes tipos de factibilidad:

**a. Operativa.** - Se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto. Por eso se analiza si el personal posee las competencias laborales necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo. Depende de los recursos humanos que forman parte de la organización. Dado que son los que deben efectuar todas las actividades en los diferentes procesos del sistema para cumplir con los objetivos propuestos. Claramente se debe evaluar si cuentan con los requisitos necesarios para llevar a buen término el proyecto. En efecto, al momento de desarrollar un proyecto o negocio se tiene que implementar un sistema. En cualquier nuevo sistema que se implemente se debe considerar lo siguiente:

- Si no es muy complicado para los trabajadores que lo van a operar.
- Observar si los trabajadores se resisten a usarlo por miedo por cualquier otra razón.
- Analizar si el personal se puede adaptar a los cambios, sobre todo si el cambio se produce de forma muy rápida.
- Evaluar si no se puede volver obsoleto de forma muy rápida y buscar planes de contingencia.

**b. Técnica.** - Este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene panificado. También se debe verificar si las personas

poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario.

- c. Económica.** - Se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y sopesar ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos.
- d. Comercial.** - Se determina si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuado de clientes. Estos clientes deben estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado. Además, se evalúa la logística de distribución y comercialización para saber si se adecúa a las necesidades del mercado.
- e. Política y Legal.** - En esta parte se verifica si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial. De lo contrario no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable.
- f. Tiempo.-** Permite conocer si el tiempo que se tiene planificado para llevar a cabo el proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para poderlo implementar (Quiroa, 2020)

### **2.1.3. Ventaja competitiva**

Se entienden todas las características o atributos de un producto o servicio que le dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos. Estas características o



atributos pueden ser de naturaleza variada y referirse al mismo producto o servicio, a los servicios necesarios o añadidos que acompañan al servicio base, o a las modalidades de producción, de distribución o de venta del producto o de la empresa. (Venegas Molina & Loredo Carballo)

Esta ventaja competitiva sitúa a dicha organización en una posición de superioridad respecto al resto, otorgándole un puesto privilegiado en el mercado.

De acuerdo al Diccionario de Economía y Finanzas de Businesscol, menciona que:

La ventaja competitiva es una condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera más eficiente que sus competidores lo que se refleja en un costo inferior; o realizarlas de una forma peculiar que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. El valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar. (Businesscol, 2008)

#### **2.1.4. Marketing.**

Es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a las determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un determinado público objetivo, los consumidores. Este concepto se profundiza en todo lo que envuelve este proceso, sea como la producción, logística, comercialización y post venta del producto/servicio (Mesquita , 2018)

#### **2.1.5. Marketing Mix.**

El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implementar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos:

- **Producto.** - Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y

que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos.
  - La diferencia de productos.
  - La marca.
  - La presentación.
- **Precio.** - Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:
    - Los costos de producción, distribución
    - El margen que desea obtener.
    - Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
    - Las estrategias de Marketing adoptadas.
    - Los objetivos establecidos.
  - **Distribución.** - Se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.
  - **Comunicación.** - Persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:
    - Comunicar las características del producto.
    - Comunicar los beneficios del producto.
    - Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La teoría del marketing mix venían a decir que un producto para tener éxito debía

crearse, definirle un precio, ponerlo a la venta en el mercado y promocionarlo, evidentemente todo hecho de una manera eficaz (Fonseca, 2014)

### **2.1.6. Emprendimiento**

La definición de emprendimiento ha sido ampliamente propagada en algunos países en los últimos años “teniendo como marco la consolidación del tema en el periodo 2000-2010 (Dornelas 2012 p.1). Esto se debe a que con el creciente avance de las tecnologías era necesario que las organizaciones se adaptaran al nuevo modelo económico. En este contexto podemos decir globalizar empresas que antes vivían en un sistema de mercado tradicional, tuvieron que reformular sus estrategias para mantenerse sostenibles en el mundo corporativo (Vázquez Moreno, 2015)

Esto se debe a fenómenos como la globalización y los numerosos intentos para la estabilidad de la economía; varias empresas han buscado alternativas para aumentar su competitividad, reducir los costes y seguir con vida en el mercado. La comprensión del concepto de emprendimiento en los negocios es fundamental para profundizar en la discusión sobre este tema que no es nuevo, más es ahora que forma parte de las empresas de éxito, por eso la necesidad de hacer una lectura sobre el emprendimiento asociado a la idea de empresas y negocios exitosos. Sobre el emprendimiento es importante señalar que hay varios tipos, pero es un hecho que todos ellos partieron de la iniciativa emprendedora empresarial y, confirmada la importancia de los otros, como por ejemplo el emprendimiento sostenible, del desarrollo social, el enfoque de este estudio es el emprendimiento empresarial o corporativo. Se obedece una cronología de sistematización del concepto alineado con hechos como la revolución industrial y la globalización.

Kuratko (2008, p.4) y Morris. (1998, p. 17), citado por Romero (2010) señala que el emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas.

La ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento del Congreso de Colombia plantea que:

El emprendimiento es una manera de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Parra Alviz, Rubio Guerrero, & López Posada, 2017)

### **2.1.7. Tejido a crochet.**

La técnica de tejer a ganchillo evolucionó a partir de los tejidos tradicionales de culturas árabes, suramericanas o chinas. La historia del crochet comienza desde su popularización en Europa durante el siglo XVI. Allí tiene lugar el desarrollo del arte moderno del crochet.

El viaje por la historia del crochet nos lleva a la Francia del siglo XVII. En medio de una época de guerras y reyes cambiantes, la fabricación de encajes crochetable estaba floreciendo en este país gracias a la llegada de la técnica tambouring (o tambor francés) en el que se usa un ganchillo para bordar con hilo.

El crochet es una técnica de creación de tejido que consiste en entrelazar hilos utilizando un ganchillo, su característica principal, y lo que la diferencia de otros tipos de tejido a mano que existen (como el macramé o el bordado), es que cada punto se

completa antes de que comience el siguiente. Además, el entrelazado de los hilos se realiza con una única aguja que, en un extremo, tiene forma de anzuelo. (Forero, 2021)

### **2.1.8. Crochet o Ganchillo**

El término proviene del germánico *croc* y del francés antiguo *crochet*, que significan “gancho”. Es una técnica de tejido a mano en la que se usa un ganchillo o gancho para formar cadenas con hilos. Se pueden usar hilos muy finos con ganchos muy delicados, hasta estambre grueso con ganchos igualmente gruesos.

Los ganchos se fabrican de aluminio, acero, madera, bambú y plástico. Por lo general para tejidos con hilos delicados y delgados, es mejor usar los ganchos metálicos, que además te durarán toda la vida. Existen alrededor de 25 tamaños estandarizados de ganchillo. Cuando compres una lana o un hilo para tejer, generalmente se te indica qué número de gancho (o agujas) es ideal para tejerlo. (Constant, 2020)

### **2.1.9. Lana para tejido.**

Desde hace algún tiempo, las tiendas han ido añadiendo el tipo de lana con la que hacen sus prendas de punto en una etiqueta extra que colocan al lado de la que indica la talla y el precio. Está claro que quieren que el consumidor pueda ver de qué material se trata: cashmere, merino, alpaca... Sin embargo, este distintivo va mucho más allá del precio, o el origen de la misma, según el tipo de lana, y por lo tanto del animal que procede, los materiales están indicados para unas condiciones climatológicas u otras.

## **Tipos de lana**

- **Lana de merino.** - Es una de las más baratas en nuestro país, lo que no es sinónimo de mala calidad, sino que simplemente proviene de la oveja merina, una de las más comunes en España. Todavía lo son más en Sudáfrica, Nueva Zelanda y Australia, países con un mayor número de ovejas merinas, cuya lana es suave y no 'pica', como suele ocurrir con otras prendas.
- **Lana cashmere.** - Se le considera una de las lanas más codiciadas, es conocida como 'la lana de los reyes'. Procede de una cabra que se encuentra en la cordillera del Himalaya y que es capaz de soportar temperaturas de hasta  $-30^{\circ}\text{C}$ , de ahí la resistencia de la lana. Las fibras se extraen del pelo que mudan durante la primavera en un proceso cuidado y artesanal que permite que los materiales sean de primera calidad.
- **Lana de alpaca.** - Proviene de América del Sur, y como el cashmere, es otra de las lanas más caras por su dificultad para obtenerla. Los animales de los que proceden llevan el mismo nombre que el material y son autóctonos de la zona de los andes en Perú, por lo que, al igual que las cabras de donde se obtiene el cashmere, los animales están acostumbrados a grandes altitudes y temperaturas inferiores a  $-20^{\circ}\text{C}$ , circunstancia que explica de nuevo su resistencia.
- **Lana de lino.**- No todas las lanas que se usan en el mercado son de origen animal, y entre las de origen vegetal, el lino es una de las más exclusivas. Se comenzó a utilizar en el Antiguo Egipto, por lo que podría ser una de los tejidos más antiguos que se conocen. Al contrario que otros tejidos de origen vegetal,

con el paso del tiempo y los lavados no cambia a un color amarillento, sino que conserva intacto tanto el color como la suavidad. (BADAJOZ , 2020)

### **2.1.10. Hilos.**

Para el tejido al crochet se utilizan preferentemente los hilos de macramé y algodón, pero es posible emplear otros como ser seda, boucle, viscosa, fancy, rafia, peruano, etc. También las lanas: mohair, rústica, merino, lana con fibra etc.

#### **Tipos de hilos para crochet según la fibra**

Clasificar los tipos de hilo para hacer crochet según la fibra nos permite hacer un recorrido general por toda la oferta que existe en el mercado. Básicamente, los hilos para tejer crochet se pueden diferenciar en 2 tipos según su origen:

- **Fibras sintéticas.** - Las fibras sintéticas son fabricadas a partir del petróleo que, además, pueden tener alguna mezcla con otro material. Estas adiciones le aportan al hilo crochet diferentes cualidades como brillo, elasticidad y textura. Estos tipos de hilos para crochet son la opción más económica y de fácil acceso, además que son resistentes a las polillas, hongos, luz solar y no causan alergias.

Dentro de los hilos crochet con fibras sintéticas encontramos:

- Cashmilon
- Acrílico
- Nylon
- Poliéster
- Lurex
- Lycra
- Poliamida

- Acrílico algodónero
- Elástico
- **Hilo sedificado.** - También conocido como hilo perlé o hilo mercerizado, es un hilo crochet cuyas hebras tienen un brillo alto, un efecto satinado, gran suavidad y un acabado muy firme. Pueden ser 100% sintéticos, o puedes encontrarlos como una amalgama entre las fibras naturales y artificiales.
- **Hilos matizados.** - Es un hilo crochet acrílico que tiene un brillo más equilibrado en comparación con el sedificado. Lo encuentras en varios colores o en distintos tonos de un mismo color.
- **Acrílico opaco.** - Este hilo crochet cuenta con un acabado mate. Por lo general, es el que más se suele usar en prendas. Es el tipo de hilo para hacer crochet más económico, además que viene en una paleta de colores muy amplia.

### **Fibras naturales**

Las fibras naturales de los hilos para tejer crochet provienen de las plantas (se extraen de sus diferentes partes como hojas, tallos, semillas y frutos) o de los animales (se pueden fabricar de su pelo o secreción). Estos hilos pueden o no ser orgánicos y eco-amigables, todo depende del proceso con el que se hayan fabricado. Por lo general, los hilos de crochet con fibras naturales se utilizan para crear prendas, pues permiten que el aire transpire.

Algunos ejemplos de hilos de crochet con fibras naturales son:

- **Hilo de algodón.** - Es un hilo crochet natural de origen vegetal que viene de las semillas de la planta de algodón. Es ideal para prendas de verano y de media estación. El hilo de algodón tiene distintos grosores:



- Fino: con 3 hebras de algodón retorcidas.
- Intermedio: con 8 hebras más pequeñas.
- **Hilo de bambú.** - se obtiene de las hojas de esta planta. Es un hilo crochet de una textura sedosa y suave. Como característica, las prendas hechas con hilo de bambú no irritan la piel y ayudan a protegerla contra los rayos UV. Son hilos para crochet duraderos y con un acabado brillante. Son recomendados para dejar pasar el aire y permitir que la piel respire.
- **Hilo de lana.** - La lana es un hilo crochet de origen natural. Puede extraerse del corte o el peinado del pelo de distintas especies como:
  - Ovinos: de estas tenemos la lana Merino, Shetland, Corriedale, entre otras.
  - Camélidos: de aquí tenemos la lana alpaca, de camello o de llama.
  - Conejos de angora: de ellos obtener la lana de Angora.
  - Cabras de Cachemira: se obtiene la lana Cachemira.

### **Fibra de seda**

La seda se extrae del único filamento que el gusano de seda secreta para construir su capullo. ¡Imagina el trabajo que requiere desarmar el capullo para extraer dicho filamento sin romperlo! Es un proceso muy cuidadoso, pero el resultado es un hilo crochet delicado, ligero y sutilmente brillante. (Forero, Tatiana, 2021)

#### **2.1.11. Estudio de Mercado**

Es un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado (de tu target o público objetivo, de tus proveedores e, incluso, de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio. Se analizarán aspectos tan

fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos.

Gracias al estudio de mercado, tendremos una visión más clara de qué es lo que nuestro target realmente necesita, qué es lo más demandado hoy en día en el mercado. Con esta información, trataremos de adaptar nuestro producto o servicio al máximo, para satisfacer y cumplir con las expectativas de nuestros consumidores y, tratando siempre de ser únicos y poseer un elemento diferenciador respecto de la competencia (Nuño, 2017)

### **2.1.1. Estudio Técnico**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución (Prieto Herrera, 2009). El estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá la empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado (Córdoba Padilla, 2011). El hecho de que un proyecto sea viable técnicamente significa que el bien o servicio que el proyecto va a ofertar puede ser producido o

comercializado con la tecnología disponible y asequible para el inversionista, en la cantidad y calidad proyectada, y en la localización seleccionada a un costo competitivo (Murcia Murcia et al., 2009)

La importancia de este estudio radica en que permite proponer y analizar un conjunto de opciones y relaciones entre variables de tecnología, costos, rendimiento, distribución y tamaño, y escoger la alternativa que represente la situación óptima que permita desarrollar el producto o brindar el servicio deseado. Sin este estudio, la tecnología no podría ser la adecuada, o la localización podría aumentar los costos, o la capacidad instalada podría no ser suficiente o ser demasiada, conduciendo cada una de estas situaciones al fracaso del proyecto.

Los factores que determinan el tamaño de un proyecto y la capacidad económicamente viable son: la demanda del mercado, la disponibilidad de materias primas, el financiamiento disponible, la tecnología y la organización con la que se cuenta (Arango Monroy, 2014)

#### **2.1.12. Estudio Administrativo.**

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (Martinez Luna, 2013)

2. Se refiere a la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales. Presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales, aspectos legales, administrativos, fiscales y ecológicos, así como sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.

### **2.1.13. Estudio Financiero.**

El estudio financiero es el cual transforma en dinero y números cada uno de los estudios anteriores, tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio (Palacios, 2012)

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción (Federico, 2021)

## **2.2. Marco Conceptual**

### **2.2.1. Actividad Comercial.**

Se llama actividad comercial al proceso de compra y venta de bienes y servicios, el cual involucra al comerciante desde que adquiere su mercancía hasta que esta llega al

consumidor final. Todos los participantes se ven beneficiados durante este proceso: el comerciante recibe dinero, que se convierte en ganancia, y el cliente obtiene un producto que satisface una necesidad o deseo, se presenta con diversas metodologías, tales como la compra y venta en un mismo país o en el exterior, la compra y venta en una tienda física o virtual, compras al mayor y por menor, etc (Enciclopedia Económica, 2017).

### **2.2.2. Estudio de la Competencia.**

Es el análisis de los recursos, capacidades, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores (empresas competidoras) de una empresa, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible. “El análisis de la competencia es el análisis de las características de los actuales y potenciales competidores de una empresa” (Arturo, 2020)

### **2.2.3. Marketing.**

Es una disciplina compuesta por un conjunto de estrategias y métodos que se elaboran en torno a la promoción y venta de un producto o servicio, abarca el estudio y análisis tanto del mercado como de los consumidores. Asimismo, también evalúa cuáles son las gestiones comerciales más recomendadas para ofrecer un producto o servicio, captar la atención del consumidor y alcanzar su fidelización con la marca o empresa (Significados.com, 2020).

### **2.2.4. Planeación estratégica.**

Es un proceso mediante el cual se involucra a toda la organización para determinar de manera conjunta los objetivos, las metas y los planes de acción que conducirán al

alcance de los objetivos estratégicos, asume una perspectiva del futuro de la empresa a largo plazo, y se basa en la identificación de los impulsos clave (Ortegón, 2019)

#### **2.2.5. Calidad.**

Es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia. Todo lo que posee un cualitativo de calidad supone que ha pasado por una serie de pruebas o referencias las cuales dan la garantía de que es óptimo (Pérez, 2021)

#### **2.2.6. Promoción.**

Hace referencia al conjunto de actividades que permiten comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto (incluyendo sus características, beneficios y marca) a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso (Arturo, 2019)

#### **2.2.7. Distribución.**

Es la relación comercial entre los proveedores y consumidores, siendo esta responsable de la distribución física del producto terminado en los puntos de venta (Eslava Sarmiento, 2017)

#### **2.2.8. Mejora Continua.**

Es un método por el cual las empresas realizan optimizaciones a pequeña escala de forma continuada. Este proceso mejora la calidad de los productos, los procesos y los servicios a largo plazo (Ionos.es, 2020)

#### **2.2.9. Productividad.**

Es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc) durante un periodo

determinado (Sevilla Arias A. , 2016)

#### **2.2.10. Producto Interno Bruto(PIB).**

Es un indicador económico básico: sirve para conocer cuánta riqueza genera un país y la dimensión y composición de su economía (EOM, 2020)

#### **2.2.11. Ventaja Competitiva.**

Son todos los aspectos y características que hacen resaltar a una marca o producto entre la competencia, con los que ofrecen más valor y beneficios a los clientes. Las ventajas pueden variar, pero el factor más importante de esta estrategia no es centrarse en lo que se vende, sino en cómo se vende (Sordo, 2020)

#### **2.2.12. Marca.**

Nombre, termino o símbolo, diseño o combinación de ellos, que identifica a los bienes o servicios de una empresa y los distingue de los competidores (Carrasco Fernández & García Prado, 2018)

### **2.3. Marco Legal**

La siguiente investigación está basada en los siguientes artículos de la constitución de la República del Ecuador (2008):

Sección VII Política Comercial

Art.306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará

aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

#### Trabajo y producción

##### Sección I formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. ¿El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

##### Sección III formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, ¿con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 329.- Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin. Para el



cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones.

Art. 335 párrafo 2.- El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

#### **2.4. Marco ambiental**

Con el fin de reducir los impactos negativos de las actividades económicas sobre el ambiente y la sociedad, el estado ha expedido una serie de normas que regulan la realización de las actividades económicas, incluyendo al sector textil.

En el código orgánico del ambiente se estipula que:

El artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados;

El artículo 15 Prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos

internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional

El artículo 27 de la Constitución de la República del Ecuador ordena que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017).

Como lo indican los artículos principalmente mencionados se incluyen las leyes que son necesarias para componer una organización como plataforma económica para la sostenibilidad del país y que su población pueda tener una vida digna como se menciona en el código del buen vivir.

## **2.5. Variables**

### **2.5.1. Variable Independiente**

Estudio de pre factibilidad

### **2.5.2. Variable Dependiente**

Confección de prendas de vestir tejidas a crochet.

## Operacionalización de las variables

**Variable independiente:** Estudio de Pre factibilidad

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
El estudio de pre factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de	Estudio de mercado	Oferta. Demanda. Competidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo estima la oferta de mercado de prendas tejidas a crochet? Alta. Media. Baja.</li> <li>¿Cómo considera la demanda de mercado de prendas tejidas a crochet? Alta. Media. Baja</li> <li>¿Considera Usted que existe alta competencias de prendas tejidas a crochet en la Ciudad de Manta? Si. No.</li> <li>¿Le gustaría poder adquirir prendas tejidas a crochet con variedad de modelos? Si No</li> </ul>	Encuesta realizada a mujeres entre los rangos de 15 a 64 años del cantón Manta.
	Estudio Técnico	Localización del proyecto. Distribución del espacio en planta		

mercado, y otros que se requieran.				
En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que	Estudio Administrativo	Porcentaje y estrategia que imparte el departamento de venta	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo le gustaría realizar el pago de las prendas tejidas a crochet? Dinero en Efectivo. Tarjeta de Crédito. Transferencia Bancaria Otros.</li> </ul>	Encuesta realizada a mujeres entre los rangos de 15 a 64 años del cantón
	Estudio Financiero	Porcentaje de gastos.  Porcentaje de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su ropa de tejidos a crochet? \$7 \$12 \$15 \$18 \$35</li> </ul>	Manta.

provocaran las variaciones de los factores. (Santos Santos , 2008)

**Variable dependiente:** Confección de prendas de vestir tejidas a crochet.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Confección se refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras. Es posible, en este sentido, confeccionar ropa, medicamentos, perfumes, etc. Desde una perspectiva industrial, la confección de prendas de vestir se define como una serie de	Producción	Proceso Productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué tipos de prendas de tejido le gustaría adquirir? Blusas Trajes de baño. Vestidos. Ropa de bebe Accesorios de cocina. Faldas.</li> <li>¿Qué tipo de material prefiere para su ropa de tejido? Hilo Lana Otros</li> </ul>	Encuesta realizada a mujeres entre los rangos de 15 a 64 años del cantón  Manta.

<p>actividades de manufactura que llevan a la creación de indumentaria, a partir de un diseño realizado previamente y con ayuda de las herramientas tecnológicas adecuadas para optimizar los procesos necesarios. En la confección de prendas se pueden distinguir dos etapas: la pre-producción y la producción (Pérez Porto &amp; Gardey, 2011)</p>	<p>Comercialización</p>	<p>Niveles de Adquisición</p> <p>Estrategias de venta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Con qué frecuencia compra ropa de tejido? una vez a la semana.</li> </ul> <p>Una vez al mes. Cada 3 meses. Una vez al año. Otras.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones de una empresa que se dedique a elaborar prendas tejidas a crochet?</li> </ul> <p>Redes Sociales. Página Web. Volantes. Radio. Periódico.</p>	<p>Encuesta realizada a mujeres entre los rangos de 15 a 64 años del cantón</p> <p>Manta.</p>
<p>Tejido a crochet: El término proviene del germánico <i>croc</i> y del francés antiguo <i>crochet</i>, que significan “gancho”. Es una técnica de tejido a mano en la que se usa un ganchillo o gancho para formar cadenas con hilos. Se pueden usar hilos muy finos con ganchos muy delicados,</p>	<p>Cliente</p>	<p>Compra</p> <p>Fidelización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Conoce empresas que comercializan prendas tejidas a crochet en la ciudad de Manta?</li> </ul> <p>Si. No.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué factores son importantes al momento de elegir su ropa de tejido?</li> </ul> <p>Calidad. Variedad. Precios. Colores.</p>	

---

hasta estambre grueso con  
ganchos igualmente gruesos  
(Constant, 2020)

Viabilidad

Nivel de Rentabilidad

- ¿Valora usted las prendas realizadas artesanalmente?  
Si.  
No.
  - ¿En qué ocasiones le gustaría usar prendas artesanales de crochet?  
Reuniones.  
Fiestas.  
Para la casa.  
Paseos.  
Otros.
-

## **CAPÍTULO III**

### **3. Marco metodológico**

#### **3.1. Plan de investigación**

Para este proyecto se usará la metodología de investigación descriptiva, que de acuerdo con el autor Naresh K. Malhotra en su libro Investigación de Mercados, 2004, consiste en “describir algo, por lo general características o funciones del mercado”. Se estudió el entorno nacional en cuanto a la confección de prendas elaboradas a crochet abarcando un estudio demográfico y socioeconómico, también se analizó el ambiente con respecto a la adquisición de estos productos on-line, aportando información para cumplir los pasos que se necesitan para un estudio de pre factibilidad.

Como primera fase se recogieron datos de fuentes secundarias como investigación bibliográfica, documentos, artículos periodísticos, entrevistas a expertos, encuestas que son provechosos en el avance de la investigación, apoyándonos en el estudio del entorno actual del mercado al que está encaminado el trabajo de investigación de modo que se logre un mejor enfoque financiero.

A continuación, se realizó un análisis de mercado utilizando como método la compilación de datos en las encuestas realizadas con preguntas específicas para lograr un correcto estudio de mercado que contribuyan con información financiera, técnica y administrativa, con el propósito de contribuir información valiosa y de gran ayuda al proyecto.

Finalmente se razona y extrae la información de las encuestas para señalar información que permitan valorar la factibilidad del proyecto que se intenta realizar en la presente investigación, de esta forma establecer la marca en el mercado de Manta de ropa elaborada a crochet.



### 3.2. Tipos de investigación

Para realizar el Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet de la Ciudad de Manta se utilizó la siguiente metodología:

- **Investigación exploratoria:** Se utilizó al momento de identificar el problema que se iba a investigar, haciendo un diagnostico macro, meso y micro del entorno en el que se encuentra el problema a investigar y por último se aplicó cuando se analizaron los antecedentes de la problemática a investigar.
- **Investigación descriptiva:** Se genera para explorar un tema o problema que no ha sido estudiado anteriormente como es la confección de prendas a crochet, en este caso se recabo información que obtuvimos de fuentes bibliográficas de moda, hilos, lanas y todo lo que se necesita para la elaboración de prendas hechas a crochet.
- **Investigación analítica:** Esta investigación se utilizó para observar e aclarar los resultados obtenidos en el trabajo practico elaborado en las encuestas obtenidas en el lapso de la investigación de esta manera se pudo ejecutar un análisis y así determinar la viabilidad la creación de la empresa.
- **Investigación sintética:** Se realizó esta investigación para analizar de forma ordenada las etapas que implican el estudio de pre factibilidad y así poder elaborar las conclusiones y recomendaciones que justifiquen la razón del presente trabajo de investigación.
- **Investigación Propositiva:** Este tipo de investigación se dio al momento de indagar todas las técnicas y procedimientos que se utilizaran con la finalidad de diagnosticar y resolver el problema que se va a estudiar. (Vásquez Hidalgo , 2005)

### 3.3. Fuentes de investigación

El presente trabajo para el estudio de pre factibilidad de una empresa que confeccione prendas tejidas a crochet para las mujeres de la Ciudad de Manta es la siguiente:

En la investigación realizada utilizamos la aplicación del método de la entrevista en la cual se pudo obtener una información rápida de las personas que le interesa comprar nuestro producto y poder saber cuáles son los gusto y preferencia al momento de realizar la entrevista, el beneficio de esta entrevista permite conocer las características de las mujeres de la ciudad Manta.

Como fuente secundaria se utilizó información de diferentes tipos de páginas web, artículos, libros, revistas, donde se pudo obtener una búsqueda de información para el proyecto.

### 3.4. Población

En manabita habitan 1'562.079 personas, según la proyección demográfica del INEC para 2020. En la muestra que se utilizará para la elaboración de las encuestas se tomará de la población de Manta que para el 2020 hay una proyección de 86.446 personas específicamente comprendidas en la zona rural y urbana en un rango de edades de 15 y 64 años de la ciudad.

### 3.5. Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicará la fórmula para población finita:

**$N = \text{Población proyectada al 2020} + \% \text{ de la población seleccionada en Censo 2010}$**

$$N = 264.281 * 32.71\%$$

$$N = 86.446 \text{ habitantes}$$

**Muestra**

**p**= Probabilidad de ocurrencia 50%

**q**= Probabilidad de no ocurrencia 50%

$\alpha^2$ = Nivel de significancia 5%

**N**= número de Población

$\alpha/2$ = Nivel de Confianza 1.96

$$n = \left( \frac{N \cdot q \cdot p \cdot Z^2 \alpha/2}{(N - 1) \alpha^2 + Z^2 \alpha/2 \cdot p \cdot q} \right)$$

$$n = \frac{86.466(0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}{(86.466 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{830419.46}{217.12}$$

$$n = 382$$

## **CAPITULO IV**

### **4. Formulación del proyecto**

#### **4.2. Análisis e interpretación de resultados**

##### **4.1.1. Encuestas dirigidas a la población de Manta**

Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet de la Ciudad de Manta.

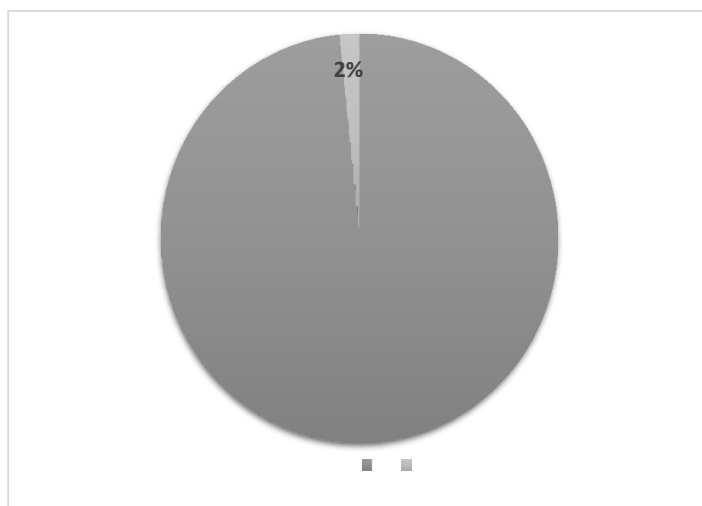
Una vez obtenida la información seleccionada para realizar el estudio de pre factibilidad en la Ciudad de Manta, se pudo establecer 382 personas encuestadas entre rangos de edades que fluctúan de 15 a 30 años con un 40%, de 30 a 45 años con un 25% y 45 a 65 años con un 35%, cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas a mujeres del área Urbana y Rural del Cantón Manta, entre los cuales se pueden destacar los siguientes sectores, Barrio cuba, Florita, Las Acacia, Turquí, Los Esteros, Colorado, La Pradera, Avenida Metropolitana y Eloy Alfaro, Cielito Lindo, Cumbre de Manta y entre otros, siendo las mujeres quienes más se encuentran interesadas en comprar el producto.

## 1. ¿Valora usted las prendas realizadas artesanalmente?

Tabla 1

### *Prendas artesanales*

Descripción	Frecuencia	%
Si	376	98,4%
No	6	1,6%
Total	382	100%



*Figura 1* Prendas artesanales

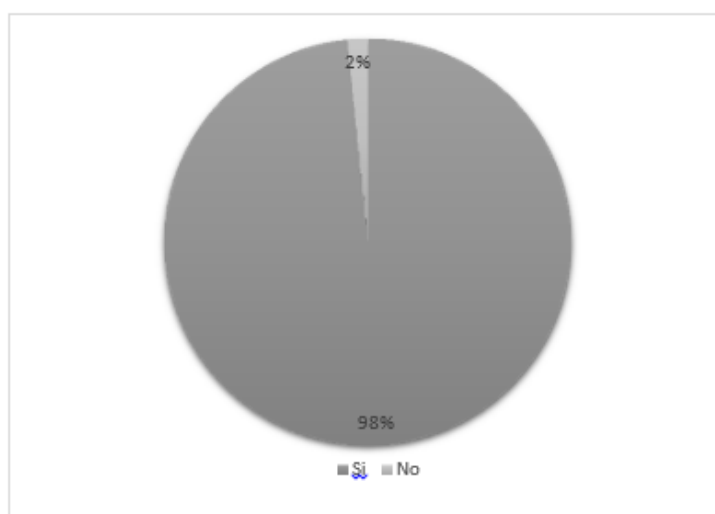
De acuerdo al análisis de la figura 1, el 98% de personas valoran las prendas realizadas artesanalmente y un 2% no la valoran. Este resultado es de gran beneficio porque permite identificar que una gran cantidad de las personas de la Ciudad de Manta le llaman mucho la atención este tipo de prendas.

**2. ¿Le gustaría poder adquirir prendas tejidas a crochet con variedad de modelos?**

Tabla 2

*Variedad de modelos*

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	376	98,4%
<b>No</b>	6	1,6%
<b>Total</b>	382	100%



*Figura 2 Variedad de modelos*

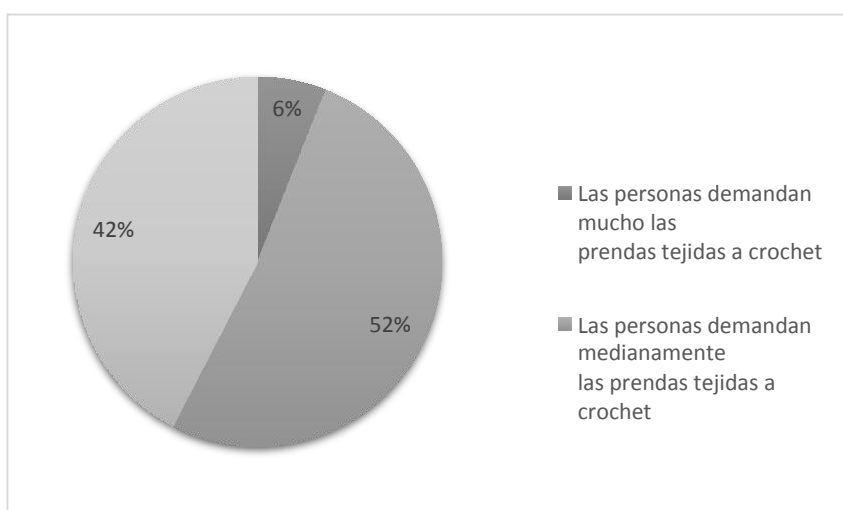
En respuesta a la pregunta dos de la encuesta, se refleja que el 98.4% de las personas de Manta encuestadas si les gustaría comprar prendas tejidas a crochet con variedad de modelos, frente al 1.6% que no les interesa. El alto porcentaje de aceptación en cuanto a variedades, constituye un plus para la empresa que se caracteriza por la innovación en sus modelos.

### 3. ¿Cómo considera la demanda de mercado de prendas tejidas a crochet?

Tabla 3

Demanda de mercado

Descripción	Frecuencia	%
Las personas demandan mucho las prendas tejidas a crochet.	2 3	6%
Las personas demandan medianamente las prendas tejidas a crochet.	197	51.6%
Las personas demandan poco las prendas tejidas a crochet.	162	42,4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>



*Figura 3* Demanda de mercado

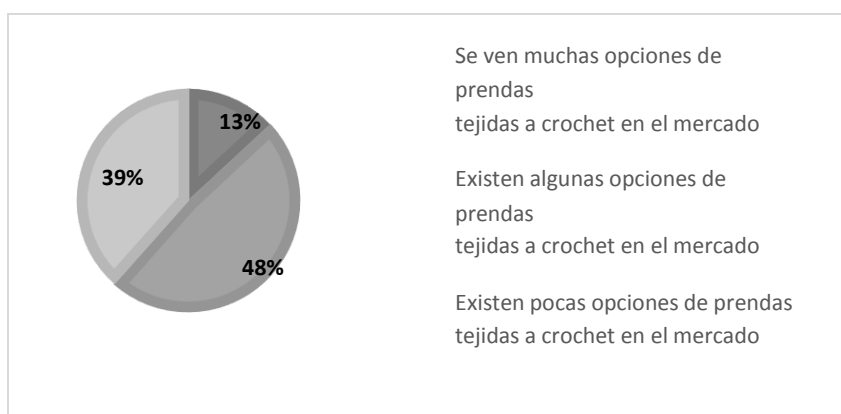
En la encuesta realizada, el 42.4% de las personas demandan poco las prendas tejidas a crochet, y el 51.6% la demandan medianamente las prendas tejidas y un 6% de manera alta. Lo cual significa que existe un gran porcentaje de personas que se consideran clientes potenciales para la empresa

#### 4. ¿Cómo estima la oferta de mercado de prendas tejidas a crochet?

Tabla 4

*Oferta de mercado*

Descripción	Frecuencia	%
Se ven muchas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.	50	13,1%
Existen algunas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.	185	48,4%
Existen pocas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.	147	38,5%
Total	382	100%



*Figura 4* Oferta de mercado

Las personas piensan que, en la oferta, existen algunas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado con un 48.4%, y con un 38.5% se reflejan que existen pocas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado, finalmente el 13.1% indican no ver tantas prendas a crochet. Esto es positivo porque la empresa tiene una variedad de opciones y a la vez modelos innovadores que pueden llamar la atención al público objetivo.

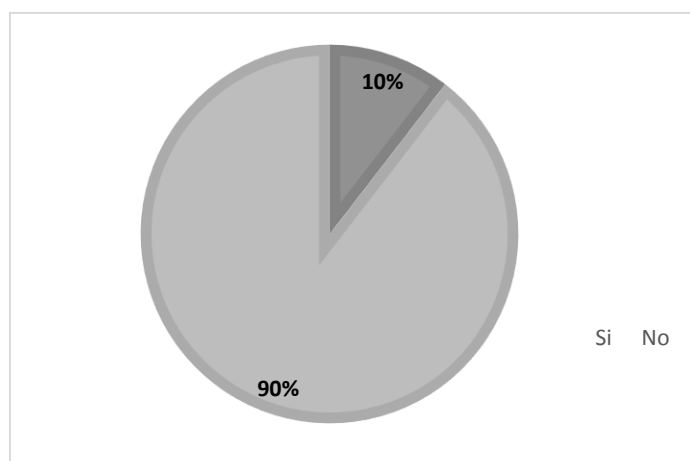


**5. ¿Considera Usted que existe alta competencias de prendas tejidas a crochet en la Ciudad de Manta?**

Tabla 5

*Competencia*

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	40	10,5%
<b>No</b>	342	98,5%
<b>Total</b>	382	100%



*Figura 5 Competencia*

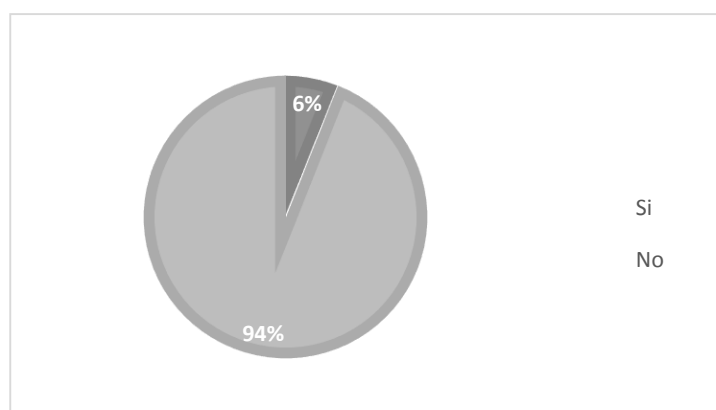
En la pregunta 5 de la encuesta, se analiza que no existe competencia de prendas tejidas con un 90%, y apenas el 10% indica que sí existe competencia en la ciudad de Manta para las prendas tejidas a crochet. Esto significa la presencia potencial de un nicho de mercado, que captará la demanda insatisfecha, lo cual es provechoso para la empresa.

## 6. ¿Conoce empresas que comercializan prendas tejidas a crochet en la Ciudad de Manta?

Tabla 6

### Comercialización

Descripción	Frecuencia	%
Si	23	6%
No	359	94%
Total	382	100%



*Figura 6 Comercialización*

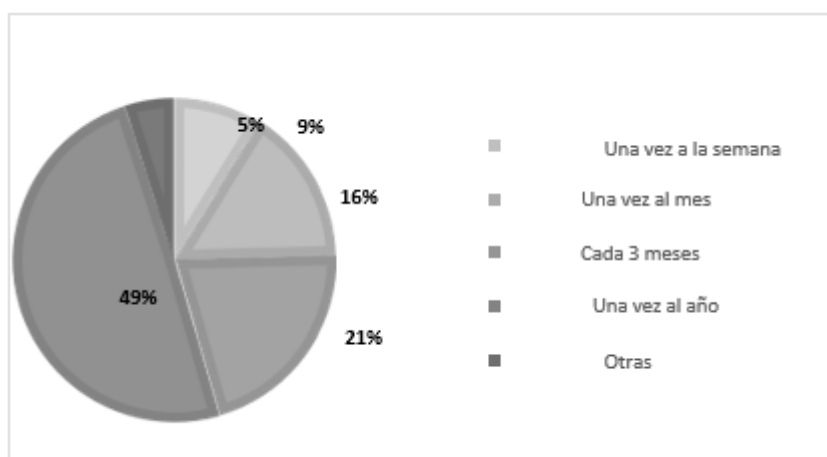
Según los datos de las personas encuestadas, un 94% no conoce empresas que comercialicen prendas tejidas a crochet en la ciudad de Manta, pero un 6% si conoce empresas de esta índole. Lo que conlleva que la empresa debe mantener una mayor comunicación con los clientes con un adecuado uso de las estrategias de marketing. Del 6% que contestaron conocer empresas que realizan este tipo de productos, manifestaron que lo hacen a través de redes sociales.

## 7. ¿Con qué frecuencia compra ropa de tejido?

Tabla 7

### *Frecuencia de compra*

Descripción	Frecuencia	%
Una vez a la semana	34	8,9%
Una vez al mes	60	15,71%
Cada 3 meses	80	20,9%
Una vez al año	189	49,5%
Otras	19	5%
Total	382	100%



*Figura 7* Frecuencia de compra

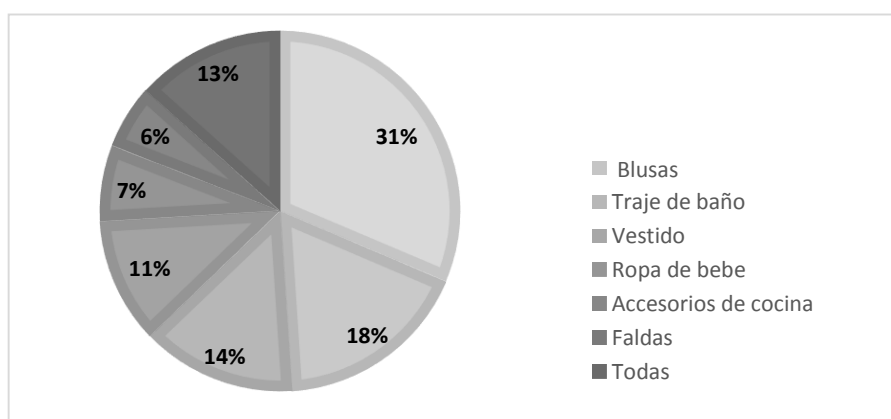
Se refleja en la pregunta 7la frecuencia de compra por parte de los encuestados de ropa tejida, el resultado presenta mayoritariamente, que lo hacen una vez al año con un 49.5%, seguido por un 20.9% cada tres meses, y 15.71% una vez al mes. Así mismo el uso menos frecuente corresponde al 5% en otras ocasiones, y en un 8.9% una vez a la semana.

**8. ¿Qué tipos de prendas de tejido le gustaría adquirir seleccione una o más de una?**

Tabla 8

*Prendas que les gustaría adquirir*

Descripción	Frecuencia	%
Blusas	120	31,41%
Traje de baño	67	17,54%
Vestido	53	13,87%
Ropa de bebe	43	11,26%
Accesorios de cocina	26	6,81%
Faldas	22	5,76%
Todas	51	13,35%
Total	382	100%



*Figura 8* Prendas que les gustaría adquirir.

Según las respuestas de la pregunta 8 de las encuestas, mayormente un 31.41% le gustaría adquirir blusas, con un 17.54% trajes de baño, con un 13.87% los vestidos, con un 13.35% todas las prendas, con un 11.26% ropa de bebé, con un 6.81% accesorios de cocina, y con un 5.76% faldas. La empresa se va centrar en las 4 primeras prendas con más porcentaje para la producción: vestido, blusas, traje de baño y ropa de bebe.

## 9. ¿En qué ocasiones le gustaría usar prendas artesanales de crochet?

Tabla 9

Ocasiones

Descripción	Frecuencia	%
Reuniones	52	13.6%
Fiesta	51	13.4%
Para la casa	43	11.3%
Paseos	229	59.9%
Otros	7	1.8%
Total	382	100%

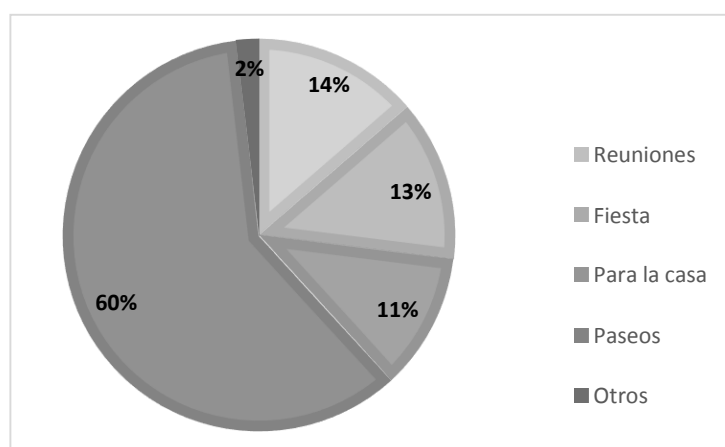


Figura 9 En que ocasiones le gustaría usar las prendas.

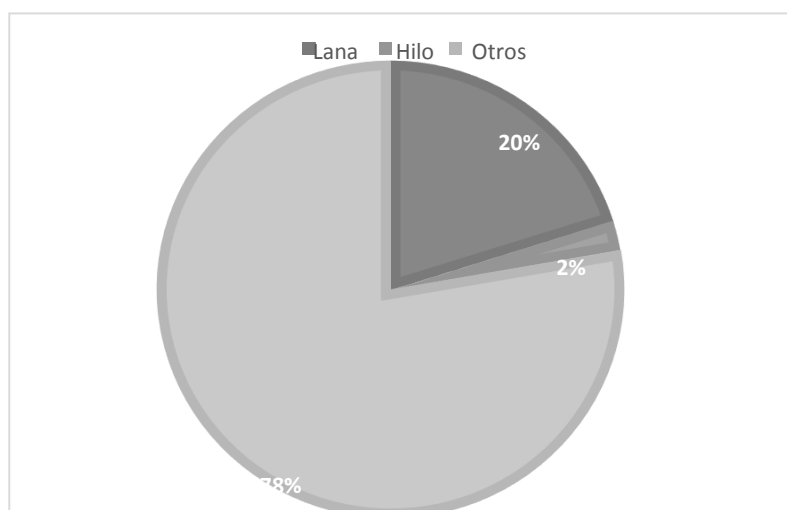
Según los encuestados, las ocasiones donde les gustaría usar prendas artesanales de crochet es en paseos con un 59.9%, con un 13.6%, para reuniones, con un 13.4% para fiestas y 11.3% para la casa. Con un porcentaje de 1.8% en otras ocasiones.

## 10. ¿Qué tipo de material prefiere para su ropa de tejido?

Tabla 10

*Tipos de mariales*

Descripción	Frecuencia	%
Hilo	297	77.7%
Lana	77	20.2%
Otros	8	2.1%
Total	382	100%



*Figura 10* Tipos de mariales

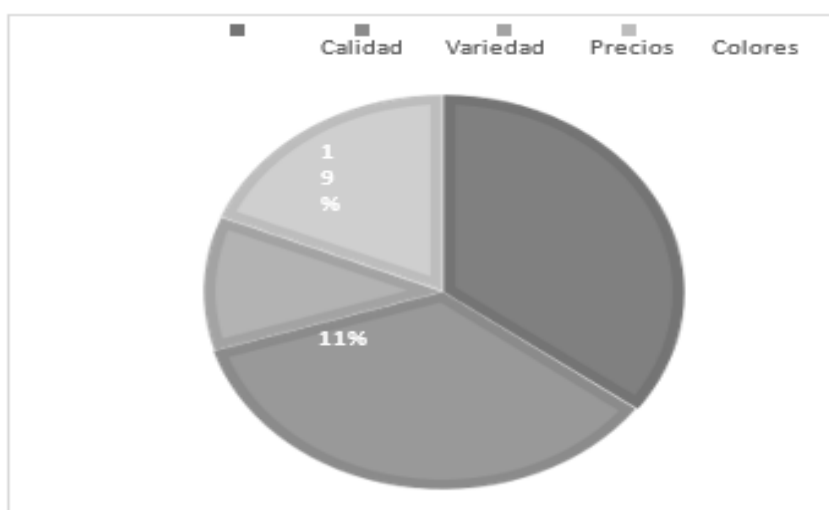
Entre la preferencia de material de tejido, las encuestadas respondieron un 77.7% en hilo debido al clima caluroso que se tiene en la región costa, por lo tanto, la mayoría de personas prefieren prendas tejidas en hilo. Con un 20.2% en lana, y como porcentaje menor 2.1% escogieron otros materiales.

## 11. ¿Qué factores son importantes al momento de elegir su ropa de tejido?

Tabla 11

*Factores*

Descripción	Frecuencia	%
Calidad	134	35,08%
Variedad	134	35,08%
Precios	72	18,85%
Colores	42	10,99%
Total	382	100%



*Figura 11* Factores

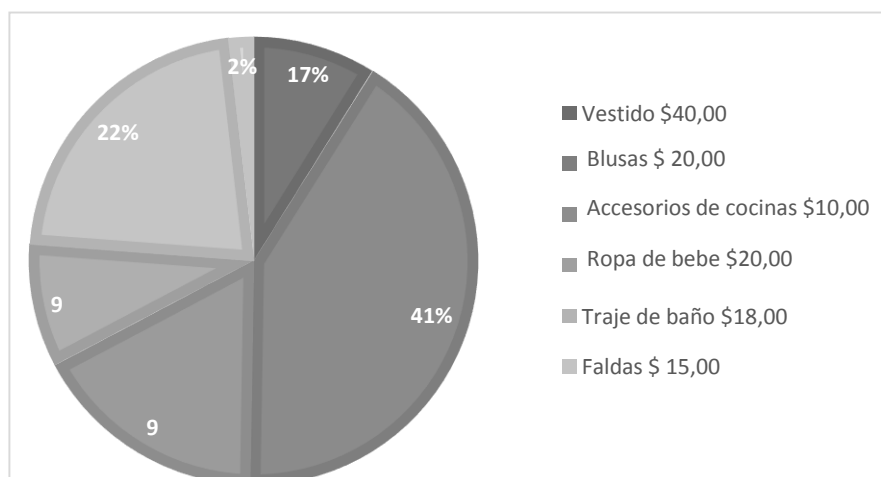
Para las encuestadas los factores más importantes para elegir la ropa de tejido son un 59.7% calidad, con un 29% variedad, con un 32.5% precios y 18.8% colores, con estos datos reflejados se enmarcan los gustos preferentes de las clientes.

## 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su ropa de tejidos a crochet?

Tabla 12

### *Precio de las prendas*

Descripción	Precios	Frecuencia	%
Blusas	\$20,00	158	41,4%
Traje de baño	\$18,00	84	22%
Accesorio de cocina	\$ 10,00	65	17%
Ropa de bebe	\$20,00	34	8,9%
Vestido	\$40,00	34	8,9%
Faldas	\$15,00	7	1,8%
Total		382	100%



*Figura 12* Precio de las prendas

Entre los precios escogidos de las prendas por las mujeres encuestadas se tienen los siguientes: Con un 41,4% blusas en \$20,00, con un 22% los trajes de baño en \$18,00 con un 17% los accesorios de cocina en \$10,00 seguido con un 8,9% ropa de bebé en \$20,00 con un 8,9% vestidos en \$40 y con el 1,8% las faldas en \$15.

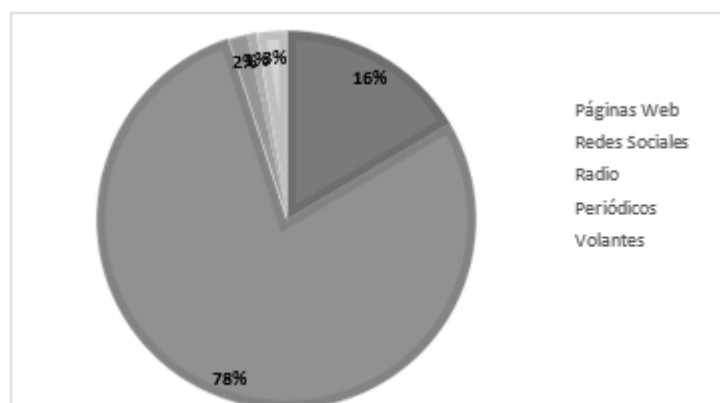


**13. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones de una empresa que se dedique a elaborar prendas tejidas a crochet?**

Tabla 13

*Promociones*

Descripción	Frecuencia	%
Redes sociales	300	78.5%
Página web	63	16.5%
Volantes	10	2.6%
Radio	6	1.6%
Periódico	3	0.8%
Total	382	100%



*Figura 13* Promociones.

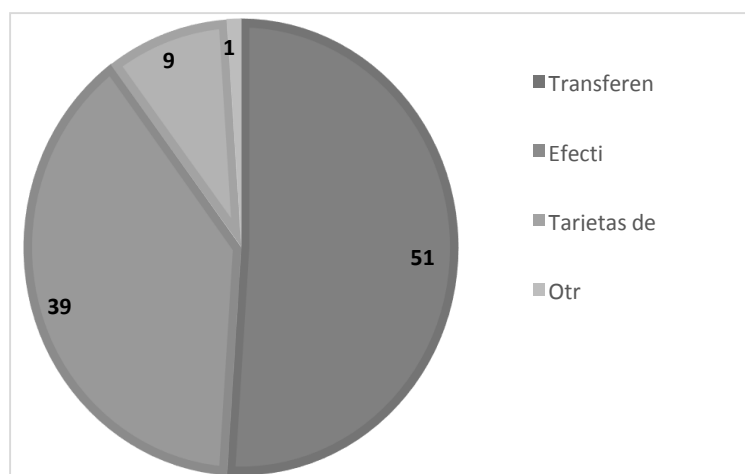
La encuesta refleja que los medios para promocionar el producto para llegar más rápido y eficazmente al cliente son con 78.5% en las redes sociales, con un 16.5% en páginas web, y con un 2.6% en volantes. Dando por hecho la elección de redes sociales como medio principal.

#### 14. ¿Cómo le gustaría realizar el pago de las prendas tejidas a crochet?

Tabla 14

*Formas de pagos.*

Descripción	Frecuencia	%
Transferencias	195	51%
Efectivo	148	38.7%
Tarjeta de créditos	35	9.2%
Otros	4	1%
Total	382	100%



*Figura 14* Formas pagos

En el siguiente análisis de acuerdo a la figura 15 se determina que las personas realizan su pago a través de transferencia con el 51%, con un 39%, en efectivo y 9%, con tarjeta de crédito y solo un 1%, por otro medio.

Claramente la mayoría de la población en la Ciudad de Manta prefiere hacer su pago por medio de una transferencia porque les resulta más factible para su comodidad.

### **4.3. Estudio de mercado.**

#### **4.2.1. Micro Ambiente:**

La elaboración de prendas tejidas a crochet parra mujeres en Ecuador se dio a conocer al inicio del siglo XX. Los tejidos que se obtenían de la lana de ovejas, ingresan al mercado en el año 1950, a partir de ahí se pueden evidenciar los fuertes cambios que ha sufrido el país, y se ha visto obligado a buscar nuevas alternativas para que se mejore la calidad de los productos textiles, y se pueda alcanzar nuevos niveles de eficiencia las cuales se encaminarán a mejorar la calidad que el proyecto ofrece, así como llegar a tener eficiencia en todos los procesos que conlleva la elaboración del producto propuesto. (Potter, 2018)

#### **Análisis del consumidor:**

El proyecto va dirigido a mujeres de la población económicamente activa entre las edades de 15 y 64 años, de la zona rural y urbana de la ciudad de Manta. Se determinó a estas personas por qué va dedicada a las mujeres que les gusta llevar diferentes prendas de vestir como por ejemplo la ropa de tejido a crochet agradablemente hecho a mano.

#### **Proveedores:**

Los proveedores de la materia prima principalmente son nacionales hasta que la demanda incremente y poder importar la materia prima a un precio accesible.

Tabla 15

*Principales proveedores de la materia prima*

<b>Logo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Insumos</b>
	Teje y teje	Isla Tortuga E3-53 y Av. Amazonas, una cuadra al sur de la Plaza de Toros, Quito, Ecuador	Nuestras lanas importadas son de la mejor calidad y logran que el producto final de cada proyecto de tejido tenga una notoria diferencia.
	Pasa es calidad (Textiles del Ecuador)	Av. Huayna Cápac 1-97 y Pio Bravo, Cuenca - Ecuador	Distribuidores de insumos de confección como cordones, elásticos, encajes, adornos y cintas.



Din.

Boyacá 1614 y  
Clemente Ballén  
Frente al Grand  
HotelGuayaquil

Diseños e  
insumos para  
confección de  
ropas y láminas  
acrílicas

### Competidores

Dentro de los competidores está la marca En Lanas y Tejidos del Ecuador como competidor directo, que confecciona toda prenda tejida a crochet y dos agujas, muñecos en técnica amigurumi y macramé, además manualidades para el hogar, suvenir y novedosa decoración para temporada navideña.

Entre los competidores indirectos se encuentran las personas que venden por redes sociales como prendas artesanales o los revendedores. (Jara, 2013) .

#### 4.2.2. Macro Ambiente:

##### *Político*

- Sería de gran importancia que el Gobierno nacional incremente acuerdos comerciales con países que demandan producción de textiles, eso generaría un beneficio para marcas textiles que buscan un adecuado posicionamiento en el mercado.
- Se debería fomentar o incentivar líneas crediticias con medidas que ayuden a favorecer al productor nacional, de esta manera apoyando a los emprendimientos como lo son la prenda tejida a crochet que en la actualidad están teniendo una buena acogida de gran parte por los extranjeros (Flores, 2020)

### *Económico*

- El PIB de este sector manufacturero disminuyó en 9,8% en el segundo trimestre de 2020 debido a la pandemia mundial. Sin embargo, es importante destacar que las industrias manufactureras que tuvieron un desempeño positivo interanual, que en orden de importancia fueron: Procesamiento y conservación de camarón, elaboración de productos de la molinería, panadería y fideos, Elaboración de otros productos alimenticios e Industrias manufactureras. Los nuevos emprendimientos se ven afectados, sin embargo, se podría ofertar una nueva estrategia de venta en donde se ponga una tienda virtual lo que ayudaría a dinamizar el producto (BCE, 2020).

### *Social*

- Las confecciones de prendas de vestir tejidas a crochet son, patrimonio inmaterial de Ecuador, es una tradición centenaria, que sus artesanos indígenas buscan preservar a través de técnicas ancestrales y modernas estrategias de comercialización, ya que la idea es llegar al mercado extranjero con nuestra original propuesta, mostrando la diversidad de colores y proponiendo lucir diferente con la esencia del folclore ecuatoriano. Las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter son la vitrina que se emplea en la actualidad para comercializar cada uno de los productos de la marca (Universo, 2016)

### *Tecnológico*

- Se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas; cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios. Son elementos de cambio que pueden suponer tanto el éxito

como el fracaso de una empresa y dan lugar a nuevos productos y oportunidades de mercado (Melgar, 2011).

### **4.2.3. La oferta**

La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta. Estos bien o servicio pueden ser motos, bisutería, dulces o cualquier otra cosa que se nos ocurra” (Navarro, 2008).

Más concretamente, es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. La oferta se refiere a las cantidades de un producto de la cual están dispuestos a producir a los posibles precios en el mercado, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio da a entender que, si el precio baja, la oferta baja y si el precio aumenta la oferta aumenta. (Thompson, 2006)

En el Ecuador la industria artesana representa la cultura y cimientos de la historia. Un 60% de la población dedicada a este trabajo se encuentra en el grupo comprendido entre los 15 y 60 años. Técnicamente es de suma importancia para la creación indumentaria y el movimiento cultural, en la que ha ganado un lugar destacado en la historia de la creación e inventiva humana. (Paludan, 1997)

Ecuador produce una gran variedad de artesanías, las cuales han llegado a ser unas de las más admiradas de Sudamérica, debido a la creatividad indígena que los artesanos en sus manualidades, ellos tratan de reflejar la herencia de su riqueza cultural y multiétnica. Sus productos son únicos en su tipo debido al manejo de técnicas ancestrales que se han transmitido de generación en generación. De esta

manera la actividad económica por concepto de artesanía representa un 25,98% del total de ingresos productivos de la economía del país”. (ProEcuador, 2014)

#### **4.2.4. Demanda**

La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir (Ucha, 2020)

El significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.

Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna, son considerados como ‘demandantes’. (Westreicher, 2019)

En un acto de demanda existen varios factores que pueden incidir en ella sobre cuáles serán los componentes que incidirán en las bases de este razonamiento y de esta manera se construye una función de demanda. El producto está dirigido a toda la población de Manta, principalmente mujeres.

- Rango de edad entre los 15 a 64 años.
- Pertenecientes tanto del área rural y urbana de la ciudad de Manta.
- Mujeres activas que visten a la moda

#### **Estimación de la demanda actual.**

La demanda actual estimada con base a la pregunta 3 de la encuesta, donde el 6% de las personas encuestadas en la Ciudad de Manta demandan de 0,1% de



crecimiento de América latina y el Caribe, este producto como lo es las prendas de ropa tejidas a crochet, la demanda actual será de:

- Demanda Actual:  $86,446 * 6\%$
- Demanda Actual: 5,187

Tabla 16

*Demanda total de habitantes*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
<b>0</b>	<b>5,187</b>
<b>1</b>	<b>5,192</b>
<b>2</b>	<b>5,197</b>
<b>3</b>	<b>5,202</b>
<b>4</b>	<b>5,207</b>
<b>5</b>	<b>5,212</b>

#### **4.2.4.1.Demanda insatisfecha**

Se la conoce como aquella que no ha cumplido en el mercado, cuando en realidad no cubre las necesidades de la demanda, con los productos existentes en el mercado.

Para calcular la demanda insatisfecha se aplicará el método cuantitativo, que ayudará a determinar el segmento de mercado para que la empresa A crochet de la Ciudad de Manta pueda ingresar. Se debe considerar la pregunta 4 de la encuesta. ¿Cómo estima la oferta de mercado de prendas tejidas a crochet? Se obtiene un porcentaje 38,5% que estima las pocas opciones que existen en el mercado.

Tabla 17

*Demanda insatisfecha*

Demanda insatisfecha = actual*factor	Demanda
Demanda insatisfecha =	5,187*38,5%
Demanda insatisfecha =	1997 habitantes

De esta forma se obtiene una demanda insatisfecha de 1,997 habitantes, para mostrar un nicho de mercado relevante, que comprenderá cómo llegar a la empresa, utilizando en si varias estrategias de mercadeo como se observa en la pregunta 5 de la encuesta.

**¿Considera usted que existe alta competencia de prendas tejidas a crochet en la ciudad de Manta?**

Como vemos se adquiere una respuesta del 98.5% que indico que no consideran una competencia alta en la producción y comercialización de la empresa “Crochet” en la ciudad de Manta, en la cual se adquiere lo siguiente:

Tabla 18

*Nicho de mercado*

Nicho de mercado =	Demanda insatisfecha*factor
Nicho de mercado =	1,997*98.5%
Nicho de mercado =	1,967 habitantes

De esta forma se obtiene una demanda insatisfecha de 1,997 habitantes, para mostrar un nicho de mercado relevante, que comprenderá cómo llegar a la empresa, utilizando en si varias estrategias de mercadeo como se observa en la pregunta 5 de la encuesta.

**¿Considera usted que existe alta competencia de prendas tejidas a crochet en la ciudad de Manta?**

Se obtiene como respuesta en el nicho de mercado que se deberá atender a 1,967 habitantes considerando una tasa de crecimiento de 0,1% anual del PIB, obteniendo la siguiente estimación de demanda.

Tabla 19

*Estimación de la demanda anterior*

Año	N° de habitantes
0	1,967
1	1,969
2	1,971
3	1,973
4	1,975
5	1,977

#### **4.2.5. Producto.**

A crochet es una empresa que elabora ropa tejida, diseñada a la tendencia del mercado, de acuerdo a los gustos y deseos de las clientas ya que es un producto elaborado a mano que resalta la creatividad, con el fin de satisfacer las necesidades de las mujeres, son prendas muy cómodas para poder lucir en cualquier tipo de evento. Se elaboran en talla variadas: (S), (M), (L), (XL), (XXL), y en con todo tipo de colores.

***Empaquetado:*** crochet elabora fundas de papel ecológica con agarradera de cordón, papel corrugado, cinta, cabuya o sin agarradera, cuidando al medio ambiente, además la funda llevará la marca del producto.



*Figura 15* Empaquetado

**Etiqueta:** Se ha elegido un modelo de etiquetas sencilla para las prendas de ropa, pero presentado un logo a su reverso la talla y con un pequeño de talle, números telefónico para atraer al cliente.



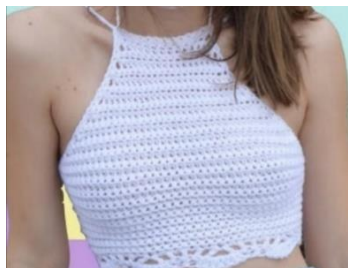
*Figura 16* Etiqueta

Tabla 20

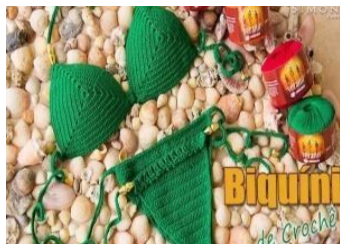
*Tipo de productos:*



**Vestido**



**Blusa**



**Traje de baño**



**Ropa de bebe**



**Accesorio de cocina**

---

**Logotipo:** Está elaborado a un conjunto de características que sustituyen específicamente al tejido de gancho que es una técnica para tejer labores con hilo o lana que utiliza una aguja corta y a su vez viene del alemán *croc* que significa gancho es utilizada hace muchos años en la fabricación de encajes en que las mujeres vestían radiante como ahora en la actualidad prendas tejido a crochet, el color del logo es rosado que representa lo femenino y la creatividad.



*Figura 17* Logotipo

**Slogan:** Un slogan publicitario es la clave más importante con el que una empresa pueda atraer a sus clientes ya sea constantemente o para obtener nuevos clientes. Actualmente en el mundo de la moda el slogan de la empresa es constituida legalmente con la creatividad y el estilo que define la marca.

*“A crochet hecho con amor”*

#### 4.2.6. Precio

Para determinar el precio de los productos deberán tomar en cuenta según los costos, producción, mano de obra, insumos de empaquetados, etiquetas hasta los costos de envío, pero a un precio accesible al cliente con el fin de cumplir con todas las perspectivas.






Tabla 21

*Precio de la competencia.*

<b>Empresa</b>	<b>ropa</b>	<b>Precio de ropa + envió</b>
Artesanías Tejidas Jodasmi	Vestidos	$45 + 3 = 48$
Tejidos y Creaciones Mariu	Blusas	$23+3 = 26$
Alexa tejidos	Traje de baño	$25+3= 28$
Diseños Teje y Teje	Ropa de bebe	$25+3= 28$

Tabla 22

## Precios

Foto	Precios	Precio con envío
	\$40,00	\$43,00
	\$18,00	\$21,00
	\$18,00	\$21,00
	\$20,00	\$23,00
	\$10,00	\$13,00

#### 4.2.7. Plaza

El proyecto será utilizado de manera directa con entregas a domicilio en la Ciudad de Manta y envíos a nivel nacional a través de diferentes empresas transportadoras. Crochet busca ofrecer productos que cumplan con todas las normas respectivas.

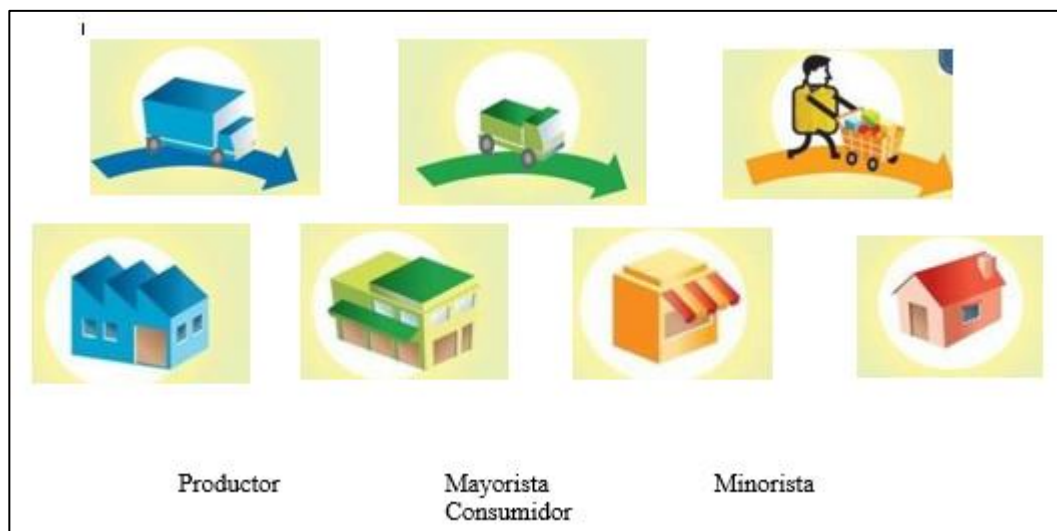


Figura 18 Planta

#### 4.2.8. Promoción

La publicidad se realizará en:

**Redes Sociales:** En la actualidad se puede contar con un medio muy utilizado por los jóvenes, como Facebook, Instagram y amistades de la cual estarán presentes en los medios de promoción de la marca. Se contará con una cuenta de Facebook e Instagram donde el público no solo podrá ver lo que ofrece la empresa, sino que también habrá descuentos por compras, productos del mes y también a quienes siguen la página.

**Páginas Web:** Se creará un sitio web en donde brindará toda la información sobre Crochet. Por medio de la página web se dará a conocer todo lo que conllevan los productos, características, sugerencias para verse radiante.

**Descuentos en Precios:** La reducción de los precios marcados por la etiqueta de cada producto pueden ser de forma directa o por promociones 2\*1, cada una de estas



promociones que se realizarán estarán sumamente ligados con un porcentaje de cada descuento que siempre es importante tener en cuenta y saber calcularlo. Mediante publicaciones variadas, que se pagarán dependiendo de las épocas del año puede ser de \$2.50 diarios durante 4 días hasta \$ 11.00 durante 1 mes, proyectado el grupo objetivo que son mujeres desde los 15 hasta 64 años de la ciudad de Manta.

La empresa con la que se contratará tiene un costo de \$75 mensual y \$900 de manera anual pero esta compañía se va a encargar de gestionar los posts de la empresa, historias, hacer diseños de contenidos y a la vez tener contacto con los clientes, para que la página llegue al nicho de mercado de la empresa.

### **4.3. Estudio Técnico**

#### **4.3.1. Dimensión y características del mercado**

El estudio técnico permite proponer y analizar diferentes opciones que requieren para determinar la producción de capital, mano de obra obteniendo una satisfacción en las necesidades de los consumidores. (Instituto Colombiano de Petróleos, 1943).

Este estudio cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos que se van a requerir para su implementación ahorrando tiempo y dinero.

#### **4.3.2. Tamaño del proyecto**

La empresa debe estar en la capacidad de producir 484 prendas tejidas a crochet mensuales, dividiéndolas en prendas semanales según el diseño o modelos que los clientes demanden. En la tabla se puede observar las prendas que le gustaría adquirir de acuerdo a los ítems.

Tabla 23

*Proyección para demanda consumida en el mes*

Adquisición de prenda			Frecuencia de compra		
Descripción	Frecuencia	%	Descripción	Frecuencia	%
Si	376	98,4%	Una vez a la semana	34	8,9%
No	6	1,6%	Una vez al mes	60	15,71%
Total	382	100%	Cada 3 meses	80	20,9%
			Una vez al año	189	49,5%
			Otras	19	5%
			Total	382	100%

Resultado: Demanda insatisfecha 1,997 \* 24,61% (Personas que adquieren el producto una vez a la semana y una vez al mes) \* 98,4% (Personas que si adquieren las prendas de crochet) = 484 unidades mensuales 121 prendas semanales.

Tabla 24

*Prendas a realizar semanales*

Unidades Consumidas por mes	Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho	Proyección mensual de unidades consumidas
491	98,4%	484

<b>Unidades Consumidas por semana</b>	<b>Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho</b>	<b>Proyección semanal de unidades consumidas Blusas</b>
121	35.23%	43

<b>Unidades Consumidas por semana</b>	<b>Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho</b>	<b>Proyección semanal de Unidades consumidas trajes de baño</b>
121	21.36%	26

<b>Unidades Consumidas por semana</b>	<b>Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho</b>	<b>Proyección semanal de unidades consumidas vestidos</b>
121	17,69%	21

<b>Unidades Consumidas por semana</b>	<b>Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho</b>	<b>Proyección semanal de unidades consumidas ropa de bebe</b>
121	15.08%	18

<b>Unidades Consumidas por semana</b>	<b>Cientes Potenciales Mercado Insatisfecho</b>	<b>Proyección semanal de unidades consumidas Accesorios de cocina</b>
121	10.63%	13

#### 4.3.2.1. Distribución del espacio en planta

La empresa tendrá algunas áreas, principalmente el espacio para realizar diseños de la elaboración de las prendas tejidas a crochet, por lo tanto, se requiere un espacio amplio y cómodo para el personal, también contará con estanterías donde se exhibirán los diferentes modelos, bodegas para guardar todos los materiales y el área administrativa que será donde se atiendan a los clientes y diferentes distribuidores.

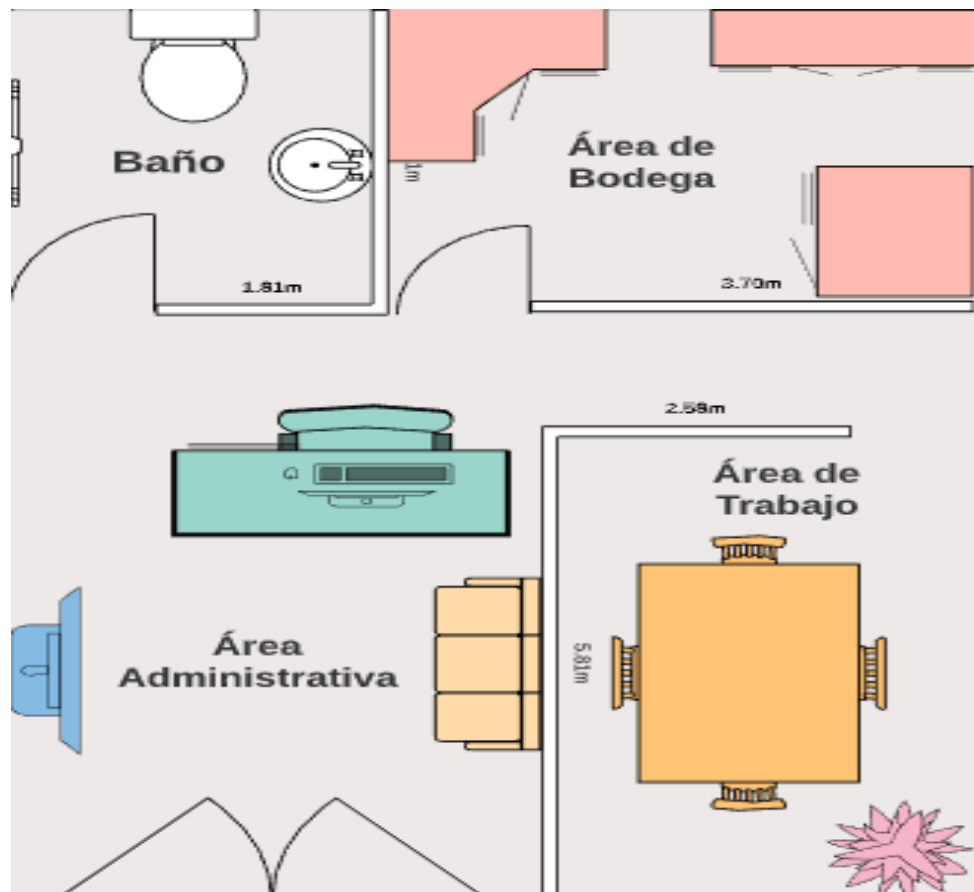
##### **Áreas de Trabajo**

Se plantean 3 áreas de trabajo que estarán distribuidas de la siguiente manera:

**Área Administrativa:** Estarán muebles de oficina, equipos de oficina donde se atenderán a los clientes y a los principales proveedores.

**Área de Trabajo:** En esta área se encontrarán las personas que elaborarán las prendas, aquí se encontrará una mesa con 4 sillas donde pondrán los materiales que se usarán en el día junto a las maquinarias que se utilizarán.

**Área de Bodega:** En esta área se encontrarán todos los suministros necesarios para la elaboración de las prendas tejidas.



*Figura 19* Distribución en planta

### **Localización del proyecto**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y la micro localización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

## **Macro localización**

Se ha determinado que el proyecto esté ubicado en la provincia de Manabí, en la parte interior de las costas ecuatorianas, localizada en el emplazamiento centro-noroeste del Ecuador, especialmente en los montes, así como también en las riberas de los ríos y carreteras. Ofrece 350 kilómetros de playa, bosques húmedos, cabalgatas, deportes náuticos, cultura, deliciosa comida. Limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas, y al oeste con el Océano Pacífico. Su capital es la ciudad de Portoviejo. (Mallinson, 2018)

El Clima oscila entre subtropical seco a tropical húmedo, la estación invernal que se inicia a principios de diciembre y concluye en mayo es calurosa debido a la influencia de la corriente cálida del Niño. El verano que va de junio a diciembre es menos caluroso y está influenciado por la corriente fría de Humboldt.

En el territorio manabita habitan 1'562.079 personas, según la proyección demográfica del INEC para 2020, siendo la tercera provincia más poblada del país después de Guayas y Pichincha. La Provincia de Manabí está constituida por 22 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. (Sacco, 2018). Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la industria y la pesca ya que se encuentra el segundo puerto más importante del país y las mayores fábricas de atún en Manta, el sector agropecuario en la vida rural; y, el turismo, principalmente en sus extensas playas. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

El corazón de la provincia de Manabí es Manta, una de las ciudades más importantes en cuanto a negocios y turismo de la Costa de Ecuador. La historia de

Manta como centro comercial comienza mucho antes de la Conquista inca, cuando fungía como sitio de intercambio para los grupos indígenas manteño e incas.

Actualmente es el segundo puerto de Ecuador, sólo antecedido por Guayaquil. Manta ofrece algunas playas, así como hoteles y otros sitios de interés. Hasta hace pocos años albergó una base militar norteamericana que el Gobierno de Rafael Correa decidió sacar del país al no renovar más el contrato que justificaba su permanencia en suelo ecuatoriano.

Es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador de gran importancia para el comercio exterior ecuatoriano, Manta es turísticamente encantadora, por sus magníficas playas, situadas en el corazón de la ciudad. Uno de los lugares turísticos y comerciales que sobresale en el cantón es la playa El Murciélago que favorece la práctica de la pesca deportiva en botes. Manta además cuenta con un museo de exhibición de piezas arqueológicas. (Halberstadt, 2018)



*Figura 20* Mapa de Manta

### **Micro localización**

Este proyecto se ha considerado tomar las 3 principales calles en la ciudad de Manta que se destacan por el comercio y el turismo para mayor interés o aceptación

de este producto, estas posibles localizaciones se encuentran en: Nuevo Tarqui, Playa Murciélagos, Centro de Manta calle 13. Se determinaron las siguientes variables que hicieron escoger estas zonas que son:

**Lugar:** Zonas altamente concurridas al encontrarse en sectores comerciales y turísticos donde se puede llegar fácilmente.

**Vías de acceso:** En buen estado, son zonas comerciales y visitadas en la ciudad por lo cual se prueba que las personas conocerán el producto.

Se puede decir que la posible comercialización del local para comercializar los productos tejidos a crochet, sea alquilado por lo cual se deberá pagar arriendo, servicios básicos, se beneficia de estar en una zona comercial de la ciudad como lo es el Nuevo Tarqui. A continuación, se detalla información del posible lugar a establecerse:

- Ubicación: Manta
- Parroquia: Tarqui
- Dirección: Nuevo Tarqui (parque comercial Nuevo Tarqui).
- Entorno: Turístico, comercial no hay locales que ofrezcan productos similares o sustitutos.
- Transporte: Circulación constante buses urbanos y taxis.



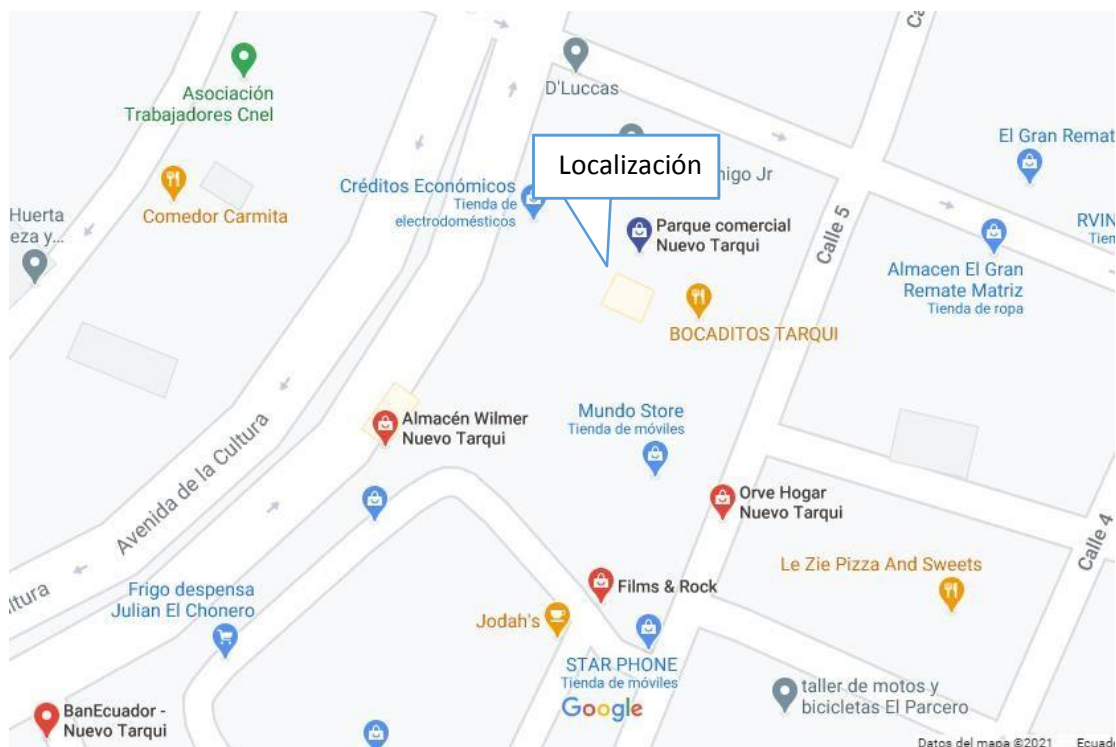


Figura 21 Croquis Micro localización

### Método Brown – Gibson Factores Objetivo

En los factores objetivo se define los costó de mano de obra, servicios básicos, transporte y arriendo entre otros consumos, en los tres diferentes sectores que se escogieron son Nuevo Tarqui, Playa Murciélago, Centro de Manta calle 13 que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 25

#### Factores Objetivos

	<b>Recíporoco (1-Ci)</b>	<b>Total del reciproco</b>	<b>FO</b>
<b>FOA=</b>	0,00149254	0,00471918	0,31627027
<b>FOB=</b>	0,0015873	0,00471918	0,33635092
<b>FOC=</b>	0,0015873	0,00471918	0,33635092
			1

Tabla 26

*Cálculo del valor relativo de los factores objetivos FOi*

Localización	Costo de mano de obra / mes	transporte / mes	Costos serv. básicos	Otros	Total (Ci)	Recíproco (1/Ci)	FOi
A - Nuevo Tarqui	\$450.00	\$30.00	\$80.00	\$50.00	\$610.00	0.00163934	0.3735164
B -Playa Murciélago	\$450.00	\$40.00	\$120.00	\$60.00	\$670.00	0.00149254	0.32207805
C - Calle 13	\$450.00	50.00	\$95.00	\$35.00	\$630.00	0.0015873 0.00471918	0.30440554 1

La fórmula utilizada para realizar este cálculo fue la siguiente:

$$FO_i = \frac{1/C_i}{\sum_{i=1}^n 1/C_i}$$

### Factores Subjetivos

Tabla 27

*Cálculo de la calificación Wj*

Factor (j)	Comparaciones Pareada			Suma Preferencia	Índice Wj
	1	2	3		
Clima	1	0	0	1	0,33
Seguridad	0	0	1	1	0,33
Educación		1	0	1	0,33
				3	1

Tabla

28

*Cálculo del índice Rij "Clima"*

Comparaciones Pareadas Clima				Suma Preferencia	Índice Rij
Localización	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		
A - Nuevo Tarqui	1	1	X	2	0,4
B -- Playa Murciélago	1	X	1	2	0,4
C - Calle 13	X	1	0	1	0,2
				<b>5</b>	<b>1</b>

Tabla 29

*Cálculo del índice Rij "Seguridad"*

Comparaciones Pareadas Seguridad				Suma Preferencia	Índice Rij
Localización	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		
A - Nuevo Tarqui	1	1	X	2	0,5
B - Playa Murciélago	1	X	0	1	0,25
C - Calle 13	X	1	0	1	0,25
				<b>4</b>	<b>1</b>

Tabla 30

*Cálculo del índice Rij "Educación"*

Comparaciones Pareadas Educación				Suma Preferencia	Índice Rij
Localización	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		
A - Nuevo Tarqui	1	1	X	2	0,50
B - Playa Murciélago	1	X	0	1	0,25
C - Calle 13	X	1	0	1	0,25

Se utilizó la siguiente fórmula para realizar el cálculo del valor subjetivo de cada localización como se puede apreciar a continuación:

$$FS_i = \sum_{j=1}^n R_{ij} W_j$$

Tabla 31

*Cálculo de valor subjetivo*

Localizaciones	Puntaje relativo			Índice FS
	1	2	3	
<b>FS<sub>A</sub>=</b>	<b>0,200000</b>	0,125	0,125	0,450000
<b>FS<sub>B</sub>=</b>	<b>0,100000</b>	0,0625	0,0625	0,225000
<b>FS<sub>C</sub>=</b>	<b>0,050000</b>	0,0625	0,0625	0,175000

Calculo de la mejor posible para la localización de proyecto:

Para el cálculo final se asigna un porcentaje a “K” y a “(1-K)” en tanto se desee proporcionar el peso de los factores objetivos y subjetivos correspondientemente, se define K en 0,75 y 1-K en 0,25, se procede al cálculo mediante la siguiente fórmula:

$$MPL_i = K(FO_i) + (1 - K)(FS_i)$$

Tabla 32

*Cálculo para mejor posible localización*

	Índice de MPL
$MPL_A=$	0,3497027
$MPL_B=$	0,30851319
$MPL_C=$	0,29601319

Según el cálculo la mejor posible localización resulta la Nuevo Tarqui ya que es una zona más segura con mayor movimiento comercial y turístico lo que nos indica que es una buena opción para colocar la empresa de prendas hechas a crochet.

#### **4.3.3. Tecnología de proceso productivo**

Para realizar el proceso productivo de la empresa es importante contar con máquinas tecnológicas de tejer, que ayudará para elaboración de las prendas tejidas a crochet, obtener una calidad que sea diferentes a las competencias. Los equipos que serán utilizados son:

- Kniterate: maquina digital para tejer
- Rius-Comatex - Tricotosas rectilíneas: para la producción de hilos de fantasía
- Rius Elektra: para cintería elástica y rígida (electrónica)
- Máquina de tricotado de ganchillo
- Máquina Industrial recta.

#### **4.3.4. Ingeniería del proceso productivo**

Dentro de una compañía el buen funcionamiento del sistema de producción de la misma es fundamental para que los objetivos de la empresa se cumplan. Es aquí donde cobra especial protagonismo la ingeniería de procesos. El uso de los recursos y de las técnicas de producción no se llevan a cabo por sí solos, sino que se necesita un diseño previo para que se pueda poner en marcha de una forma adecuada. Es entonces cuando el ingeniero de procesos lleva a cabo su función, optimizando así todos los sistemas que se implantan dentro de una compañía para que la parte de producción cumpla con los objetivos previstos. (Universidad Internacional de Valencia, 2018)

En el desarrollo de este proyecto se procura establecer pasos, guías y uso de la mejor tecnología para asegurar un perfecto confeccionamiento de las prendas que asegure su buena calidad, siendo una característica con la que se pretende atraer la atención de los clientes en la ciudad de Manta.

La ingeniería del proceso indica los procesos por los cuales pasará el producto, cuáles serán las maquinarias y equipos a utilizar, gestionando todos los procesos de manera eficaz y eficiente hasta obtener el producto final.

##### **Flujograma del proceso**

El proceso comienza por la selección de los hilos, el siguiente paso es colocar los hilos escogidos y enhebrando las máquinas seleccionando las agujas que se van a utilizar, se programa las máquinas ya que son digitales en las puntadas que se van a necesitar y se pone en funcionamiento una vez que la máquina pare se retira la prenda se revisa que no tenga fallas y se pone la etiqueta.

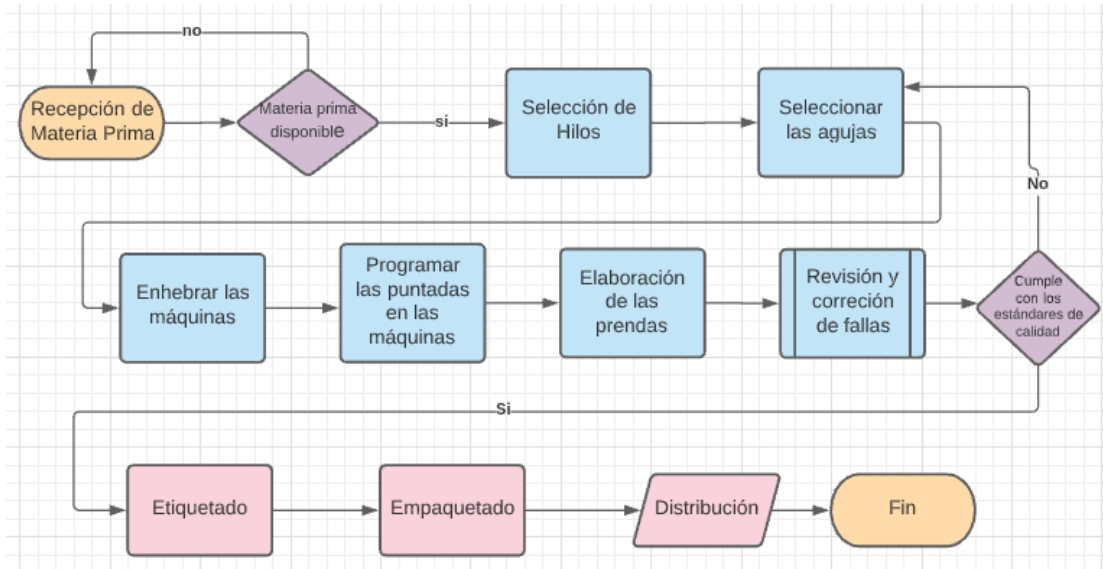


Figura 22 Flujograma de Procesos

## Maquinarias y Equipos

Tabla 33

### Características de maquinaria y equipos

Nombre	Características	Costos
<b>Máquina industrial Rius-Comatex</b> 	Sistema electrónico que permite el control de las barras de dibujo. Introducción de las diferentes secuencias en memoria, transmitiéndose las mismas a las barras de dibujo, y de una máquina a otra	\$8,800

---

**Máquina industrial Rius Elektra**

Máquina de crochet electrónica de alto rendimiento y de empleo versátil especializada para la producción de cintas y encajes elásticos y rígidos.

\$9,000

**Máquina de tricotado de ganchillo**

Máquina para hacer punto del ganchillo usando agujas compuestas, para la producción de alta velocidad de una amplia gama de materias textiles técnicas, cintas y cordones, con la puntada bloqueada, elástico y no-elástico.

\$11,000

**Máquina industrial atracadora**

Kniterate es la nueva máquina de tejer digital que convierte automáticamente los diseños digitales en prendas de punto

\$4,500

**Máquina industrial recta**

Fácil de operar. Ideal para licra y algodón.

\$380

---



---

**Aire acondicionado**

Son equipos que climatizan hasta 60 metros cuadrados por lo tanto su uso se concentra en Casas, Oficinas, comercios, etc.

\$400,  
00

**Computadora de escritorio**

Son utilizadas en trabajos diferentes, incluyendo obtener información de Internet, el control de procesos de fabricación, el diseño gráfico, arquitectura, etc

\$500

**Televisor**

Televisor que será utilizado para las transmitir propaganda de la marca.





\$300

---

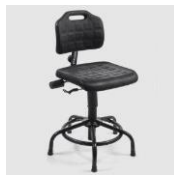
## Muebles de oficina

Tabla 34

### Características muebles de oficina

Nombre	Características	Costos
<p><b>Silla y Escritorio</b> <b>Área administrativa</b></p> 	<p>Designado para el área para recibir clientes y proveedores. Incluye escritorio y silla</p>	\$250,00
<p><b>Mueble para material de costura</b></p> 	<p>Estantería para almacenar el material de costura</p>	\$300
<p><b>Muebles para espera de los clientes o proveedores</b></p> 	<p>Silla tiple para designado para que los clientes o proveedores puedan reposar mientras son atendidos</p>	\$120,00
<p><b>Maniquí para ropa.</b></p> 	<p>Maniquí de ropa que será utilizado para exhibición de prendas.</p>	\$70,00

---

**Sillas ergonómicas  
paracostureras**


Sillas ergonómicas que brindarán confort a las operarias.

\$50,00

---

**Mano de obra**

Tabla 35

*Sueldos de mano de obra.*

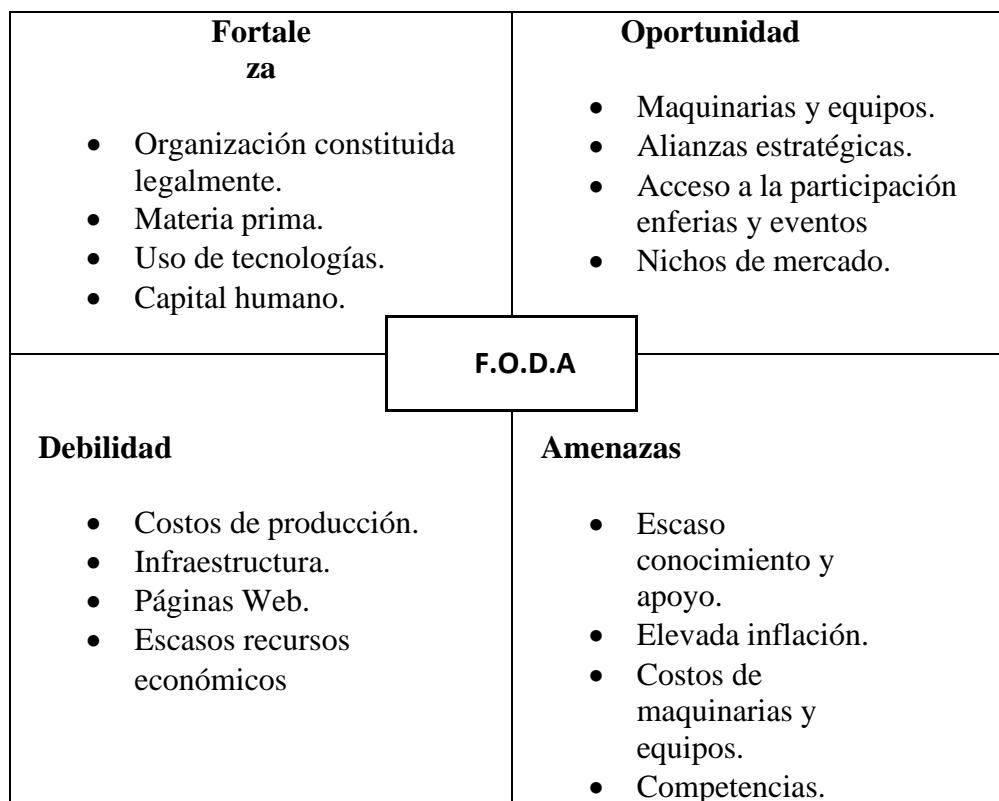
Cargo	Cant	Sueldo	13ro	14to	Aporte patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
Gerente	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 698.25	\$ 698.25
Secretaria contadora	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Operario 1	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Operario 2	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Gasto sueldos y salarios	4		\$ 141.67	\$ 133.33	\$ 206.55	\$ 141.67	\$ 70.83	\$ 2,394.05	\$ 2,394.05

---

#### 4.4. Estudio Administrativo

##### 4.4.1. Formulación Estratégica

#### Matriz FODA



*Figura 23 Matriz FODA*

#### **Fortalezas:**

- Organización constituida legalmente: La empresa se encuentra constituida de acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de compañías.
- Materia prima: Se adquieren materias primas con facilidad en los productos y variedad en colores principalmente en los locales de Manta.
- Uso de tecnologías: Uso del internet que permite generar clientes nuevos llevandouna relación recíproca con los mismos.

- Capital humano: Alto conocimiento y experiencia en la producción de las prendas.

**Oportunidades:**

- Maquinarias y equipos: Facilidad en la adquisición de maquinarias y equipos como son para el área de producción y desgravación arancelarias.
- Alianzas estratégicas: Realizar publicidad de los productos con influencia mediante las plataformas de las redes sociales para que puedan visualizar muchas personas y puedan solicitarlos.
- Acceso en la participación en ferias y eventos: Acceder a dichas ferias para presentar nuestros productos de calidad.
- Nichos de mercado: Dirigido a mujeres que tengan gustos particulares en todas las prendas.

**Debilidades:**

- Costos de producción: Al principio como es una empresa que recién está empezando por ello a los empleados se le pagara por pedido o no se contratara tiempo completo.
- Infraestructura: Actualmente la empresa no cuenta con una infraestructura propia.
- Páginas Web: Desconocimiento en las redes sociales conlleva a obtener informaciones equivocadas.

- Escasos recursos económicos: Historiales crediticios ninguno de los socios será más complejo adquirir financiamiento o un préstamo para invertir en el negocio.

**Amenazas:**

- Escaso conocimiento y apoyo: A nivel nacional no hay cursos profesionales de tejidos avanzados.
- Elevada inflación: La economía del país empeora, las personas solo van a comprar productos de primera necesidad.
- Costos de maquinarias y equipos: En caso de que la economía decaiga los proveedores subirán el precio de la materia prima como el hilo implicaría un mayor valor del producto a ofrecer.
- Competencias: Competencias por otras empresas que realizan las mismas actividades.

**4.4.2. Misión y Visión de la empresa****Misión**

Somos una empresa dedicada a elaborar prendas tejidas a crochet en la ciudad de Manta con productos de calidad, satisfaciendo los requerimientos de nuestros clientes con un servicio de excelencia, siendo un modelo de bienestar para las personas.

**Visión**

Nuestra visión es ser líderes en distribución de prendas tejidas a crochet a nivel de la provincia de Manabí por su calidad, precio y diferentes modelos.

## Objetivo estratégico

Tabla 36

### Objetivo Estratégicos

Perspectiva	Objetivo Estratégicos	Metas
Perspectiva Financiera	Desarrollar el crecimiento de la empresa.	En el año 2024 desarrollar el crecimiento de la empresa en un 30%
Perspectiva De Clientes	Establecer nuevas líneas para el servicio al cliente.	En el año 2024 lograr satisfacer las necesidades de los clientes 90%
Perspectiva de los Procesos	Implementar unas tecnologías para el desarrollo del proceso.	En el año 2024 la empresa desarrolla nuevas estrategias para el proceso productivo en 85%
Perspectiva de Talento Humano	Mejor las áreas de puesto de trabajo.	En el año 2024 la empresa mejorar el ambiente de puesto de trabajos en 50%

### Estrategia Empresarial

La empresa "A Crochet" desarrolla una estrategia de colección completa para el uso más cómodo de las prendas, con las nuevas tecnologías en las máquinas de esta manera se podrá competir dentro de un mercado para ofertar prendas de buena calidad para el bienestar de las clientas.

#### 4.4.3. Organigrama

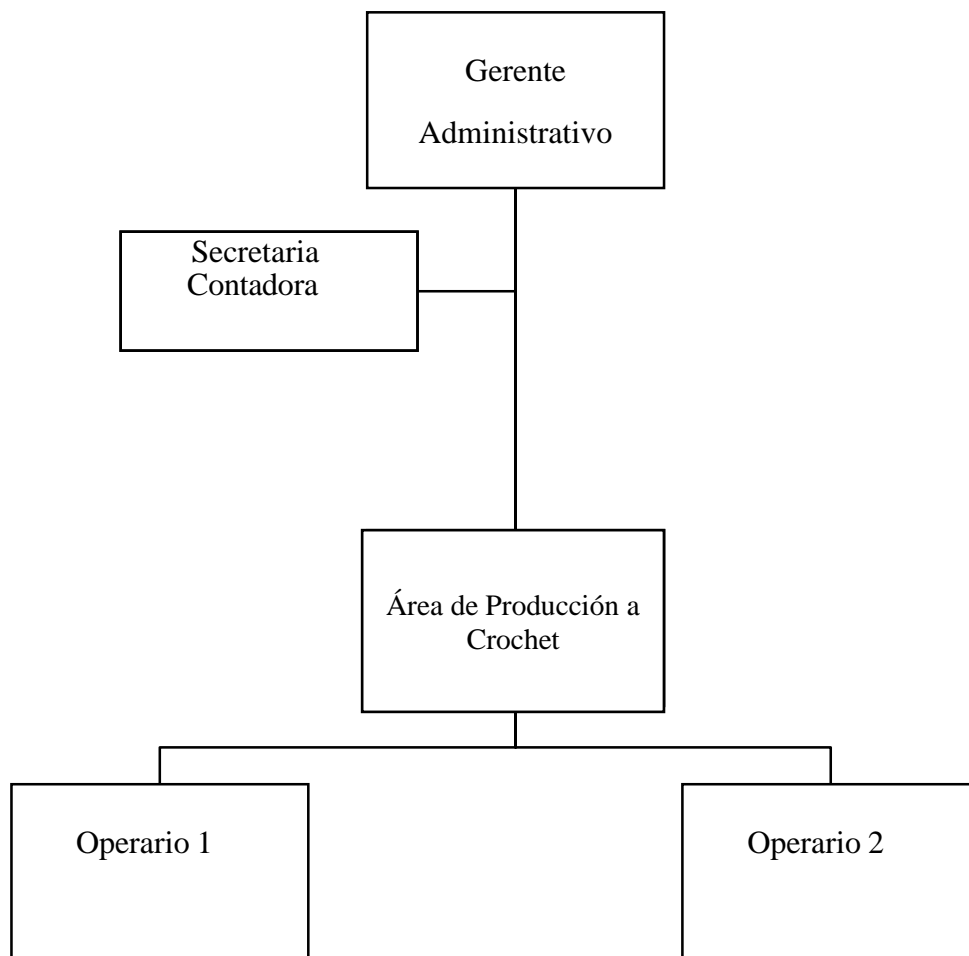


Figura 24 Organigrama de Empresa



#### 4.4.4. Funciones de Talento Humano

Tabla 37

*Manual de funciones del Gerente*

Manual de Funciones	
Nombre del Puesto:	Gerente Administrativo
Objetivo del puesto:	Es el encargado de organizar y controlar el funcionamiento de empresa, supervisar el desempeño de los empleados, establecer objetivo general para las actividades que se realicen de manera eficiente.
Competencia Generales	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realizar cálculos financieros.</li> <li>❖ Trabajar en equipo.</li> <li>❖ Capacidad para innovar.</li> <li>❖ Habilidades en el uso de las tecnologías.</li> </ul>

---

## Funciones del Cargo

- ❖ Gestionar las actividades de la organización.
- ❖ Desarrollar, implementar, coordinar, mejor los procedimientos de la empresa.
- ❖ Monitorear y supervisar el progreso de proyectos, objetivos y costos de acuerdo con los presupuestos y plazos de tiempo establecidos
- ❖ Llevar el control de los presupuestos y colaborar con socios e inversionistas y con los departamentos.
- ❖ Solucionar conflictos en cuanto ocurran para asegurar el buen funcionamiento de la Organización.
- ❖ Dirigir el manejo de empresa.

### Requisitos para el desempeño del cargo

#### Títulos Universitarios

Formación:                    Ing. Administración de  
    Empresa Ing. Gestión  
    Empresarial  
    Carreras afines.

#### Conocimiento Específicos:

Conocimiento en las áreas Administrativa, Gestión Pública.

Requisitos físicos:                    Ninguno

Genero/ Sexo:                    Indistinto

Edad:                    24 a 40 años

Experiencia:                    1 año

---

Tabla 38

*Manual de funciones Secretaria Contadora*


---

Manual de Funciones	
Nombre del Puesto:	secretaria Contadora
Es encargada de desempeñar labores, excelencia de servicio al cliente por medio telefónico y apoyar en la	
Objetivo del puesto:	consecución de los objetivos de la empresa, a través de buena atención a clientes externos e internos y lograr eficiencia en labores administrativas de la empresa.
Competencia Generales	
Capacidad para manejar sistema informativo.	
Ser organizada.	
Trabajar en equipo.	
Habilidades en lengua oral y escrito.	
Actitud positiva.	

---

---

Funciones del Cargo

Realizar registro de pagos de la empresa.

Atención al público.

Actualizar los datos de los clientes.

Enviar reporte a caja chica.

Realizar entregas al área de contabilidad reporte de panillas de cobranza a diario.

Emitir factura a clientes u orden de comprar.

Recepción de llamadas y correos electrónicos.

Hacer declaraciones de empresa.

Subir al sistema reporte del IVA.

Elaborar y verificar relaciones de ingresos y gasto.

Requisitos para el desempeño del cargo

Títulos Universitarios o Bachiller

Secretaria Ejecutiva Contadora, carreras afines .

Conocimiento Archivos de documentos, organizar de actividades, manejos

deEspecíficos: Excel, conocimiento en herramienta (equipos de computadora)

Requisitos físicos: Ninguno

Genero/ Sexo: Femenino

Edad: 18 a 26 años

Experiencia: 6 meses

---

Tabla 39

*Manual de funciones operario*

Manual de Funciones	
Nombre del Puesto1:	Operarios
Objetivo del puesto	Es el encargado directamente en el proceso de producción, manejar el uso de las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de producto, realizar planos, gráficos de diseño y entender los planes de producción, y verificar que el proceso de calidad sea adecuado.
Competencia Generales	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Analista de las fallas.</li> <li>❖ Alto sentido de responsabilidad.</li> <li>❖ Trabajar en equipo.</li> <li>❖ Analítico durante una situación crítica.</li> <li>❖ Habilidades en el uso de las tecnologías.</li> </ul>	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Controlar y revisar el ajuste de las máquinas.</li> <li>❖ Verificar el buen funcionamiento de las máquinas.</li> <li>❖ Limpiezas de las máquinas</li> <li>❖ Controla el stock de las mercaderías.</li> </ul>	

- 
- ❖ Operación de equipos sin poner en riesgo al personal ni a las máquinas.
  - ❖ Control de inventarios.
  - ❖ Apoyo al Supervisor de Turno ante cualquier circunstancia

#### Requisitos para el desempeño del cargo

	Títulos Universitarios o Bachiller
Formación:	Técnico en producción Carreras afines .
Conocimiento	Realizar flujos del proceso, controlar la calidad básica de la
Específicos:	empresa.
Requisitos físicos:	Ninguno
Genero/ Sexo:	Indistinto
Edad:	18 a 35 años
Experiencia:	1 años

---

## **4.5. Estudio Legal**

El estudio legal es la base de representación de la empresa en términos legales. En este estudio se incorporan todos los aspectos organizacionales que se encuentran en el marco legal, que busca determinar la viabilidad de un proyecto de los Planes de Desarrollo, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros. El objetivo es respetar las normatividades del país de origen, su constitución política, sus leyes, sus reglamentos y las costumbres vigentes o existentes. (Universidad de Tarapacá, 2011)

La empresa sin un estudio legal podrá enfrentar varias normas permisivas y prohibición, que no solo afecta al proyecto, sino que también condicionan los flujos y desembolsos que se generen en su implementación.

### **4.5.1. Tipo de empresa**

Toda empresa para constituirse legalmente debe cumplir con obligaciones, requisitos actualizados y realizar trámites al día al momento de iniciar sus actividades, con el fin de afianzar contratos por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio y del Código Civil.

Para constituirse toda empresa debe estar bajo las Leyes de las Compañías, por tanto, la microempresa dedicada a la elaboración de prendas tejidas a crochet para el inicio de sus actividades contara con dos socios, de tal manera que opta de forma jurídica “Sociedad Colectiva” conformada bajo una razón social comprometiéndose a las participaciones que establecen los mismos derechos y obligaciones establecidas dentro de las Leyes de Compañías. (Ley de Compañías, 2020)

Antes lo mencionado debemos tener presente que el proyecto debe considerarse con un estudio legal como la forma de constitución de una empresa.

Tabla 40

*Sociedad Colectiva*

<b>SOCIEDAD COLECTIVA</b>	
<b>Razón Social</b>	La denominación de esta compañía deberá estar indicado de “Sociedad Colectiva” forma un papel relevante por nuestro Derecho de Sociedades. Idealmente no están caracterizadas para su adaptación económica.
<b>Obligaciones accionistas</b>	Respecto en la información de una sociedad anónima se admite la existencia del “Socio Industrial” que aporte trabajo o servicio jurídico. Los accionistas, eligen una junta directiva para administrar los negocios de las compañías.
<b>Forma de Capital</b>	Acciones
<b>Personalidad Jurídica</b>	Para obtener una personalidad jurídica de una sociedad colectiva en calidad de sus socios limitan una Responsabilidad ilimitada.
<b>Capital Social</b>	No se requiere un mínimo de capital social.

*Fuente:* (Escalona, 2018)



## **Permisos de Funcionamiento**

### Superintendencia de Compañías:

Trámite En Línea:

- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Solicitud de aprobación de la constitución de la empresa.
- Minuta de la Superintendencia y 3 copias certificadas de la “Escritura de Constitución” notariadas.
- Copia de nombramiento del representante legal de la organización.
- 3 copias notariadas del depósito bancario y apertura de la cuenta de integración de capital. (Superintendencia de Compañías, 2021)

### Servicio de Rentas Internas:

Contribuyentes catalogados como personas naturales o jurídicas calificadas como artesanos que requieran inscribir su Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el país de forma permanente u ocasional. (SRI, 2020)

Requisitos:

- Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original).
- Certificado de votación o certificado de presentación (original).
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de servicios básicos).
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

### Defensa del Artesano o MIPRO.

Una vez que sea realizado e ingresado el trámite del (RUC) debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- Facturación de comprobantes de venta.
- Realizar las declaraciones de retención.
- Llevar una contabilidad.
- Pagar (IVA de impuesto)

Municipio de Manta:

Obtención de la Patente Municipal dentro de los 30 días subsiguientes al último día del mes en que se inicia las actividades de la empresa y debe ser renovado cada año.

Requisitos:

- Ingresar al portal ciudadano.
- Obtener usuario y contraseña.
- Ingresar a servicios en línea.
- Llenar solicitud de inscripción.
- Inscripción de patente en la página web del Municipio de Manta.
- Presentar copia de RUC.
- Presentar declaración de impuestos a la renta.
- Permiso de cuerpo de bombero vigente.
- Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
- Los artesanos calificados también presentarán: copia de calificación artesanal y copia de la recalificación artesanal (cuando se calificaron como artesanos).

(Alcaldía de Manta, 2021)

## **Obligaciones con organismos de control**

### Registro Mercantil:

- Depósito de las Cuentas Anuales en el Registro Mercantil.
- Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.
- Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad. (Aselec, 2017)

### Cuerpo de Bomberos

- Presentar solicitud del permiso del Municipio.
- Copia de factura a nombre del propietario de compra o recarga de extintores.
- Copia de facturas a nombre del propietario de compra de señaléticas, detectores de humo.
- Inspección de las Instalaciones y se seguridad contra incendios por parte del inspector designada por el cuerpo de bomberos. (Cuerpo de Bomberos de Manta, 2021)

### IESS

En primer lugar, es importante conocer los términos que determinan al trabajador y al empleador, de acuerdo a lo establecido en el Código del Trabajo: (Código de trabajo, 2012)

- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.
- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o

empleador. El empleador público o privado registrará en el IESS la afiliación a sus trabajadores desde el primer día de labor hasta el último día efectivamente trabajado

- Acercarse al IESS para registrar la empresa en historial laboral.
- Copia de RUC.
- Original y copia de cédula y papeleta de votación de representante legal.
- Copia de nombramiento del representante legal.
- Copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia de último pago de servicio básico.

## **Conclusiones y Recomendaciones.**

### **Conclusiones**

- De acuerdo a los estudios realizados sobre la factibilidad para la implementación de una empresa que se dedique a la confección de prendas de vestir tejidas a crochet para las mujeres enfocada al sector urbano y rural la ciudad de Manta, se concluye que la implementación del proyecto es factible al tener una alta acogida de mercado mediante la encuesta realizada.
- Actualmente en el mercado de Manta no se ha ofrecido prendas de vestir tejidas a crochet, lo cual se muestra como una gran oportunidad para vender los productos que se proponen en este proyecto.
- De acuerdo con los métodos y técnicas analizados durante la investigación, se puede determinar la ubicación más favorable de la fábrica y se designan todos los recursos administrativos y legales que permiten que la empresa se organice adecuadamente, los cuales establecen la misión, visión, metas estratégicas y demás requisitos requeridos para el funcionamiento legal de la empresa.
- Dentro del estudio de factibilidad financiera se determinó que el proyecto es económicamente viable, según los resultados de las evaluaciones financieras considerando un VAN positivo de \$ 30,761.96 y una TIR de 20.53%, lo que nos indica que la inversión se recuperara en cinco Años y un mes.

### **Recomendación**

- Entre las recomendaciones principales se pueden citar las propuestas para que sea factible la implantación de la microempresa en la ciudad de Manta de prendas y accesorios tejidos a crochet como son:
  - Capacitación del personal de atención al cliente.

- Contratación de mujeres artesanas debidamente calificados.
  - Cursos de capacitación al personal para el acabado del producto.
  - Materiales e implementos de trabajos favorables para la elaboración del producto.
  - Cursos por práctica profesional para quienes acrediten experiencias en la rama artesanal.
- Revisar anualmente los procedimientos administrativos y las leyes vigentes para asegurar el correcto funcionamiento de la empresa, de esta manera garantizar el crecimiento y solvencia de la empresa.
  - Estudiar constantemente la competencia y ofertar productos innovadores como toallas, medias y otros tipos de prendas que puedan crear fidelización y captar nuevos consumidores.
  - Considerar la expansión a tiendas en varios centros comerciales y fuera de la ciudad, es decir a otras regiones del país.

## **CAPITULO V**

### **5. Propuestas**

#### **5.2. Título de la propuesta**

Estudio de la viabilidad financiera para la implantación de una empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta.

#### **5.2. Autores de la propuesta**

- Ginger Fabiola Macías Mera
- Dalia Evelyn Chávez Casamayor

#### **5.3. Empresa auspiciantes**

Ninguna

#### **5.4. Área que cubre la propuesta**

El destino del proyecto tiene como fin ubicar la planta para poner en marcha la confección de ropa a crochet en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, este proyecto está dirigido a toda la población femenina económicamente activa tanto del área rural como la urbana de la ciudad antes mencionada.

#### **5.5. Fecha de presentación**

Marzo 2021

#### **5.6. Fecha de terminación**

Septiembre 2021

#### **5.7. Duración del proyecto**

El proyecto no tiene fecha límite para su finalización ya que este tipo de proyectos dependen de varias etapas desde que se inicia con el estudio preliminar el cual nos asegura que cumplan con todas las sugerencias para el éxito de la propuesta realizada al mercado que se tiene previsto.

### **5.8. Participación del proyecto**

- Autores del proyecto
- Personal que realice la actividad operativa
- Proveedores de materia prima e insumos
- Población femenina económicamente activa de la zona rural y urbana de la Ciudad de Manta.
- Recursos humanos.

### **5.9. Objetivo general**

Determinar la viabilidad económica del proyecto y su financiación con un estudio financiero para la confección y comercialización de prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta.

### **5.10. Objetivo específico**

- Conocer el nivel de ingresos y gasto en los que incurre el proyecto.
- Aplicar los ratios financieros y de esta manera determinar si es viable o no el proyecto.
- Identificar en cuanto tiempo se recuperará la inversión.

### **5.11. Beneficiarios directos**

Autoras del proyecto

### **5.12. Beneficiarios indirectos**

- Autoras del trabajo de investigación.
- Talento humano contratado.
- Proveedores.



- Población femenina económicamente activa de la zona rural y urbana de la Ciudad de Manta.

### 5.13. Impacto de la propuesta

El presente proyecto pretende dar un impacto positivo a la ciudad de Manta generando ingresos para el cantón, la confección y comercialización de estas prendas crean una fuente de trabajo para las mujeres que laboraran en esta empresa y a su vez a los distribuidores de materia prima. Este tipo de actividad comercial es importante, al ser una ciudad con uno de los puertos más grandes del país asegura la venta de este tipo de prendas a los turistas y personas de la localidad.

### 5.14. Descripción de la propuesta

La finalidad del proyecto es la implantación de una empresa que confecciona y comercialice prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta orientado a las mujeres de la población económicamente activa, tanto del área rural y urbana de la ciudad, la población fue escogida por medio de una proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, otra opción que se tiene en cuenta es el financiamiento por medio de bancos o entidades financieras, la amortización de un posible préstamo de valida en la Tabla ...

Tabla 41

#### *Datos del Emprendimiento*

Nombre del emprendimiento	<i>A crochet</i>
Tasa de crecimiento producción	3,00%
Tasa de crecimiento del pvp	0,35%
Tasa de inflación	-1,47%

*Fuente: Tomado de: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020)*

La propuesta de negocio de este proyecto es implantar una la implantación de una

empresa que confecciona prendas de vestir tejidas a crochet en la ciudad de Manta, para lo cual se investigó en el INEC la proyección para el 2020, se estableció una tasa de crecimiento de la producción de 3,00%; el PVP es de 0,35% y una tasa de inflación del -1,47%.

Tabla 42

*Descripción de la tasa*

Plazo préstamo en meses	60		
Tasa interés anual	15.00%	Tasa efectiva mensual	1.17%
Tasa de descuento	5.95%	Tasa interna de retorno	20.53%

Para el desarrollo de la propuesta antes mencionada se realizará un préstamo a 60 meses plazo el cual va a tener una tasa de interés anual del 15%, la tasa de descuento será del 5.95%, tasa efectiva mensual del 1.17% con una tasa interna de retorno del 20.53%; demostrando de esta manera que el proyecto es viable porque si se vende en volúmenes grandes se obtiene mayores ganancias.

### 5.14.1. Ingresos.

Tabla 43

*Producción (en cantidad mensual).*

DESCRIPCIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Vestidos</b>	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	1008	1038	1069	1101	1135
<b>Blusas</b>	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	2064	2126	2190	2255	2323
<b>Ropa de bebé</b>	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	864	890	917	944	972
<b>Trajes de baño</b>	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	1248	1285	1324	1364	1405
<b>Accesorios de cocina</b>	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	624	643	662	682	702
<b>TOTAL</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>484</b>	<b>5808</b>	<b>5982</b>	<b>6162</b>	<b>6347</b>	<b>6537</b>

En la tabla 43 se observa la posible producción mensual que debe tener la empresa durante los 12 meses del primer año, también se puede observar una proyección para los siguientes cinco años con un incremento del 5% anualmente, esta producción se considera para que la empresa alcance la rentabilidad esperada.

Tabla 44

Proyección de Ingresos (en USD).

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vestidos	1008	1038	1069	1101	1135
PVP	\$ 40.00	\$ 40.14	\$ 40.28	\$ 40.42	\$ 40.56
INGRESO Vestido	\$ 40,320.00	\$ 41,674.95	\$ 43,075.44	\$ 44,522.99	\$ 46,019.19
Blusas	2064	2126	2190	2255	2323
PVP	\$ 20.00	\$ 20.07	\$ 20.14	\$ 20.21	\$ 20.28
INGRESO Blusa	\$ 41,280.00	\$ 42,667.21	\$ 44,101.05	\$ 45,583.06	\$ 47,114.88
Ropa de bebé	864	890	917	944	972
PVP	\$ 20.00	\$ 20.07	\$ 20.14	\$ 20.21	\$ 20.28
INGRESO Ropa de bebe	\$ 17,280.00	\$ 17,860.69	\$ 18,460.90	\$ 19,081.28	\$ 19,722.51
Trajes de baño	1248	1285	1324	1364	1405
PVP	\$ 18.00	\$ 18.06	\$ 18.13	\$ 18.19	\$ 18.25
INGRESO Trabajo de baño	\$ 22,464.00	\$ 23,218.90	\$ 23,999.17	\$ 24,805.67	\$ 25,639.26
Accesorios de cocina	624	643	662	682	702
PVP	\$ 10.00	\$ 10.04	\$ 10.07	\$ 10.11	\$ 10.14
INGRESO Accesorio de cocina	\$ 6,240.00	\$ 6,449.70	\$ 6,666.44	\$ 6,890.46	\$ 7,122.02
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 127,584.00</b>	<b>\$ 131,871.46</b>	<b>\$ 136,303.00</b>	<b>\$ 140,883.46</b>	<b>\$ 145,617.85</b>

En la tabla anterior se puede identificar la proyección de ingresos por año que A Crochet debe tener, también se puede ver el precio de venta al público de cada producto de esta manera se conocen las diferentes escenas de la empresa para saber hacia dónde dirigir la compañía y qué medidas se deben tomar.

### 5.14.2. Costos de materiales directos.

Tabla 45

Costos y gastos (materia prima).

Descripción	Medid	Vestidos			Blusas			Ropa de bebé			Trajes de baño			Accesorios de cocina			Total
		CANT	C.U	C.T	CANT	C.U	C.T	CANT	C.U	C.T	CANT	C.U	C.T	CANT	C.U	C.T	
Hilo (fundas 100 gr)	Unidad	336	\$2.00	\$672.00	258	\$ 2,00	\$ 516.00	198	\$ 2.00	\$	135.2	\$ 2.00	\$	41.6	\$ 2.00	\$	\$
Cinta (metro)	Unidad	84	\$1.00	\$84.00	172	\$ 1,00	\$ 172.00	72	\$ 1.00	\$	0	\$ 1.00	\$ 0.00	52	\$ 1.00	\$	\$ 380.00
Botones (Fundas de 20 unidades)	Unidad	504	\$0.10	\$50.40	1032	\$ 0,10	\$ 103.20	216	\$ 0.10	\$	0	\$ 0.10	\$ 0.00	0	\$ 0.10	\$ 0.00	\$ 175.20
Adornos (fundas perlas 15 unidades)	Unidad	336	\$0.03	\$10.08	688	\$ 0,03	\$ 20.64	144	\$ 0.03	\$ 4.32	832	\$ 0.03	\$	0	\$ 0.03	\$ 0.00	\$ 60.00
Lana (Rollos)	Unidad	378	\$3.30	\$1,247.40	395.6	\$ 3,30	\$	0	\$ 3.30	\$ 0.00	0	\$ 3.30	\$ 0.00	0	\$ 3.30	\$ 0.00	\$
Copas (Par)	Unidad	84	\$1.20	\$100.80	172	\$ 1,20	\$ 206.40	0	\$ 1.20	\$ 0.00	104	\$ 1.20	\$	0	\$ 1.20	\$ 0.00	\$ 432.00
Fundas de Empaquetados (100 unidades)	Unidad	84	\$0.01	\$0.67	172	\$ 0,01	\$ 1.38	72	\$ 0.01	\$ 0.58	104	\$ 0.01	\$ 0.83	52	\$ 0.01	\$ 0.42	\$ 3.87
Etiquetas	Unidad	84	\$0.25	\$21.00	172	\$ 0,25	\$ 43.00	72	\$ 0.25	\$	104	\$ 0.25	\$	52	\$ 0.25	\$	\$ 121.00
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>				<b>\$2,186.35</b>			<b>\$ 2,368.10</b>			<b>\$ 512.50</b>			<b>\$ 446.99</b>			<b>\$ 148.62</b>	<b>\$ 5,662.55</b>
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>\$26.03</b>			<b>\$ 13.77</b>			<b>\$ 7.12</b>			<b>\$4.30</b>			<b>\$2.86</b>	<b>\$11.70</b>

En esta tabla se analiza el costo de cada materia que se utilizara para la producción de las prendas de vestir a crochet, se puede observar que el costo varía según la prenda ya que unas necesitan más insumos que otras. Se visualiza el precio unitario de cada materia

pima requerida y el costo total de la cantidad a usarse.

*Tabla 46*

*Sueldos y Salarios*

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>13ro</b>	<b>14to</b>	<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>F. RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUELDO Y BENEFICIOS</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>
<b>Gerente</b>	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 698.25	\$ 698.25
<b>Secretaria contadora</b>	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
<b>Operario 1</b>	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
<b>Operario 2</b>	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
<b>GASTO SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>4</b>		<b>\$ 141.67</b>	<b>\$ 133.33</b>	<b>\$ 206.55</b>	<b>\$ 141.67</b>	<b>\$ 70.83</b>	<b>\$ 2,394.05</b>	<b>\$ 2,394.05</b>

En la tabla 46 se visualiza el cálculo de los sueldos de cada uno de los colaboradores que tendrá la empresa, el valor del décimo tercero y cuarto sueldo, aporte patronal, fondos de reserva y todos los beneficios que por ley debe recibir cada trabajador; concluyendo con el total del sueldo, más beneficios y el gasto mensual que se necesitan para constituir la empresa.

Tabla 47

*Gasto Mensual de la Mano de Obra.*

Mano de obra directa	1,656.63
Mano de obra indirecta	1,843.60

En esta tabla se diferencia el gasto mensual de la Mano de obra directa e indirecta que tendrá la empresa, se lo saca de la importancia que tiene la producción y comercialización de estas prendas de vestir.

Tabla 48

*Servicios Básicos*

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL
Agua	\$ 20.00
Energía eléctrica	\$ 35.00
Teléfono celular	\$ 25.00
<b>Total</b>	<b>\$ 80.00</b>

Se aprecian todos los gastos mensuales por los servicios básicos que posee la empresa, los cuales serán asumidos para poder llevar a cabo el proceso de producción de las prendas.

Tabla 49

*Estado de Costos de Producción Proyectados*

<b>Materia Prima Directa</b>		
Inventario Inicial de Materia Prima		-
Compras	5,513.94	
Fletes		5,513.94
	-	
<b>Material Disponible</b>		<b>5,513.94</b>
Menos: Inventario Final		
<b>Material Utilizado en Producción</b>		<b>5,513.94</b>
Menos: Inventario Final de Materia Prima		-
<b>Materia Prima Directa (Utilizada)</b>		<b>5,513.94</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>		
Sueldos de Fabricación		1,656.63
Menos: Mano de Obra Indirecta		
<b>Mano de Obra Directa</b>		<b>1,656.63</b>
Mano de Obra Indirecta	1,843.60	
Servicios Básicos	80.00	
Transporte	21.00	
Publicidad	75.00	
Depreciación	567.40	
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		<b>2,019.60</b>
Costos de Productos Fabricados		<b>9,190.16</b>
Unidades Producidas		<b>8,000.00</b>
<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>0.87</b>
		\$

Se puede analizar el estado de costos de producción proyectado en donde se detalla el valor por unidad que se destina para la elaboración de las prendas de vestir de la empresa A Crochet, se destaca que este costo va a variar según las prendas, aunque todas las prendas utilizan el mismo proceso, va a depender del modelo y tallas.



Tabla 50

*Gastos Totales*

<b>Descripción</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gasto sueldos y salarios</b>	\$ 2,394.05	\$ 28,728.60	\$ 28,306.29	\$ 27,890.19	\$ 27,480.20	\$ 27,076.24
<b>Gasto servicios básicos</b>	\$ 80.00	\$ 960.00	\$ 945.89	\$ 931.98	\$ 918.28	\$ 904.78
<b>Gasto combustible</b>		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Gasto transporte</b>	\$ 21.00	\$ 252.00	\$ 248.30	\$ 244.65	\$ 241.05	\$ 237.51
<b>Gasto arriendo</b>	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,773.54	\$ 1,747.47	\$ 1,721.78	\$ 1,696.47
<b>Gasto publicidad</b>	\$ 75.00	\$ 900.00	\$ 886.77	\$ 873.73	\$ 860.89	\$ 848.24
<b>Otros gastos</b>		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Subtotal gastos	\$ 2,720.05	\$ 32,640.60	\$ 32,160.78	\$ 31,688.02	\$ 31,222.21	\$ 30,763.24
<b>% Imprevistos</b>	2%					
Total de gastos	\$ 2,774.45	\$ 33,293.41	\$ 32,804.00	\$ 32,321.78	\$ 31,846.65	\$ 31,378.50
Costo fijo unitario		<b>\$ 5.73</b>	<b>\$ 5.48</b>	<b>\$ 5.25</b>	<b>\$ 5.02</b>	<b>\$ 4.80</b>

En esta tabla se establecen los gastos totales de los pagos mensuales que cancelara la empresa y se lo realiza dividiendo el total de empleados por sueldos y salarios, servicios básicos, combustible, gastos de transporte, gastos de arriendo, gastos publicitarios y otros gastos proyectado a cinco años con un incremento del 2% y por la tasa de inflación ya establecida.

Tabla 51

*Depreciación y amortización.*

DESCRIPCIÓN	AÑOS DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO FIJO</b>						
EDIFICIO	20	\$ 5.94	\$ 5.94	\$ 5.94	\$ 5.94	\$ 5.94
VEHICULO	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	\$ 6,284.00	\$ 6,284.00	\$ 6,284.00	\$ 6,284.00	\$ 6,284.00
HERRAMIENTAS	5	\$ 6.70	\$ 6.70	\$ 6.70	\$ 6.70	\$ 6.70
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	\$ 266.67	\$ 266.67	\$ 266.67	\$ 0.00	\$ 0.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00	\$ 208.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	2	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>		<b>\$ 6,808.81</b>	<b>\$ 6,808.81</b>	<b>\$ 6,771.31</b>	<b>\$ 6,504.64</b>	<b>\$ 6,504.64</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
GASTO DE CONSTITUCIÓN	5	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
<b>TOTAL AMORTIZACIÓN</b>		<b>\$ 11.76</b>	<b>\$ 11.76</b>	<b>\$ 11.76</b>	<b>\$ 11.76</b>	<b>\$ 11.76</b>

Se analizan los diferentes gastos que generara la vida de utilidad de los diferentes activos y su respectiva depreciación o amortización dentro de cinco años.

### 5.14.3. Inversión

Tabla 52

*Inversión.*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	% participación
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 8,437.00						\$ 8,437.00	11.32%
<b>Activo fijo</b>	\$ 65,947.30						\$ 65,947.30	88.47%
<b>Edificio</b>	\$ 118.80						\$ 118.80	
<b>Vehículo</b>							\$ 0.00	
<b>Maquinaria y equipos</b>	\$ 62,840.00						\$ 62,840.00	
<b>Herramientas</b>	\$ 33.50						\$ 33.50	
<b>Equipos de computación</b>	\$ 800.00						\$ 800.00	
<b>Equipos de oficina</b>							\$ 0.00	
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 2,080.00						\$ 2,080.00	
<b>Terreno</b>							\$ 0.00	
<b>Otros activos fijos</b>	\$ 75.00						\$ 75.00	
<b>Activo diferido</b>	\$ 58.80						\$ 58.80	0.08%
<b>Gasto de constitución</b>	\$ 58.80						\$ 58.80	
<b>Otros activos</b>	\$ 100.00						\$ 100.00	0.13%
<b>Marcas y patentes</b>	\$ 100.00						\$ 100.00	
<b>Inversión total</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>100.00%</b>

Esta tabla muestra las inversiones realizadas las cuales son proyectadas a 5 años, será la única inversión que se realice durante este lapso de tiempo. La inversión que se realizara es de \$ 74,543.10 con una participación capital del 11.32%, para los activos fijos tenemos el 88.47% y un activo diferido del 0.08% culminando con otros activos con el 0.13% que completan el 100% de participación.

Tabla 53

*Capital de trabajo.*

DESCRIPCIÓN	PREVISIÓN	TOTAL	
		MES	TOTAL
MATERIA PRIMA	1	\$ 5,662.55	\$ 5,662.55
GASTOS	1	\$ 2,774.45	\$ 2,774.45
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>1</b>	<b>\$ 8,437.00</b>	<b>\$ 8,437.00</b>

“A Crochet” contara con un capital de trabajo constituido por la materia prima y los gastos para la producción, estos gastos suman un total de \$5,662.55 para la materia prima y \$2,774.45 para gastos; resultando un total de capital de trabajo de \$8,437.00 por mes.

Tabla 54

*Estructura del costo total*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	\$ 67,950.62	\$ 66,951.75	\$ 65,967.56	\$ 64,997.84	\$ 64,042.37
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	\$ 33,293.41	\$ 32,804.00	\$ 32,321.78	\$ 31,846.65	\$ 31,378.50
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 101,244.04	\$ 99,755.75	\$ 98,289.34	\$ 96,844.49	\$ 95,420.87
<b>INGRESO TOTAL</b>	\$ 127,584.00	\$ 131,871.46	\$ 136,303.00	\$ 140,883.46	\$ 145,617.85
<b>% UTILIDAD</b>	<b>26.02%</b>	<b>32.19%</b>	<b>38.68%</b>	<b>45.47%</b>	<b>52.61%</b>
	\$ 26,339.96	\$ 32,115.71	\$ 38,013.66	\$ 44,038.98	\$ 50,196.98
	2,194997	2,676.30304	3,167.805132	3,669.914767	4,183.08166

En esta tabla se encuentran todos los costos que se toman en cuenta para la elaboración de estas prendas de vestir, contamos con los costos variables, costos fijos y costos totales; también se muestra el ingreso total por cada año y el porcentaje de la utilidad que tendrá la A Crochet proyectándolo a cinco años.

#### 5.14.4. Financiamiento.

Tabla 55

*Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	FUENTE			
	INVERSIÓN	PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
Descripción				
Capital de trabajo	\$ 8,437.00	\$ 5,000.00		\$ 3,437.00
Activo fijo	\$ 65,947.30	\$ 40,000.00	\$ 0.00	\$ 25,947.30
Edificio	\$ 118.80			\$ 118.80
Vehiculo	\$ 0.00			\$ 0.00
Maquinaria y equipos	\$ 62,840.00			\$ 62,840.00
Herramientas	\$ 33.50			\$ 33.50
Equipos de computación	\$ 800.00			\$ 800.00
Equipos de oficina	\$ 0.00			\$ 0.00
Muebles y enseres	\$ 2,080.00			\$ 2,080.00
Terreno	\$ 0.00			\$ 0.00
Otros activos fijos	\$ 75.00			\$ 75.00
Activo diferido	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto de constitución	\$ 58.80			\$ 58.80
Otros activos	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Marcas y patentes	\$ 100.00			\$ 100.00
Financiamiento total	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 45,158.80</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 29,384.30</b>
% Participación	<b>100.00%</b>	<b>60.58%</b>	<b>0.00%</b>	<b>39.42%</b>

Esta tabla analiza las fuentes que se utilizaran para adquirir los activos que necesitara la empresa, también se observa la fuente de donde procede el

financiamiento de cada activo descrito los cuales corresponden a: Fuente propia, préstamo y la inversión de cada uno de ellos

Tabla 56

*Financiamiento (participación).*

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
<b>PROPIA</b>	60.58%
<b>DONACIÓN</b>	0.00%
<b>PRÉSTAMO</b>	39.42%
<b>TOTAL</b>	<b>100.00%</b>

La prima incluida en la financiación del proyecto es mayormente propia con un 60.58% el resto de la prima para el financiamiento al 100% procede de un préstamo obtenidos a una entidad bancaria con un 39.42%. Este tipo de financiamiento es muy importante porque incluye el uso de recursos financieros y el 60.58% del capital social.

#### **5.14.5. Préstamos del Proyecto (Tabla de Amortización)**

Tabla 57

*Tabla de amortización*

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>No.</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>
<b>1</b>	\$ 29,384.30	\$ 344.23	\$ 684.60	\$ 340.37
<b>2</b>	\$ 29,043.93	\$ 340.25	\$ 684.60	\$ 344.36
<b>3</b>	\$ 28,699.58	\$ 336.21	\$ 684.60	\$ 348.39
<b>4</b>	\$ 28,351.19	\$ 332.13	\$ 684.60	\$ 352.47
<b>5</b>	\$ 27,998.72	\$ 328.00	\$ 684.60	\$ 356.60
<b>6</b>	\$ 27,642.11	\$ 323.83	\$ 684.60	\$ 360.78
<b>7</b>	\$ 27,281.34	\$ 319.60	\$ 684.60	\$ 365.01
<b>8</b>	\$ 26,916.33	\$ 315.32	\$ 684.60	\$ 369.28

---

9	\$ 26,547.05	\$ 311.00	\$ 684.60	\$ 373.61
10	\$ 26,173.44	\$ 306.62	\$ 684.60	\$ 377.98
11	\$ 25,795.46	\$ 302.19	\$ 684.60	\$ 382.41
12	\$ 25,413.05	\$ 297.71	\$ 684.60	\$ 386.89
13	\$ 25,026.15	\$ 293.18	\$ 684.60	\$ 391.42
14	\$ 24,634.73	\$ 288.59	\$ 684.60	\$ 396.01
15	\$ 24,238.72	\$ 283.95	\$ 684.60	\$ 400.65
16	\$ 23,838.07	\$ 279.26	\$ 684.60	\$ 405.34
17	\$ 23,432.73	\$ 274.51	\$ 684.60	\$ 410.09
18	\$ 23,022.64	\$ 269.71	\$ 684.60	\$ 414.90
19	\$ 22,607.74	\$ 264.85	\$ 684.60	\$ 419.76
20	\$ 22,187.99	\$ 259.93	\$ 684.60	\$ 424.67
21	\$ 21,763.31	\$ 254.96	\$ 684.60	\$ 429.65
22	\$ 21,333.66	\$ 249.92	\$ 684.60	\$ 434.68
23	\$ 20,898.98	\$ 244.83	\$ 684.60	\$ 439.77
24	\$ 20,459.21	\$ 239.68	\$ 684.60	\$ 444.93
25	\$ 20,014.28	\$ 234.47	\$ 684.60	\$ 450.14
26	\$ 19,564.14	\$ 229.19	\$ 684.60	\$ 455.41
27	\$ 19,108.73	\$ 223.86	\$ 684.60	\$ 460.75
28	\$ 18,647.99	\$ 218.46	\$ 684.60	\$ 466.14
29	\$ 18,181.84	\$ 213.00	\$ 684.60	\$ 471.60
30	\$ 17,710.24	\$ 207.47	\$ 684.60	\$ 477.13
31	\$ 17,233.11	\$ 201.88	\$ 684.60	\$ 482.72
32	\$ 16,750.39	\$ 196.23	\$ 684.60	\$ 488.37
33	\$ 16,262.01	\$ 190.51	\$ 684.60	\$ 494.10
34	\$ 15,767.92	\$ 184.72	\$ 684.60	\$ 499.88
35	\$ 15,268.03	\$ 178.86	\$ 684.60	\$ 505.74
36	\$ 14,762.29	\$ 172.94	\$ 684.60	\$ 511.66
37	\$ 14,250.63	\$ 166.94	\$ 684.60	\$ 517.66
38	\$ 13,732.97	\$ 160.88	\$ 684.60	\$ 523.72
39	\$ 13,209.25	\$ 154.75	\$ 684.60	\$ 529.86
40	\$ 12,679.39	\$ 148.54	\$ 684.60	\$ 536.07
41	\$ 12,143.32	\$ 142.26	\$ 684.60	\$ 542.35
42	\$ 11,600.98	\$ 135.90	\$ 684.60	\$ 548.70
43	\$ 11,052.28	\$ 129.48	\$ 684.60	\$ 555.13
44	\$ 10,497.15	\$ 122.97	\$ 684.60	\$ 561.63
45	\$ 9,935.52	\$ 116.39	\$ 684.60	\$ 568.21
46	\$ 9,367.31	\$ 109.74	\$ 684.60	\$ 574.87
47	\$ 8,792.45	\$ 103.00	\$ 684.60	\$ 581.60
48	\$ 8,210.84	\$ 96.19	\$ 684.60	\$ 588.41
49	\$ 7,622.43	\$ 89.30	\$ 684.60	\$ 595.31
50	\$ 7,027.12	\$ 82.32	\$ 684.60	\$ 602.28

---

<b>51</b>	\$ 6,424.84	\$ 75.27	\$ 684.60	\$ 609.34
<b>52</b>	\$ 5,815.50	\$ 68.13	\$ 684.60	\$ 616.48
<b>53</b>	\$ 5,199.03	\$ 60.91	\$ 684.60	\$ 623.70
<b>54</b>	\$ 4,575.33	\$ 53.60	\$ 684.60	\$ 631.00
<b>55</b>	\$ 3,944.33	\$ 46.21	\$ 684.60	\$ 638.40
<b>56</b>	\$ 3,305.93	\$ 38.73	\$ 684.60	\$ 645.88
<b>57</b>	\$ 2,660.06	\$ 31.16	\$ 684.60	\$ 653.44
<b>58</b>	\$ 2,006.61	\$ 23.51	\$ 684.60	\$ 661.10
<b>59</b>	\$ 1,345.52	\$ 15.76	\$ 684.60	\$ 668.84
<b>60</b>	\$ 676.68	\$ 7.93	\$ 684.60	\$ 676.68
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 11,691.92</b>	<b>\$ 41,076.22</b>	<b>\$ 29,384.30</b>

En la tabla anteriormente presentada se detalla lo que sería una tabla de amortización que una entidad bancaria le daría a la empresa al momento de contraer un préstamo, en el cual el valor a solicitar será de \$ 29,384.30 a 60 meses plazo pagando un interés \$11,691.92, en cuotas mensuales de \$684.60.

Tabla 58

*Resumen de Amortización*

Resumen tabla de amortización				
No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 29,384.30	\$ 3,857.10	\$ 8,215.24	\$ 4,358.15
2	\$ 25,026.15	\$ 3,203.37	\$ 8,215.24	\$ 5,011.87
3	\$ 20,014.28	\$ 2,451.59	\$ 8,215.24	\$ 5,763.65
4	\$ 14,25.63	\$ 1,587.04	\$ 8,215.24	\$ 6,628.20
5	\$ 7,622.43	\$ 592.81	\$ 8,215.24	\$ 7,622.43
<b>Total</b>		<b>\$ 11,691.92</b>	<b>\$ 41,076.22</b>	<b>\$ 29,384.30</b>

Aquí se muestra una síntesis de la tabla de amortización detallando los valores que forman parte del capital impago, intereses anuales, cuotas y el capital pagado del préstamo solicitado por un periodo de 60 meses plazo.



## 5.14.6. Estados Financieros

Tabla 59

*Estado de situación financiera proyectado.*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 102,892.27</b>	<b>\$ 112,634.47</b>	<b>\$ 125,438.58</b>	<b>\$ 141,988.80</b>	<b>\$ 161,975.67</b>
Corriente	<b>\$ 8,437.00</b>	<b>\$ 43,06.74</b>	<b>\$ 60,169.51</b>	<b>\$ 79,756.68</b>	<b>\$ 102,823.30</b>	<b>\$ 129,326.57</b>
<b>Caja/bancos</b>	\$ 8,437.00	\$ 43,606.74	\$ 60,169.51	\$ 79,756.68	\$ 102,823.30	\$ 129,326.57
Fijo	<b>\$ 65,947.30</b>	<b>\$ 59,138.49</b>	<b>\$ 52,329.69</b>	<b>\$ 45,558.38</b>	<b>\$ 39,053.74</b>	<b>\$ 32,549.10</b>
<b>Edificio</b>	\$ 118.80	\$ 118.80	\$ 118.80	\$ 118.80	\$ 118.80	\$ 118.80
<b>Dep. Ac. Edificio</b>		-\$ 5.94	-\$ 11.88	-\$ 17.82	-\$ 23.76	-\$ 29.70
<b>Vehículo</b>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Dep. Ac. vehículo</b>		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Maquinaria y equipos</b>	\$ 62,840.00	\$ 62,840.00	\$ 62,840.00	\$ 62,840.00	\$ 62,840.00	\$ 62,840.00
<b>Dep. Ac. Maquinaria y equipos</b>		-\$ 6,284.00	-\$ 12,568.00	-\$ 18,852.00	-\$ 25,136.00	-\$ 31,420.00
<b>Herramientas</b>	\$ 33.50	\$ 33.50	\$ 33.50	\$ 33.50	\$ 33.50	\$ 33.50
<b>Dep. Ac. Herramientas</b>		-\$ 6.70	-\$ 13.40	-\$ 20.10	-\$ 26.80	-\$ 33.50
<b>Equipos de computación</b>	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
<b>Dep. Ac. Equipos de computación</b>		-\$ 266.67	-\$ 533.33	-\$ 800.00	-\$ 800.00	-\$ 800.00
<b>Equipos de oficina</b>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Dep. Ac. Equipos de oficina</b>		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00
<b>Dep. Ac. Muebles y enseres</b>		-\$ 208.00	-\$ 416.00	-\$ 624.00	-\$ 832.00	-\$ 1,040.00
<b>Terreno</b>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Otros activos fijos</b>	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00
<b>Dep. Ac. Otros activos fijos</b>		-\$ 37.50	-\$ 75.00	-\$ 75.00	-\$ 75.00	-\$ 75.00
<b>Diferido</b>	<b>\$ 58.80</b>	<b>\$ 47.04</b>	<b>\$ 35.28</b>	<b>\$ 23.52</b>	<b>\$ 11.76</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>Gasto de constitución</b>	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80
<b>Amort. Ac. Gasto de constitución</b>		-\$ 11.76	-\$ 23.52	-\$ 35.28	-\$ 47.04	-\$ 58.80
<b>Otros activos</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 1,200.00</b>
<b>Marcas y patentes / software</b>	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>Pasivo</b>	<b>\$ 29,384.30</b>	<b>\$ 5,677.58</b>	<b>\$ 8,008.27</b>	<b>\$ 10,432.39</b>	<b>\$ 13,026.63</b>	<b>\$ 15,619.32</b>
Pasivo corrientes	-	-	-	-	-	-

<b>15% empleados</b>		2,349.35	3,313.77	4,316.85	5,390.33	6,463.16
<b>Impuesto a la renta 25%</b>		3,328.24	4,694.50	6,115.54	7,636.30	9,156.15
<b>Pasivo no corrientes</b>	<b>\$ 29,384.30</b>	<b>\$ 25,026.15</b>	<b>\$ 20,014.28</b>	<b>\$ 14,250.63</b>	<b>\$ 7,622.43</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>Préstamo a largo plazo</b>	\$ 29,384.30	\$ 25,026.15	\$ 20,014.28	\$ 14,250.63	\$ 7,622.43	\$ 0.00
<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 45,158.80</b>	<b>\$ 55,143.52</b>	<b>\$ 69,227.02</b>	<b>\$ 87,573.64</b>	<b>\$ 110,482.54</b>	<b>\$ 137,950.99</b>
<b>Capital social</b>	\$ 45,158.80	\$ 45,158.80	\$ 45,158.80	\$ 45,158.80	\$ 45,158.80	\$ 45,158.80
<b>Utilidad retenida</b>			\$ 9,984.72	\$ 24,068.22	\$ 42,414.84	\$ 65,323.74
<b>Utilidad del ejercicio</b>		\$ 9,984.72	\$ 14,083.50	\$ 18,346.61	\$ 22,908.90	\$ 27,468.45
<b>Pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 60,821.10</b>	<b>\$ 77,235.29</b>	<b>\$ 98,006.02</b>	<b>\$ 123,509.17</b>	<b>\$ 153,570.30</b>

Según el estado de situación financiera proyectado se puede establecer que el Año cero se tuvo una cantidad de \$ 74,543.10 en activos y de \$ 29,384.30 en pasivos, los cuales dan un total de \$ 45,158.80 en patrimonio. El año cero muestra que son los pasivos del préstamo otorgado, por lo tanto, en el año uno se logra un activo de \$102,892.27 tomando en cuenta en ese año no hay una utilidad retenida, resultando como utilidad del ejercicio \$9,984.72. Para el año dos hay un crecimiento del activo de \$112,634.47, reflejando una utilidad retenida de \$ 9,984.72 y una utilidad del ejercicio de \$14,083.50. Los activos siguen incrementando anualmente y para el año tres con un valor de \$ 125,438.58, su utilidad retenida es de \$ 18,346.61 y la utilidad del ejercicio de \$18,346.61. En el cuarto año se dan valores de \$141,988.80. Para el último año se incrementan los activos a \$161,975.67; en el pasivo corriente hay valores en \$0,00 lo que significa que la empresa no tiene deudas; el patrimonio es de \$ 137,950.99 en la utilidad retenida se constata un valor por \$ 65,323.74 y la utilidad del ejercicio es de \$27,468.45.

Tabla 60

*Estado de resultados proyectado*

<b>Descripción</b>	<b><u>Año 1</u></b>	<b><u>Año 2</u></b>	<b><u>Año 3</u></b>	<b><u>Año 4</u></b>	<b><u>Año 5</u></b>
<b>Ingresos operativos</b>	<b>\$ 127,584.00</b>	<b>\$ 131,871.46</b>	<b>\$ 136,303.00</b>	<b>\$ 140,883.46</b>	<b>\$ 145,617.85</b>
Ventas	\$ 127,584.00	\$ 131,871.46	\$ 136,303.00	\$ 140,883.46	\$ 145,617.85
<b>Gastos operativos</b>	<b>\$ 108,064.60</b>	<b>\$ 106,576.32</b>	<b>\$ 105,072.41</b>	<b>\$ 103,360.89</b>	<b>\$ 101,937.27</b>
Costo variable total	\$ 67,950.62	\$ 66,951.75	\$ 65,967.56	\$ 64,997.84	\$ 64,042.37
Gasto sueldos y salarios	\$ 28,728.60	\$ 28,306.29	\$ 27,890.19	\$ 27,480.20	\$ 27,076.24
Gasto servicios básicos	\$ 960.00	\$ 945.89	\$ 931.98	\$ 918.28	\$ 904.78
Gasto combustible	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto transporte	\$ 252.00	\$ 248.30	\$ 244.65	\$ 241.05	\$ 237.51
Gasto arriendo	\$ 1,800.00	\$ 1,773.54	\$ 1,747.47	\$ 1,721.78	\$ 1,696.47
Gasto publicidad	\$ 900.00	\$ 886.77	\$ 873.73	\$ 860.89	\$ 848.24
Otros gastos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto imprevistos	\$ 652.81	\$ 643.22	\$ 633.76	\$ 624.44	\$ 615.26
Gasto depreciación	\$ 6,808.81	\$ 6,808.81	\$ 6,771.31	\$ 6,504.64	\$ 6,504.64
Gasto amortizacion	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
<b>Utilidad/perdida operativa</b>	<b>\$ 19,519.40</b>	<b>\$ 25,295.14</b>	<b>\$ 31,230.59</b>	<b>\$ 37,522.58</b>	<b>\$ 43,680.58</b>
Gasto financiero	\$ 3,857.10	\$ 3,203.37	\$ 2,451.59	\$ 1,587.04	\$ 592.81
<b>Utilidad/perdida bruta</b>	<b>\$ 15,662.30</b>	<b>\$ 22,091.77</b>	<b>\$ 28,779.00</b>	<b>\$ 35,935.53</b>	<b>\$ 43,087.77</b>
15% empleados	\$ 2,349.35	\$ 3,313.77	\$ 4,316.85	\$ 5,390.33	\$ 6,463.16
Impuesto a la renta 25%	\$ 3,328.24	\$ 4,694.50	\$ 6,115.54	\$ 7,636.30	\$ 9,156.15
<b>Utilidad/perdida del ejercicio</b>	<b>\$ 9,984.72</b>	<b>\$ 14,083.50</b>	<b>\$ 18,346.61</b>	<b>\$ 22,908.90</b>	<b>\$ 27,468.45</b>

Las ventas del año uno al cinco incrementaron, la cantidad del año uno es de \$127,584.00, las de año cinco son de \$ 145,617.85. Los gastos operativos disminuyeron del año uno al cinco con un promedio de 1% teniendo como cantidad del año uno \$108,064.60 y para el último año \$101,937.27; estas cantidades abarca los diferentes gastos que hay en una empresa.

### 5.14.7. Flujos de efectivo.

Tabla 61

*Flujo de fondos proyectado.*

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Fuentes</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 127,584.00</b>	<b>\$ 131,871.46</b>	<b>\$ 136,303.00</b>	<b>\$ 140,883.46</b>	<b>\$ 145,617.85</b>
Ventas		\$ 127,584.00	\$ 131,871.46	\$ 136,303.00	\$ 140,883.46	\$ 145,617.85
Aporte de capital	\$ 45,158.80					
Préstamo	\$ 29,384.30					
<b>Usos</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 115,136.86</b>	<b>\$ 115,979.26</b>	<b>\$ 116,936.97</b>	<b>\$ 118,086.36</b>	<b>\$ 119,255.43</b>
<b>Para inversión</b>	<b>\$ 74,543.10</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>
Capital de trabajo	\$ 8,437.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo fijo	\$ 65,947.30	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo diferido	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Otros activos	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Para costos y gastos</b>		<b>\$ 115,136.86</b>	<b>\$ 115,979.26</b>	<b>\$ 116,936.97</b>	<b>\$ 118,086.36</b>	<b>\$ 119,255.43</b>
Costo variable total		\$ 67,950.62	\$ 66,951.75	\$ 65,967.56	\$ 64,997.84	\$ 64,042.37
Gasto sueldos y salarios		\$ 28,728.60	\$ 28,306.29	\$ 27,890.19	\$ 27,480.20	\$ 27,076.24
Gasto servicios básicos		\$ 960.00	\$ 945.89	\$ 931.98	\$ 918.28	\$ 904.78
Gasto combustible		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto transporte		\$ 252.00	\$ 248.30	\$ 244.65	\$ 241.05	\$ 237.51
Gasto arriendo		\$ 1,800.00	\$ 1,773.54	\$ 1,747.47	\$ 1,721.78	\$ 1,696.47
Gasto publicidad		\$ 900.00	\$ 886.77	\$ 873.73	\$ 860.89	\$ 848.24
Otros gastos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto imprevistos		\$ 652.81	\$ 643.22	\$ 633.76	\$ 624.44	\$ 615.26
Gasto financiero		\$ 3,857.10	\$ 3,203.37	\$ 2,451.59	\$ 1,587.04	\$ 592.81
15% empleados		\$ 2,349.35	\$ 3,313.77	\$ 4,316.85	\$ 5,390.33	\$ 6,463.16
Impuesto a la renta 25%		\$ 3,328.24	\$ 4,694.50	\$ 6,115.54	\$ 7,636.30	\$ 9,156.15
Pago de capital préstamo		\$ 4,358.15	\$ 5,011.87	\$ 5,763.65	\$ 6,628.20	\$ 7,622.43
<b>Flujo de efectivo</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 12,447.14</b>	<b>\$ 15,892.20</b>	<b>\$ 19,366.03</b>	<b>\$ 22,797.10</b>	<b>\$ 26,362.42</b>
Efectivo inicial	\$ 8,437.00	\$ 8,437.00	\$ 20,884.14	\$ 36,776.34	\$ 56,142.37	\$ 78,939.47
<b>Efectivo final</b>	<b>\$ 8,437.00</b>	<b>\$ 20,884.14</b>	<b>\$ 36,776.34</b>	<b>\$ 56,142.37</b>	<b>\$ 78,939.47</b>	<b>\$ 105,301.89</b>

Para iniciar el negocio se realiza un préstamo en el año cero de \$29,384.30 como inversión, obteniendo un efectivo inicial y final de \$8,437.00. En el año uno tenemos un flujo de efectivo de \$ 12,447.14 más el efectivo inicial quedan un efectivo final \$20,884.14. Entre el año dos al cinco las ventas incrementaron en el 3.4%, flujo de efectivo del año dos es de \$15,892.20 aumentando un 27.68% anualmente.

#### 5.14.8. Evaluación económica.

Tabla 62

##### *Punto de Nivelación Anual de Vestidos*

Punto de nivelación anual	Vestidos
Volumen	2383
Ingreso	\$ 95,314.66
Precio	\$ 59.06
Capacidad utilizada	236.40%

Tabla 63

##### *Punto de Nivelación Anual de blusas*

Capacidad utilizada	Blusas
Volumen	5342
Ingreso	\$ 50,767.63
Precio	\$ 29.90
Capacidad utilizada	258.83%

Tabla 64

*Punto de Nivelación Anual de ropa de bebé*

Punto de nivelación anual	Trajes de baño
<b>Volumen</b>	2430
<b>Ingreso</b>	\$ 43,736.78
<b>Precio</b>	\$ 30.98
<b>Capacidad utilizada</b>	194.70%

Tabla 65

*Punto de Nivelación Anual de accesorios de cocina*

Punto de nivelación anual	Accesorios de cocina
<b>Volumen</b>	4662
<b>Ingreso</b>	\$ 46,616.37
<b>Precio</b>	\$ 56.21
<b>Capacidad utilizada</b>	747.06%

En las tablas que se mostraron anteriormente se encuentra el Punto de Equilibrio de cada prenda confeccionada por A Crochet, el Volumen de ventas de cada producto, los ingresos obtenidos, el precio y la capacidad utilizada.

Tabla 66

*Punto de Equilibrio Total*

<b>Punto de equilibrio total</b>	
<b>Ingreso anual</b>	\$ 37,338.21
<b>Ingreso mensual</b>	\$ 3,111.52
<b>Ingreso diario</b>	\$ 103.72

El punto de equilibrio nos informa el punto donde los ingresos cubren los gastos, es decir, la empresa logra vender lo mismo que gasta en la producción y comercialización, en la tabla expuesta se observa que el ingreso anual de la empresa es \$37,338.21; el ingreso mensual de \$3,111.52 y el ingreso diario de \$103.72.

### 5.14.9. Evaluación Financiera.

Tabla 67

*Flujo De Fondos Proyectado*

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
<b>DESVENTAJA</b>	-\$ 74,543.10							
<b>VENTAJA</b>	\$ 0.00	\$ 12,447.14	\$ 15,892.20	\$ 19,366.03	\$ 22,797.10	\$ 26,362.42		
<b>VALOR RESIDUAL</b>						\$ 33,749.10		
<b>FLUJO NETO</b>	-\$ 74,543.10	\$ 12,447.14	\$ 15,892.20	\$ 19,366.03	\$ 22,797.10	\$ 60,111.52		
<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	-\$ 74,543.10	\$ 11,748.12	\$ 14,157.35	\$ 16,283.12	\$ 18,091.55	\$ 45,024.92		
		<b>VAN</b>				<b>\$ 30,761.96</b>		
		<b>B/C</b>				<b>1.41267348</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>		
<b>DESVENTAJA</b>	-\$ 74,543.10							
<b>VENTAJA</b>	\$ 0.00	\$ 16,304.23	\$ 19,095.57	\$ 21,817.62	\$ 24,384.15	\$ 26,955.23		
<b>VALOR RESIDUAL</b>						\$ 33,749.10		
<b>FLUJO NETO</b>	-\$ 74,543.10	\$ 16,304.23	\$ 19,095.57	\$ 21,817.62	\$ 24,384.15	\$ 60,704.33		
<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	-\$ 74,543.10	\$ 13,526.75	\$ 13,143.75	\$ 12,459.12	\$ 11,552.62	\$ 23,860.86	<b>\$ 0.00</b>	<b>VAN</b>
		<b>TIR</b>				<b>20.53%</b>		
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (AÑOS)</b>						<b>5 AÑOS</b>	<b>1 MESES</b>	



### Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN) (Velayos Morales, 2014). Tomando en cuenta la definición anterior verificamos que el proyecto es viable recuperando la inversión en cinco años y un mes.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} + \frac{Q3}{(1+K)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1+K)^n}$$

$$VAN = -74,543.10 + \frac{12,447.14}{(1+0.0595)^1} + \frac{15,892.20}{(1+0.0595)^2} + \frac{19,366.03}{(1+0.0595)^3} + \frac{22,797.10}{(1+0.0595)^4} + \frac{26,362.42}{(1+0.0595)^5}$$

$$VAN = -74,543.10 + \frac{12,447.14}{1.0595} + \frac{15,892.20}{1.12254025} + \frac{19,366.03}{1.1893313948} + \frac{22,797.10}{1.2600966129} + \frac{26,362.42}{1.335072361}$$

$$VAN = -74,543.10 + 11,748.13 + 14,157.35 + 16,283.12 + 18,091.55 + 19,746.06$$

$$VAN = \mathbf{30,761.96}$$

Se puede demostrar que el VAN del proyecto da positivo, por lo que es mayor a cero resultando el proyecto esto quiere decir que los riesgos de una mala inversión disminuyen.

### La Tasa Interna De Retorno.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto (Sevilla Arias A. , 2014).

$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1 + TIR)^1} + \frac{Q2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Q3}{(1 + TIR)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = -74,543.10 + \frac{16,304.23}{(1 + 20.53\%)^1} + \frac{19,095.57}{(1 + 20.53\%)^2} + \frac{21,817.62}{(1 + 20.53\%)^3} + \frac{24,384.15}{(1 + 20.53\%)^4} + \frac{26,955.23}{(1 + 20.53\%)^5}$$

$$TIR = -74,543.10 + \frac{16,304.23}{1.2053} + \frac{19,095.57}{1.45274809} + \frac{21,817.62}{1.750997272877} + \frac{24,384.15}{2.1104770129986481} + \frac{26,955.23}{2.54375794376727055493}$$

$$TIR = -74,543.10 + 74,543.10$$

$$TIR = 0$$

$$TIR = 20.53\% \%$$

### Relación Beneficio/Costo.

Según Conexionesan (2017) el índice beneficio/costo (I B/C), también conocido como relación beneficio/costo compara directamente, como su nombre lo indica, los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad (Conexionesan, 2017)

$$\frac{VNA(\text{Tasa de Descuento}; (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; (16,304.23 + 19,095.57 + 21,817.62 + 24,384.15 + 26,955.23))}}{-74,543.10}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; (108,556.80))}}{-74,543.10}$$

$$R \frac{B}{C} = 1.41$$

La relación beneficio/costo nos da un índice de 1.41 los que significa que por cada prenda vendida nuestro beneficio será este.

#### **5.14.10. Indicadores o Ratios Financieros.**

Los indicadores financieros son herramientas que le permiten a dueños de empresas, realizar un análisis financiero de la situación de la misma en un período determinado. Son también un método de gestión de la empresa dentro del ámbito de los resultados económicos obtenidos por ella. Además, ilustran el funcionamiento de los distintos departamentos de la compañía y la eficacia de su trabajo. Los indicadores financieros permiten a inversores y accionistas formarse una opinión sobre cómo se está gestionando la empresa y cómo le va en el mercado (Ramírez, 2021)

#### **Grado de Apalancamiento Operativo (GAO).**

$$\text{GAO} = \frac{\text{Ventas-Costos variable}}{\text{Ventas-costo variable- costos fijos}}$$

$$\text{GAO} = \frac{\$59,633.38}{\$127,584.00 - \$67,950.62 - \$33,293.41}$$

$$\text{GAO} = 2.26$$

El GAO establece que por cada unidad que se venda, la utilidad de la empresa aumentará en un 2.26%.

**Grado de apalancamiento financiero (GAF).**

$$\text{GAF} = \frac{\text{Utilidad antes del impuesto e intereses}}{\text{Utilidad antes del impuesto e interés-intereses}}$$

$$\text{GAF} = \frac{\$ 19,519.40}{\$ 19,519.40 - \$ 11,691.92}$$

$$\text{GAF} = 2.49$$

Se demuestra que el grado de apalancamiento financiero es el resultado de que por cada 1% que suben las utilidades antes del impuesto e intereses, la utilidad por acción sube en el 2.49%.

**Grado de apalancamiento total (GAT).**

$$\text{GAT} = \frac{\text{Ventas-costo variable}}{\text{Ventas-costo variable-costos fijos-intereses}}$$

$$\text{GAT} = \frac{\$59,633.38}{\$ 127,584.00 - \$67,950.62 - \$33,293.41 - 11,691.92}$$

$$\text{GAT} = \frac{\$59,633.38}{\$ 14,648.05}$$

$$\text{GAT} = 4.07$$

El GAT muestra que por cada 1% que suben las ventas sube la utilidad por acción un 4.07% lo que convierte este proyecto rentable.

### **Rotación de Activos Totales.**

$$\begin{aligned} \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\text{Venta}}{\text{Activos totales}} \\ \text{Rotación de activos totales} &= \frac{\$ 127,584.00}{\$ 74,543.10} \\ \text{Rotación de activos totales} &= 1.71 \end{aligned}$$

La rotación de activos mide la eficiencia que la empresa A Crochet genera ingresos por medio de sus activos, donde se puede ver que la empresa rotó sus activos 1.71 veces durante el primer año.

### **Índice de Endeudamiento.**

$$\begin{aligned} \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\text{Nivel del Pasivo}}{\text{Total de Activos}} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= \frac{\$29,384.30}{\$ 74,543.10} \\ \text{Índice de Endeudamiento} &= 0.39 \end{aligned}$$

El índice de endeudamiento determinado es de un 39% con el cual puede responder la empresa ante sus pasivos.

### **Margen De Utilidad Bruta.**

$$\begin{aligned} \text{Margen de utilidad bruta} &= \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}} \\ \text{Margen de utilidad bruta} &= \frac{\$ 15,662.30}{\$ 127,584.00} \\ \text{Margen de utilidad bruta} &= 0.122761 \end{aligned}$$

El margen de utilidad bruta significa que por cada \$1.00 de ventas se obtiene el 12.27% de rentabilidad.

### **Margen De Utilidad Operativa.**

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\$19,519.40}{\$127,584.00}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = 0.1530$$

El margen de utilidad operativa indica que por cada \$1,00 de ventas se obtiene el 15.30% de ingresos en ventas.

### **Margen De Utilidad Neta.**

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\$ 9,984.72}{\$127,584.00}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 0.0783$$

La empresa tiene un Margen de Utilidad Neta de 7.83% lo cual quiere decir que por cada \$1 en ventas la organización tiene una utilidad final de \$7.83

### **Rentabilidad Económica (ROA)**

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 9,984.72}{\$ 74,543.10}$$

$$\text{ROA} = 0.1340$$

La rentabilidad económica de la empresa la valora de forma positiva en cuanto a su rentabilidad con un beneficio logrado del 13.40% en su periodo.

#### **Rentabilidad Financiera (ROE).**

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio de los Accionistas}}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\$ 9,984.72}{\$ 45,158.80}$$

$$\text{Rentabilidad Financiera} = 0.2211$$

Al ser una empresa reciente en el mercado se visualiza que en el primer año logra obtener 22.11% de Rentabilidad Financiera para ella y quienes la conforman.

#### **5.15. Importancia.**

Este proyecto es de gran importancia ya que establece la inversión que necesita la empresa A Crochet para solventar una necesidad que demanda un mercado específico, utilizando varios recursos como son humanos, materiales, tecnológicos, entre otros; se renuevan los procesos para reducir costos lo cual permite obtener una mejora continua en la calidad del producto, favoreciendo de esta manera al desarrollo socioeconómico de la población de Manta.

#### **5.16. Metas Del Proyecto.**

- Obtener el financiamiento necesario para iniciar con este proyecto.
- Fundar la nueva marca de ropa tejida a crochet de primera calidad en la mente de los consumidores de Manta y el Ecuador.
- Crear fuentes de empleo para la ciudadanía de Manta.

#### **5.17. Finalidad de la propuesta.**

La propuesta tiene como finalidad, aplicar todas las tácticas que se precisan para la elaboración de un proyecto de pre factibilidad como lo es para la confección y

comercialización de ropa tejida a crochet, destacando todas las herramientas financieras necesarias para la ejecución del proyecto. Además de posicionar la marca en la mente de los consumidores.



## Referencias

- Alcaldía de Manta. (2021). Obtenido de <https://manta.gob.ec/requisitos/>
- Aselec. (16 de Marzo de 2017). ASELEC asesoría y abogados. Obtenido de <https://www.aselecconsultores.com/obligaciones-registrales-sociedades-mercantiles/#:~:text=El%20Registro%20Mercantil%20es%20una,jur%C3%ADdica%20de%20las%20entidades%20inscritas.>
- A. k. (30 de Marzo de 2020). *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/analisis-de-la-competencia/>
- Arango Monroy, A. (3 de Octubre de 2014). *IMPORTANCIA DE UN ESTUDIO TÉCNICO DE UN PROYECTO*. Obtenido de Academia.edu: [https://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA\\_ESTUDIO\\_T%C3%89CNICO](https://www.academia.edu/8770204/IMPORTANCIA_ESTUDIO_T%C3%89CNICO)
- Arturo. (6 de Noviembre de 2019). *¿Qué es la promoción? (definición, importancia y mezcla promocional)*. Obtenido de CreceNegocios : <https://www.crecenegocios.com/promocion/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitucion de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Asamblea Nacional del Ecuador. (12 de Abril de 2017). *Codigo Organico del Ambiente*. Obtenido de Ambiente.gob: [https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)
- BADAJOS , P. (2020 de Febrero de 2020). El artículo definitivo sobre la lana: qué tipos hay, para qué sirven y cómo elegir cuál es la más adecuada. *Menzig.style*.
- BCE. (2020). La economía Ecuatorina decreció 12,4%. Quito: Banco Central Del Ecuador.
- Carrasco Fernández, S., & García Prado, E. (2018). *Gestión de productos y promociones en el punto de venta*. Madrid: Ediciones Praninfo, S.A.

Codigo de trabajo. (26 de Septiembre de 2012). lexis. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Conexiónesan. (24 de Enero de 2017). *El indice beneficio/costo en las corporativas*. Obtenido de Conexiónesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas/>

Constant, I. (11 de Noviembre de 2020). *¿Qué es el crochet o tejido con ganchillo?* Obtenido de Domestika.org Blog: <https://www.domestika.org/es/blog/5628-que-es-el-crochet-o-tejido-con-ganchillo>

Enciclopedia Económica. (2017). *Actividad comercial*. Obtenido de Enciclopedia Económica: (<https://enciclopediaeconomica.com/actividad-comercial/>).

EOM. (22 de Septiembre de 2020). *¿Qué es el PIB y cómo se calcula?* Obtenido de EOM : <https://elordenmundial.com/que-es-el-pib-como-se-calcula/>

Eslava Sarmiento, A. (2017). *Canales de distribución logístico - comerciales*. Bogotá: Ediciones de la U.

Federico. (11 de Junio de 2021). *"Estudio Financiero"*. Obtenido de [Zonaeconomica.com/](https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero): <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Fonseca, A. (2014). *Marketing Digital en redes sociales*.

Forero, T. (13 de Abril de 2021). *crehana.com*. Obtenido de <https://www.crehana.com/ec/blog/craft/historia-crochet/>

Forero, Tatiana. (11 de Febrero de 2021). Obtenido de Tipos de hilo crochet: *¡Conócelos y tejerás tan bien como tu abuela!*: <https://www.crehana.com/ec/blog/craft/hilo-crochet/>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (Diciembre de 2020). *Instituto Nacional de Estadística y censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//base-censo-2010/>

Ionos.es. (29 de Junio de 2020). *La mejora continua*:. Obtenido de Ionos.es : <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/proceso-de-mejora-continua/>

Jara, V. (2013). *Lanas y Tejidos del Ecuador*. Obtenido de <https://www.findglocal.com/EC/Quito/280745385391146/Lanas-y-Tejidos-del-Ecuador>

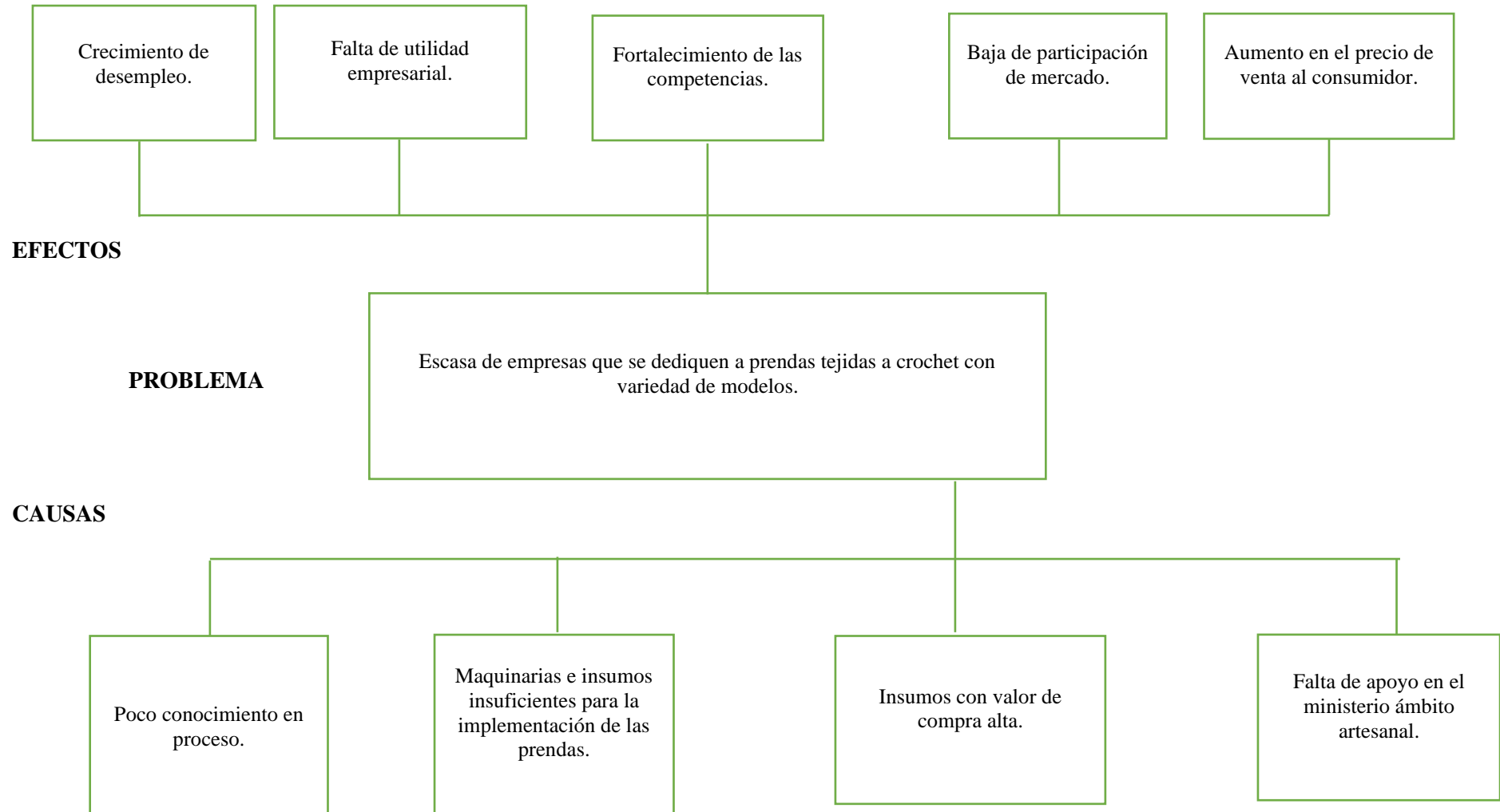
Martinez Luna, J. D. (8 de Junio de 2013). *Unidad 6 estudio administrativo y lega*.

- Obtenido de Slideshare.net: <https://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>
- Mesquita , R. (23 de Julio de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestiopoli*. Obtenido de Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Molina, C. N. (2021). *Materiales Utilizados* . Obtenido de Blog Moda a Crochet: <https://www.crochet.com.ar/materiales.htm>
- Nuño, P. (7 de Julio de 2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Obtenido de Emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Ortegón, C. (6 de Mayo de 2019). *Planeación estratégica: qué es y cómo hacerla para tu empresa*. Obtenido de Blog.inmarketing : <https://blog.inmarketing.co/blog/planeacion-estrategica-que-es-como-se-hace>
- Palacios, E. (23 de Junio de 2012). *Como crear una empresa, Estudio financiero, Plan de negocios, Ser empresario*. Obtenido de Crearunaempresaya.wordpress.com/: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>
- Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento y creatividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2011). *Definición de confección*. Obtenido de Definicion.de: (<https://definicion.de/confeccion/>)
- Pérez, M. (27 de Enero de 2021). *Definición de Calidad*. Obtenido de Conceptodefinicion: <https://conceptodefinicion.de/calidad/>
- Quiroa, M. (4 de Julio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Estudio de factibilidad: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Ramírez, P. (2 de Marzo de 2021). *¿Qué son los indicadores financieros y cómo analizarlos?* Obtenido de economia.com: <https://economia3.com/que-son-los-indicadores-financieros-como-analizarlos/>

- Santos Santos , T. (Noviembre de 2008). *"Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio"*. Obtenido de Eumed.net:  
<http://www.eumed.net/ce/2008b/>
- Sevilla Arias, A. (15 de Julio de 2014). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Sevilla Arias, A. (5 de Noviembre de 2016). *Productividad*. Obtenido de Economipedia.com :  
<https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Significados.com. (27 de Mayo de 2020). *Marketing*. Obtenido de <https://www.significados.com/marketing/>
- Sordo, A. I. (22 de Octubre de 2020). *Ventaja competitiva: qué es y cuáles son los ejemplos más exitosos*. Obtenido de Blog.hubspot :  
<https://blog.hubspot.es/marketing/ventaja-competitiva>
- Taller Celeste. (5 de Mayo de 2021). *Historia del crochet: Definición y orígenes (2021)*. Obtenido de Blog Taller Celeste:  
<https://www.tallercelest.cl/historia-del-crochet-definicion-y-origenes/>
- Vásquez Hidalgo , I. (18 de Diciembre de 2005). *Tipos de estudio y métodos de investigación*. Obtenido de gestiopolis.com:  
<https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>
- Vázquez Moreno, J. (2015). *Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. IT Campus Academy.
- Velayos Morales, V. (15 de Junio de 2014). *Valor actual neto (VAN)*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Venegas Molina , B. J., & Loredó Carballo, N. (s.f.). *Cadena de valor y ventaja competitiva*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva/>

## Apéndices

### APÉNDICE A



## Apéndice B: Encuestas



### CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

**Encuesta dirigida a las mujeres entre 15 y 64 años de la ciudad de Manta.**

**Objetivo General:** Obtener información necesaria para la implementación de una empresa que se dediquen a la elaboración de prendas tejidas a crochet con variedad de modelos.

Datos Informativos

Edad: .....

Domicilio: .....

**1. ¿Valora usted las prendas realizadas artesanalmente?**

Si .....

No .....

**2. ¿Le gustaría poder adquirir prendas tejidas a crochet con variedad de modelos?**

Si .....

No .....

**3. ¿Cómo considera la demanda de mercado de prendas tejidas a crochet?**

Las personas demandan mucho las prendas tejidas a crochet. ....

Las personas demandan medianamente las prendas tejidas a crochet.....

Las personas demandan poco las prendas tejidas a crochet.....

**4. ¿Cómo estima la oferta de mercado de prendas tejidas a crochet?**

Se ven muchas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.....

Existen algunas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.....

Existen pocas opciones de prendas tejidas a crochet en el mercado.....

**5. ¿Considera Usted que existe alta competencias de prendas tejidas a crochet en la Ciudad de Manta?**

Si .....

No .....

**6. ¿Conoce empresas que comercializan prendas tejidas a crochet en la Ciudad de Manta?**

Sí .....

No .....

**7. ¿Con qué frecuencia compra ropa de tejido?**

Una vez a la semana ...

Una vez al mes. ...

Cada 3 meses. ...

Una vez al año....

Otras....

**8. ¿Qué tipos de prendas de tejido le gustaría adquirir?**

Vestido....

Blusas....

Accesorios de cocinas....

Ropa de bebe....

Traje de baño....

Faldas.....

Otros.....

**9. ¿En qué ocasiones le gustaría usar prendas artesanales de crochet?**

Reuniones.....

Fiestas.....

Para la casa .....

Paseos .....

Otros .....

**10. ¿Qué tipo de material prefiere para su ropa de tejido?**

Lana .....

Hilo .....

Otros .....

**11. ¿Qué factores son importantes al momento de elegir su ropa de tejido?**

Calidad .....

Colores .....

Precios .....

Variedad .....

**12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su ropa de tejidos a crochet?**

Faldas \$ 15,00 .....

Blusas \$ 20,00 .....

Accesorios de cocinas \$10,00 .....

Ropa de bebe \$20,00 .....



Traje de baño \$18,00 .....

**13. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones de una empresa que se dedique a elaborar prendas tejidas a crochet?**

Páginas Web .....

Redes Sociales .....

Radio .....

Periódicos .....

Volantes .....

**14. ¿Cómo le gustaría realizar el pago de las prendas tejidas a crochet?**

Transferencias .....

Efectivo .....

Tarjetas de crédito .....

Otro .....

**Apéndice C: Fotografías de realización de encuestas**

