

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN EN EL CARMEN



Uleam
Extensión El Carmen

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
INFORME DE PROYECTO DE DESARROLLO DEL TRABAJO
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de
productos de tejidos en El Carmen

AUTOR:

Zambrano Loor Pastora Teresa

TUTOR:

Ing. Ávila Ramírez Pablo Edison, PhD

EL CARMEN, JULIO 2026

Certificación

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Extensión de El Carmen de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

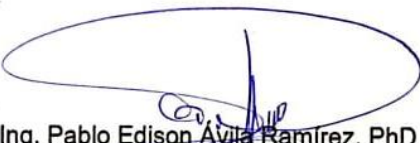
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante ZAMBRANO LOOR PASTORA TERESA, legalmente matriculada en la carrera de Administración, período académico 2025 (2) - 2026 (1), cumpliendo el total de 240 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE TEJIDOS EN EL CARMEN".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

El Carmen, 27 de julio de 2026

Lo certifico,


 Ing. Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD
Docente Tutor(a)
Área: Gestión Financiera y Administrativa

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

Declaración de Auditoria



DECLARACIÓN DE AUTORIA

La responsabilidad de este proyecto de Titulación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE TEJIDOS EN EL CARMEN”** corresponde exclusivamente a **ZAMBRANO LOOR PASTORA TERESA** con C.I **1313565110-1** y los derechos patrimoniales del mismo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

El Carmen – Manabí

Autora

Pastora Zambrano.
ZAMBRANO LOOR PASTORA TERESA
C.I 131356510-1



Aprobación del Proyecto de Investigación



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Trabajo de Titulación con modalidad Proyecto Integrador, titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE TEJIDOS EN EL CARMEN", cuya autora es Zambrano Loor Pastora Teresa de la Carrera de Administración de Empresas y como Tutor de Trabajo de Titulación el Ing. Ávila Ramírez Pablo Edison, PhD.

El Carmen, 24 de agosto de 2026

ING. MINAYA MACÍAS MARTHA MARGARITA, MGTR.
Presidente del tribunal de titulación

DRA. MOREIRA MERO NELLY YOLANDA, PHD.
Miembro del tribunal de titulación

ING. ZAMBRANO RIVERA MILTON GEOVANNY, MGTR.
Miembro del tribunal de titulación

Dedicatoria

Al culminar esta etapa de mi formación académica, deseo expresar mi más sincero agradecimiento, en primer lugar, a Dios por haberme concedido una nueva oportunidad de vida después de un accidente ocurrido cuando me encontraba a mitad de mi carrera universitaria. Su fortaleza y guía fueron fundamentales para darme la oportunidad de seguir adelante y alcanzar esta importante meta.

De manera muy especial agradezco a mi primo Jefferson, quien hoy es mi ángel en el cielo y cuya memoria se convirtió en una fuente de fortaleza e inspiración para no rendirme ante las adversidades ni en los momentos más difíciles. Así mismo expreso mi profunda gratitud a mi familia por acompañarme durante todo mi proceso de recuperación, por confiar siempre en mí, por brindarme su apoyo incondicional y por inculcarme los valores que hoy forman parte de mi vida y de mi crecimiento personal y profesional.

Extiendo también mi agradecimiento a mi tutor, por su orientación, paciencia y dedicación durante el desarrollo de esta investigación; a los docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por los conocimientos compartidos a lo largo de mi formación académica; y a todas las personas que con su tiempo, apoyo y colaboración hicieron posible la culminación de este proyecto de investigación.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento por haber sido parte de este importante logro. Cada palabra de aliento, cada enseñanza y cada gesto de apoyo dejaron una huella significativa en este camino. La culminación de esta investigación representa no solo el cumplimiento de una meta académica, sino también el reflejo de la perseverancia, la fe y el compromiso que hicieron posible convertir este sueño en una realidad.

Teresa Zambrano

Reconocimiento

Al llegar al final de esta etapa de mi formación académica, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, por regalarme una nueva oportunidad de vida y darme la fortaleza necesaria para seguir adelante con mis estudios, especialmente después de los momentos difíciles tuve que enfrentar.

A mi familia, por estar a mi lado en cada momento de este camino, y de manera especial durante mi recuperación. Gracias por su amor, apoyo incondicional, palabras de aliento y por motivarme siempre a seguir adelante, incluso cuando las circunstancias fueron difíciles. A mi primo Jefferson, quien, aunque ya no este físicamente conmigo, desde el cielo sigue siendo una fuente de inspiración, fortaleza y motivación para alcanzar mis metas.

También quiero agradecer a mi tutor, por su paciencia, dedicación, orientación y por compartir sus conocimientos durante el desarrollo de esta investigación. Finalmente, agradezco de corazón a todas aquellas personas que, de una u otra manera, me brindaron su apoyo y aportaron para que hoy pueda culminar esta importante etapa de mi vida.

Teresa Zambrano.

Índice

Portada	I
Certificación.....	II
Declaración de Auditoria	III
Aprobación del Proyecto de Investigación	IV
Dedicatoria.....	V
Reconocimiento	VI
Índice.....	VII
Índice de Tabla.....	XII
Índice de Figuras.....	XIV
Índice de Anexos.....	XVI
Resumen.....	XVIII
Introducción	XIX
CAPÍTULO I	1
1. Marco Teórico.....	1
1.1. Estudio de Factibilidad	1
1.1.1. Análisis de Mercado	1
1.1.2. Análisis Técnico.....	3
1.1.3. Análisis Organizacional	4
1.1.4. Análisis Económico-Financiero.....	5
1.1.5. Análisis ambiental.....	6
1.1.6. Plan de Inversión.....	6
1.1.7. Punto de Equilibrio	7
1.1.8. Estados Financieros	8
1.2. Elaboración y Comercialización de Productos de Tejidos	9
1.2.1. Proceso de Producción Artesanal.....	9
1.2.2. Gestión Comercial	10
1.2.3. Canales de Distribución	10
1.2.4. Sostenibilidad del Negocio	11
1.2.5. Número de Canales de Venta Activos (ferias, locales, redes sociales)	12
1.2.6. Promedio Mensual de Ingresos por Ventas	12

CAPÍTULO II	15
2. Diagnóstico o Estudio de Campo.....	15
2.1. Naturaleza de la Empresa.....	15
2.2. Descripción de la Empresa.....	15
2.3. Aspecto de Mercado	16
2.3.1. Participación de la Competencia en el Mercado.....	16
2.3.2. Distribución y Puntos de Venta	17
2.3.3. Promoción del Producto o Servicio	17
2.3.3.1. Publicidad	18
2.3.3.2. Promoción de Ventas	18
2.3.3.3. Marcas.....	18
2.3.3.4. Etiqueta	18
2.3.3.5. Empaque	19
2.3.4. Fijación y Política de Precio	19
2.4. Aspecto Técnico.....	20
2.4.1. Localización Optima de la Planta	20
2.4.2. Método Cualitativo por Puntos Ponderados	21
2.4.3. Determinación de la Capacidad Instalada Optima de la Planta	22
2.4.3.1. Capacidad y Demanda	22
2.4.4. Capacidad y Suministros.....	23
2.4.5. Capacidad y Tecnología.....	23
2.4.6. Capacidad y Financiamiento.....	24
2.4.7. Capacidad y Organización	25
2.4.8. Descripción Especifica.....	27
2.4.9. Diagrama de Flujo.....	29
2.5. Marco Estratégico Empresarial.....	30
2.5.1. Misión.	30
2.5.2. Visión.....	30
2.5.3. Valores.	30
2.5.4. Principios.	31
2.5.5. Organigrama	32

2.5.6.	Logotipo.....	33
2.5.7.	Slogan	33
2.6.	Metodología.....	34
2.6.1.	Enfoque	34
2.6.2.	Tipo de Investigación.....	34
2.6.3.	Métodos.....	35
2.6.3.1.	Método inductivo.....	35
2.6.3.2.	Método deductivo	35
2.6.3.3.	Método analítico	36
2.6.4.	Técnicas	36
2.6.4.1.	Encuestas.....	36
2.6.5.	Herramientas	37
2.6.6.	Población.....	37
2.6.7.	Muestra	38
2.7.	Aplicación de la Encuesta.....	39
2.7.1.	Conclusiones de la Encuesta.....	55
2.7.1.1.	Precio	55
2.7.1.2.	Producto	55
2.7.1.3.	Promoción.....	55
2.7.1.4.	Plaza.....	56
CAPÍTULO III.....		57
3.	Diseño de la Propuesta.....	57
3.1.	Título.....	57
3.2.	Justificación	57
3.3.	Fundamentos (Base Legal)	58
3.4.	Objetivos.....	58
3.4.1.	General.....	58
3.4.2.	Específico.....	58
3.5.	Desarrollo de la Propuesta	60
Índice.....		61
1.	Introducción	63

2.	Abreviaturas.....	64
3.	Simbología	65
4.	Base legal	65
4.1.	Constitución de la Republica del Ecuador (2008)	65
4.2.	Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	66
4.3.	Código de Comercio	67
4.4.	Ley de Régimen Tributario Interno	67
4.5.	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	68
5.	Factibilidad Económica y Financiera.....	69
5.1.	Plan de Inversión.....	69
5.2.	Costo Promedio Ponderado.....	70
5.3.	Resumen de Fuentes de Inversión Interna y Externa.....	71
5.4.	Resumen de Costos	72
5.4.1.	Hoja de Costos de Llaveros	72
5.4.2.	Hoja de Costos de Amigurumis	74
5.5.	Resumen de Costos Fijos y Variables.....	76
5.5.1.	Clasificación de Costos Fijos y variables de amigurumis	76
5.5.2.	Clasificación de Costos Fijos y Variables	78
5.6.	Análisis del Punto de Equilibrio	80
5.6.1.	Punto de Equilibrio de Llaveros	80
5.6.2.	Punto de equilibrio de Amigurumis.....	81
5.7.	Estado de Resultados Proyectados.....	82
5.8.	Estado de Situación Financiera	84
5.9.	Flujo de Caja del Proyecto.....	86
5.10.	Evaluación Económica y Financiera.....	88
5.11.	Análisis Financiero	89
5.11.1.	Ratios de Rentabilidad	89
5.11.2.	Ratios de Solvencia y Apalancamiento.....	91
5.12.	Análisis de Sensibilidad.....	93
5.12.1.	Escenario Moderado	93
5.12.2.	¿ Escenario Pesimista.....	95

Conclusiones	97
Recomendaciones	98
Bibliografía	99
Anexos	103

Índice de Tabla

Tabla 1	20
<i>Método de Localización por Puntos Ponderados</i>	20
Tabla 2	21
<i>Ubicación de la Empresa</i>	21
Tabla 3	23
<i>Capacidad y suministros</i>	23
Tabla 4	23
<i>Capacidad y Tecnología</i>	23
Tabla 5	26
<i>Estructura organizativa adaptada a la capacidad instalada</i>	26
Tabla 6	64
<i>Abreviaturas</i>	64
Tabla 7	65
<i>Simbología del Flujograma</i>	65
Tabla 8	69
<i>Plan de Inversión</i>	69
Tabla 9	70
<i>Costo Promedio Ponderado de Capital</i>	70
Tabla 10	71
<i>Fuentes de Inversión Interna y Externa</i>	71
Tabla 11	72
<i>Hoja de Costos de Llaveros</i>	72
Tabla 12	74
<i>Hoja de Costos Amigurumis</i>	74
Tabla 13	76
<i>Clasificación de Costos Fijos y Variables de amigurumis</i>	76
Tabla 14	78
<i>Clasificación de Costos Fijos y Variables de Llaveros</i>	78
Tabla 15	80
<i>Punto de Equilibrio de Llaveros</i>	80

Tabla 16	81
<i>Punto de Equilibrio de Amigurumis</i>	81
Tabla 17	82
<i>Estado de Resultados Proyectados</i>	82
Tabla 18	84
<i>Estado de Situación Financiera</i>	84
Tabla 19	86
<i>Flujo de Caja</i>	86
Tabla 20	88
<i>Evaluación Económica y Financiera</i>	88
Tabla 21	89
<i>Análisis Financiero Ratios de Rentabilidad</i>	89
Tabla 22	91
<i>Análisis Financiero Ratio de Solvencia y Apalancamiento</i>	91
Tabla 23	93
<i>Sensibilidad del Escenario Moderado</i>	93
Tabla 24	95
<i>Sensibilidad del Escenario Pesimista</i>	95

Índice de Figuras

Figura 1	29
<i>Diagrama de Flujo de Tesa</i>	29
Figura 2	32
<i>Estructura Organizacional propuesta para Tesa</i>	32
Figura 3	33
<i>Logotipo de la Empresa</i>	33
Figura 4	39
<i>Edad de los Encuestados</i>	39
Figura 5	40
<i>Género de los Encuestados</i>	40
Figura 6	41
<i>Conocimiento sobre Tejidos</i>	41
Figura 7	42
<i>Intereses de compra de los encuestados</i>	42
Figura 8	43
<i>Preguntas Método de Likert</i>	43
Figura 9	44
<i>Preferencia de Precios por Amigurumi</i>	44
Figura 10	45
<i>Preferencia de precios por Llaveros</i>	45
Figura 11	46
<i>Preferencia de precios por Flores por Unidad</i>	46
Figura 12	47
<i>Consideraciones al Comprar</i>	47
Figura 13	48
<i>Medios de Información de Preferencia para Publicidad</i>	48
Figura 14	49
<i>Redes Sociales con Mayor Uso</i>	49
Figura 15	50
<i>Preferencia de Contenido para Conocer el Producto</i>	50

Figura 16	51
<i>Preferencia de Compra del Producto</i>	51
Figura 17	52
<i>Preferencia para Recibir los Productos</i>	52
Figura 18	53
<i>Preguntas con Método de Likert</i>	53
Figura 19	54
<i>Frecuencia de Compra del Producto</i>	54

Índice de Anexos

Anexo 1	103
<i>Certificado de Copilatio</i>	103
Anexo 2	105
<i>Validación de la Encuesta</i>	105
Anexo 3	111
<i>Validación de la Encuesta</i>	111
Anexo 4	117
<i>Presupuesto de Equipo de Computo</i>	117
Anexo 5	117
<i>Presupuesto de Mano de Obra Directa</i>	117
Anexo 6	117
<i>Presupuesto de Gastos de Administración</i>	117
Anexo 7	118
<i>Presupuesto de Materia Prima</i>	118
Anexo 8	118
<i>Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación</i>	118
Anexo 9	119
<i>Presupuesto de Muebles y Enseres</i>	119
Anexo 10	119
<i>Presupuesto de Suministros de Oficina</i>	119
Anexo 11	120
<i>Presupuesto de Insumos de Limpieza</i>	120
Anexo 12	120
<i>Presupuesto de Gastos de Constitución</i>	120
Anexo 13	121
<i>Demanda Actual</i>	121
Anexo 14	121
<i>Producción Anual</i>	121
Anexo 15	122
<i>Demanda Potencial y Satisfecha</i>	122

Anexo 16.....	122
<i>Producción Futura</i>	122
Anexo 17.....	123
<i>Materia Prima Directa</i>	123
Anexo 18.....	123
<i>Materia Prima Indirecta</i>	123
Anexo 19.....	123
<i>Precio de Materia Prima Directa</i>	123
Anexo 20.....	124
<i>Precio de Materia Prima Indirecta</i>	124
Anexo 21.....	124
<i>Cálculo de Materia Prima Directa de Llaveros</i>	124
Anexo 22.....	124
<i>Cálculo de Materia Prima Indirecta de Llaveros</i>	124
Anexo 23.....	125
<i>Cálculo de Materia Prima de Amigurumi</i>	125
Anexo 24.....	125
<i>Cálculo de Materia Prima Indirecta de Amigurumis</i>	125
Anexo 25.....	126
<i>Punto de Equilibrio de Llaveros</i>	126
Anexo 26.....	127
<i>Punto de Equilibrio de Amigurumis</i>	127
Anexo 27.....	128
<i>Depreciación por Línea Recta sin Valor Residual</i>	128
Anexo 28.....	128
<i>Tabla de Amortización</i>	128

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos tejidos del emprendimiento Tesa en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, con la finalidad de determinar la viabilidad de su implementación desde los ámbitos técnicos, comercial, organizacional y financiero. El problema que motivo el estudio estuvo relacionado con la ausencia de una planificación que permitiera evaluar la factibilidad del emprendimiento, situación que limitaba la toma de decisiones y el aprovechamiento de las oportunidades existentes en el mercado para la comercialización de productos artesanales tejidos en crochet. Para el desarrollo de la investigación se utilizó un enfoque cuantitativo, apoyado en los métodos inductivo, deductivo y analítico, los cuales permitieron recopilar, analizar e interpretar la información obtenida. La población estuvo conformada por 120936 habitantes de la zona urbana del Cantón El Carmen, de la cual se obtuvo una muestra probabilística de 382 personas. Como técnica de recolección de datos se aplicó la encuesta, mediante un cuestionario estructurado. Los resultados evidenciaron respuestas favorables por parte de los potenciales consumidores, quienes manifestaron interés en adquirir productos elaborados en crochet, confirmando la existencia de una demanda potencial en el mercado local. Además, la evaluación financiera evidenció indicadores favorables de rentabilidad y recuperación de la inversión, concluyendo que la implementación de Tesa representa una alternativa viable y sostenible para fortalecer la oferta de productos artesanales y contribuir al desarrollo económico local.

Introducción

La elaboración y comercialización de productos artesanales ha cobrado mayor importancia en Ecuador durante los últimos años, impulsada por el crecimiento de los emprendimientos como una alternativa para fortalecer la economía y generar oportunidades de empleo (INEC, 2025). A medida que aumenta el interés de los consumidores por adquirir productos personalizados y elaborados de manera artesanal, también se amplían las posibilidades de desarrollo para este sector. No obstante, muchos emprendimientos aún enfrentan dificultades relacionadas con la planificación financiera, el control de costos y las estrategias de comercialización.

En la provincia de Manabí, la actividad artesanal representa un importante sustento económico para muchas familias, y al mismo tiempo, contribuye a mantener vivas las tradiciones y expresiones culturales que caracterizan a la región (GAD de Manabí, 2021). A pesar de ello, numerosos emprendimientos se desarrollan de manera empírica, sin contar con estudios que respalden la viabilidad de sus proyectos, lo que dificulta la toma de decisiones y limita las posibilidades de consolidarse, crecer y competir en un mercado cada vez más exigente. En el cantón El Carmen, los productos tejidos han ganado aceptación entre los consumidores debido a su carácter artesanal, su nivel de personalización y el valor que representan como detalles únicos para diferentes ocasiones.

El objetivo general de la investigación fue elaborar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos de tejidos en el cantón El Carmen. Por ende, para el cumplimiento de este objetivo se plantearon cuatro tareas científicas, las cuales destacan en analizar los fundamentos teóricos y antecedentes relacionados con los estudios de factibilidad aplicados al sector artesanal, valorar los componentes técnicos, económicos, financieros y comerciales que intervienen en la elaboración y comercialización de productos de tejidos,

diagnosticar la situación actual de los emprendimientos dedicados a la elaboración de estos productos y por ultimo elaborar una propuesta de estudio de factibilidad que permita fortalecer la elaboración y comercialización de los mismos.

Las variables que orientaron la investigación fueron el estudio de factibilidad como variable independiente y como variable dependiente elaboración y comercialización de productos de tejidos. La investigación se desarrolló con una población conformada por los habitantes del cantón El Carmen y una muestra de 382 personas, seleccionadas mediante un muestreo probabilístico. Para la recopilación de la información se empleó un enfoque cuantitativo, utilizando los métodos inductivo, deductivo y analítico, por otro lado, como técnica de investigación se aplicó la encuesta, utilizando un cuestionario estructurado como instrumento para la obtención de los datos.

La investigación se estructura en tres capítulos. En el Capítulo I se desarrolla el marco teórico, donde se abordan los principales conceptos y fundamentos relacionados con el estudio de factibilidad, así como las variables que sustentan el desarrollo de la investigación. El capítulo II corresponde al diagnóstico o estudio de campo, en este apartado se describe la metodología empleada, se presentan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta y se analiza la situación actual del emprendimiento con el propósito de identificar sus principales fortalezas, necesidades y oportunidades de mejora. El Capítulo III comprende la propuesta del estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos tejidos del emprendimiento Tesa. En este capítulo se exponen los aspectos legales que respaldan el proyecto, los presupuestos requeridos, los estados financieros proyectados y la evaluación económica, elementos que permiten determinar la viabilidad de la propuesta.

CAPÍTULO I

1. Marco Teórico

1.1. Estudio de Factibilidad

De acuerdo con Castillo (2021), un estudio de factibilidad es una herramienta fundamental porque permite analizar con mayor claridad si un proyecto realmente vale la pena antes de invertir tiempo y recursos. Es un proceso que ayuda a entender los riesgos, costos y beneficios reales de una idea, brindando una base sólida para tomar decisiones responsables, el hecho de que pueda desarrollarse como un pequeño proyecto, con planificación, presupuesto y control de riesgos, demuestra la importancia que tiene para evitar errores futuros. Además, el estudio de factibilidad aporta seguridad y confianza, por lo que permite evaluar de forma objetiva si el proyecto es viable y conveniente, reduciendo la improvisación y aumentando las probabilidades del éxito.

Cervantes (2021), manifiesta que el estudio de factibilidad constituye un proceso de evaluación integral que permite determinar la viabilidad de un proyecto mediante el análisis de sus componentes técnicos, de mercado, organizaciones, legales, ambientales y financieros. Su finalidad es proporcionar información objetiva para identificar las mejores alternativas de inversión, estimar los recursos necesarios, evaluar los riesgos y proyectar los beneficios esperados antes de iniciar la ejecución del proyecto, por ende, el estudio de factibilidad se convierte en una herramienta indispensable para disminuir la incertidumbre, optimizar la asignación de recursos y respaldar la toma de decisiones con base en criterios técnicos y económicos.

1.1.1. Análisis de Mercado

Viñán Villagrán et al., (2018) manifiestan que “al estudio de mercado se lo considera como la parte más importante del proyecto, un buen estudio de mercado permitirá desarrollar efectivamente todos los demás estudios; técnico, financiero y llevar a cabo una real evaluación del

proyecto” (p.19). A su vez Cevallos Vique et al., (2022) manifiesta que el estudio de mercado tiene como intención básica determinar la demanda insatisfecha al comparar la demanda frente a la oferta de un producto o servicio, este constituye un pilar fundamental dentro de un proyecto, ya que permite comprender el entorno en el que se desarrollara el producto o servicio, especialmente en relación con el comportamiento del consumidor y la competencia.

El estudio de mercado según Carrillo Rosero et al., (2020) “analiza la oferta y demanda mediante la consulta directa a fuentes primarias; recopila, tabula, analiza e interpreta los datos sistematizándolos para cuantificar el mercado y establecer estrategias orientadas al posicionamiento del proyecto en el segmento específico” (p.39). El propósito principal es identificar la demanda existente, la oferta disponible y las oportunidades que pueden aprovecharse dentro de un mercado específico.

Puerto (2017) asegura que “el estudio de mercado es una actividad investigativa que tiene como objetivo ayudar, analizar, planificar y comunicar datos relevantes acerca del consumidor con el fin de ayudar a tomar decisiones en situaciones específicas” (p.39). Por otro lado, este análisis es clave porque orienta el proyecto hacia las necesidades reales del cliente, evitando que el emprendimiento se base únicamente en ideas sin respaldo del mercado, en este tipo de proyecto es indispensable conocer qué tipo de productos tienen mayor aceptación, que características valoran los consumidores y cuáles son sus hábitos de compra, lo que permitirá adaptar la oferta de manera más eficiente. De acuerdo con los autores antes mencionados, este análisis no solo sirve para medir la demanda, sino también para definir estrategias que permitan diferenciar el producto frente a la competencia. Esto implica establecer precios adecuados, seleccionar canales de venta eficientes y posicionar el emprendimiento de forma competitiva. Por esto su correcta aplicación facilita la toma de decisiones estratégicas y aumenta las probabilidades del éxito del proyecto en el mercado.

1.1.2. Análisis Técnico

Carrillo Rosero et al., (2020) destaca que “analiza la ubicación, tamaño óptimo de la planta de producción, local comercial o establecimiento; de ser el caso; así como las maquinarias, equipos, hardware y software necesario para el desarrollo del proyecto” (p.40). No obstante Cevallos Vique et al. (2022) manifiesta que “está relacionado con tres aspectos básicos: tamaño, localización e ingeniería; requiere de la participación de equipos interdisciplinarios que aportan desde distintas perspectivas según tipo de proyecto con información y experticia profesional para la adecuada sistematización de insumos, procesos y productos” (p.80).

Por otra parte, Puerto (2017) formular un proyecto de inversión significa definir y trabajar una serie de variables relacionadas directa e indirectamente con los ingresos y los egresos asociados durante el proceso del desarrollo del proyecto. Lo que siempre se quiere lograr a la hora de realizar un proyecto es que sea viable, y un proyecto puede ser viable desde varias perspectivas, en el punto de vista técnico significa que el bien o servicio que se ofrece pueda ser producido o comercializado con la tecnología disponible y asequible para el inversionista, en la cantidad y la calidad proyectada y en la localización seleccionada a un costo competitivo. El análisis técnico es esencial porque garantiza que el proyecto no se quede únicamente en una idea, sino que pueda ejecutarse de manera realista y eficiente.

En el caso de los productos tejidos, este análisis permitirá determinar si se cuenta con los materiales, herramientas y conocimientos necesarios para producir en la cantidad y calidad requeridas, además de identificar el lugar más adecuado para su elaboración y comercialización. Además, este análisis contribuye a reducir riesgos, porque permite anticipar posibles limitaciones relacionadas con la producción, los costos y la disponibilidad de recursos. Por ende, su aplicación

adecuada asegura que el proyecto sea técnicamente viable, lo que constituye una base sólida para su desarrollo y sostenibilidad en el mercado.

1.1.3. Análisis Organizacional

Cada negocio requiere una estructura organizativa o, en caso de que se integre a una empresa ya existente, modificar la estructura organizacional ya existente. Este estudio se integrará con los análisis necesarios para definir una nueva estructura organizacional, a partir de estos resultados, se definirán inversiones en activos fijos y gastos de operación que afectarán los flujos de fondos (Villanueva, 2020).

El estudio de las organizaciones se ha caracterizado por una orientación técnico-instrumental y prescriptiva, relegando los problemas organizacionales y factores que se deben resolver bajo el criterio de la eficiencia y la productividad. A raíz de esto, se ha configurado históricamente un isomorfismo organizacional en torno a un solo eje, la eficiencia de la empresa. La empresa se convierte en el punto de referencia de la organización, y su lenguaje, métodos, herramientas y técnicas contaminan cada vez más el mundo organizacional (Uribe, 2020).

Es un proceso esencial para comprender como funciona realmente una empresa desde su interior y no solo a partir de sus resultados externos, evaluar todos los recursos, procesos y la estructura organización permite identificar con mayor claridad que aspectos están funcionando bien y cuales requieren mejoras para aumentar la eficiencia. Por lo que analizar estos elementos como el talento humano, la capacidad financiera y la cultura organización ayuda a fortalecer la gestión interna y alinear los objetivos de la empresa. El uso de herramientas como el análisis DAFO aporta una visión integral de la organización, facilitando la toma de decisiones estratégicas y contribuyendo a mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

1.1.4. Análisis Económico-Financiero

Carrillo Rosero et al., (2020) destacan que el estudio financiero determina presupuestos de inversión, ingresos proyectados, costos, gastos flujos de efectivo e indicadores financieros relacionados con la rentabilidad, el valor actual neto, la tasa interna de retorno, punto de equilibrio y el periodo de retorno de la inversión. Su importancia radica en que actúa como un filtro para determinar si el proyecto debe ejecutarse o destacarse. Al evaluar aspectos como el flujo de efectivo, la recuperación de la inversión y los niveles de rentabilidad, este análisis proporciona seguridad al emprendedor y reduce riesgos de pérdidas económicas, asegurando que el proyecto tenga bases financieras sólidas para su desarrollo.

A su vez Cevallos Vique et al., (2022) mencionan que “el estudio económico y financiero de un proyecto tiene como finalidad cuantificar los términos monetarios, todas las variables identificadas, estudiadas y analizadas en el estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y estudio administrativo” (p.112).

Teniendo en cuenta a Puerto (2017) el análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, así como el costo total de la operación de la planta, incluyendo funciones administrativas, de producción y ventas. De esta manera, permite establecer si el proyecto es rentable y sostenible en el tiempo, considerando los ingresos y egresos que se generaran durante su ejecución.

Este análisis representa un elemento determinante del estudio de factibilidad, ya que permite transformar la información del proyecto en valores monetarios concretos, a diferencia de otros análisis, su principal aporte radica en medir la rentabilidad y la sostenibilidad económica mediante indicadores financieros que reflejan el comportamiento real de la inversión. Por ende, este análisis es esencial porque permite tomar decisiones basadas en resultados cuantificables y no

solo en suposiciones. En este emprendimiento, facilita conocer con precisión cuanto capital se requiere, que nivel de ingresos se debe alcanzar para cubrir los costos y si el negocio generara beneficios a corto o largo plazo.

1.1.5. Análisis ambiental

Es un proceso técnico, sistemático y multidisciplinario que evalúa los efectos que un proyecto, actividad, política o plan puede tener sobre el medio ambiente. Su finalidad es prevenir, minimizar o compensar impactos negativos en el entorno natural, social y económico, asegurando que el desarrollo se lleve a cabo bajo principios de sostenibilidad (Poveda, 2019). El análisis ambiental suministra resultados analíticos y de muestreo, confiables, oportunos e imparciales, cumpliendo en el desarrollo de las actividades con los requisitos legales, reglamentarios y los pactados con el cliente, utilizando técnicas analíticas estandarizadas, personal calificado y equipos con las especificaciones apropiadas, para lograr la satisfacción de los clientes.

1.1.6. Plan de Inversión

Es un documento en el que se define como se asignaran los recursos financieros con el objetivo de alcanzar metas específicas mediante una estrategia determinada, permitiendo seleccionar las opciones de inversión más adecuadas según las necesidades de cada persona. Para su elaboración, es necesario realizar un análisis previo de la situación financiera, el perfil del inversionista, los objetivos planteados y el plazo en el que se desean cumplir, a partir de lo cual se establece una estrategia de inversión, se eligen las alternativas más convenientes y se realiza un seguimiento constante para verificar el cumplimiento de las metas propuestas (Orozco, 2025).

De acuerdo con el autor Mejía (2022) el plan de inversión se presenta como una herramienta estratégica esencial que orienta la adecuada asignación de recursos financieros con el propósito de alcanzar objetivos a largo plazo, proporcionando orden, dirección y coherencia en la

toma de decisiones. Su importancia radica en la definición de metas claras y en la capacidad de optimizar el rendimiento de las inversiones, gestionar los riesgos y mantener una disciplina financiera constante.

El autor Cortés (2020) asegura que “contar con un plan de inversión permite actuar de manera más racional y organizada frente a las oportunidades del mercado, evitando decisiones impulsivas y favoreciendo una gestión eficiente del capital”. Por ende, su aplicación resulta fundamental tanto para inversionistas principiantes como experimentados. Ya que contribuye a mejorar la planificación financiera y aumentar las probabilidades de éxito en el cumplimiento de los objetivos económicos.

1.1.7. Punto de Equilibrio

De acuerdo con el autor Lozano (2025) el punto de equilibrio se determina mediante un cálculo que permite identificar el momento en que los ingresos de una empresa son suficientes para cubrir tanto sus costos fijos como variables. Para este punto, el negocio no genera ni ganancias ni pérdidas, porque las ventas igualan a los gastos. Por esto hacer este cálculo es esencial para evaluar la rentabilidad de una empresa, debido a que permite conocer el nivel de ventas necesario para comenzar a obtener beneficios.

El autor Ávila (2020) menciona que consiste en “analizar cuanto debería bajar o aumentar el valor de una determinada variable para que el VAN sea cero, es muy sencillo de realizar con la función “buscar objetivo” de Excel”. Por ende, conocer este indicador antes de iniciar un proyecto facilita analizar su viabilidad financiera, ya que permite estimar si la idea de negocio es atractiva y en cuanto tiempo podría empezar a generar utilidades. Por ello el punto de equilibrio se considera una herramienta clave dentro de la planificación empresarial.

1.1.8. Estados Financieros

Los estados financieros son informes que recopilan y presentan de manera ordenada todas las operaciones económicas y realizadas por una empresa durante un periodo determinado, estas incluyen actividades como ingresos obtenidos, compras efectuadas, deudas con proveedores, pagos de préstamos y obligaciones laborales, entre otras que forman parte de la gestión diaria del negocio (Lozano, 2025).

De acuerdo con el autor Lozano (2020) el objetivo principal de los estados financieros es presentar información sobre la situación económica de una empresa en una fecha determinada, así como los resultados de sus operaciones y el flujo de efectivo durante un periodo específico. Estos informes constituyen un conjunto organizado de datos que reflejan de forma resumida la posición financiera, los resultados económicos y los movimientos de efectivo de una organización en un momento dado.

Medina (2026) destaca que “los estados financieros con informes contables estructurados que reflejan la situación económica, patrimonial y financiera de una empresa en un periodo determinado” (p. 46). Por ende, son herramientas fundamentales para la toma de decisiones de inversión y financiamiento, ya que permiten analizar la capacidad de crecimiento, estabilidad y rentabilidad de la empresa, así como conocer el origen y uso de sus recursos, evaluar su liquidez y solvencia.

A su vez Carvajal (2020) destaca que el estado financiero de una empresa es una herramienta fundamental que refleja su salud económica, proporcionando una visión clara de su desempeño y estabilidad. Además, estos se dividen en diferentes categorías, entre ellos está el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo, cada una de estas está

diseñada con la finalidad de cumplir un propósito en específico, ya que proporcionan información relevante sobre distintos aspectos de la gestión empresarial.

1.2. Elaboración y Comercialización de Productos de Tejidos

Comprende un conjunto de actividades orientadas a transformar materias primas en bienes que satisfagan las necesidades de los consumidores y posteriormente ponerlos a disposición del mercado mediante estrategias que faciliten su distribución, promoción y venta. Este proceso no solo implica la fabricación del producto, sino también la planificación de acciones que permitan generar valor para el cliente y alcanzar los objetivos comerciales de la organización (Carrasco, Salah, & Beviá, 2025).

Urbina (2013) menciona que la elaboración de productos consiste en el proceso mediante el cual los recursos materiales, humanos y tecnológicos se combinan para transformar insumos en bienes terminados, procurando optimizar la calidad, los costos y la eficiencia de la producción. Una adecuada planificación del proceso productivo permite aprovechar los recursos disponibles, reducir desperdicios y garantizar que el producto final cumpla con las expectativas del mercado. Su finalidad es facilitar el intercambio entre la empresa y el mercado, creando valor para los clientes y contribuyendo al crecimiento y posicionamiento del negocio.

1.2.1. Proceso de Producción Artesanal

Flores (2026) destaca que la producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental. La producción artesanal tiene un valor que va más allá de la elaboración de objetos, representa una forma de trabajo que combina el esfuerzo físico y mental con el conocimiento tradicional transmitido de generación en generación. Su importancia radica en los productos

finales, en las habilidades, técnicas y saberes que preservan la identidad cultural y el patrimonio de una comunidad. Este tipo de producción contribuye al desarrollo económico local y a la generación de empleo, especialmente en sectores donde la industrialización es limitada, por lo que proteger y fortalecer la producción artesanal es fundamental para evitar la pérdida de conocimientos ancestrales y promover un modelo de producción más humano, sostenible y con valor cultural.

1.2.2. Gestión Comercial

Luzardo (2023) asegura que “la gestión comercial es la que guía todos los procesos de la organización con armonía y asertividad, mediante la aplicación de políticas y estrategias decisivas para el éxito empresarial” (p.38). Esta forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones, porque toma decisiones relativas sobre a qué mercado acceder, con qué producto, qué política de precios aplicar, como desarrollar una sistemática comercial eficaz, ya que estas forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa.

1.2.3. Canales de Distribución

Viñán Villagrán (2018) afirma que “situar el producto en el lugar y momento adecuado es una de las tareas decisivas con las que se enfrenta la empresa dada su repercusión directa en las ventas producidas y en la generación de costos adicionales” (p.26). Además, el canal de distribución incluye aquellas actividades relacionadas con el transporte de bienes desde el abastecimiento de materias primas hasta el consumidor final, también incluye la selección de compras, planificación de la producción, procesamiento de pedidos, control de inventario, transporte, almacenaje y servicio al cliente.

Carrillo Rosero et al., (2020) “Los canales de distribución son los medios a través de los cuales las organizaciones acercan el producto a sus clientes objetivos y potenciales” (p.77). Este es un elemento clave para el funcionamiento eficiente de las empresas, ya que integra de manera coordinada todos los procesos necesarios para llevar un producto desde la materia prima hasta el consumidor final, su origen es relevante como una respuesta estratégica a una crisis empresarial, demuestra que una adecuada gestión de la cadena de suministro puede convertirse en una ventaja competitiva.

1.2.4. Sostenibilidad del Negocio

La sostenibilidad en los negocios hace referencia a la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera responsable, procurando un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de la sociedad. Las organizaciones implementan estrategias y acciones orientadas a reducir los impactos negativos que pueden generar sus operaciones, al tiempo que buscan garantizar su permanencia y desarrollo en el mercado. Esto implica promover prácticas como el uso eficiente de los recursos, la reducción de residuos, el respeto hacia las comunidades y una gestión basada en principios éticos (Parias, 2025).

Aragón (2020) asegura que la sostenibilidad empresarial suele evaluarse mediante los criterios ambientales, sociales y de gobernanza, conocidos como ESG, estos indicadores permiten valorar el desempeño de una organización en aspectos relacionados con la protección del entorno, la responsabilidad social y la transparencia en la gestión y la toma de decisiones. Adoptar este enfoque no solo favorece una administración más responsable, sino que también fortalece la imagen de la empresa, mejora su capacidad para competir y contribuye a generar valor a largo plazo, considerando que los consumidores y los mercados muestran un interés cada vez mayor por productos y servicios desarrollados bajo prácticas sostenibles.

1.2.5. Número de Canales de Venta Activos (ferias, locales, redes sociales)

Forma en que un emprendimiento se comunica con los diferentes segmentos de mercado, para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor. Es decir, los medios por los que se va a comunicar, enviar y vender tu propuesta de valor, hacia el consumidor final. A través de ellos, se puede promocionar y entregar los productos o servicios, a un segmento de mercado específico (Emprendimiento.ec, 2026).

De acuerdo con el autor Nava (2026) los canales de venta son los métodos a través de los cuales las empresas ofrecen sus productos o servicios a los clientes. Elegir el canal correcto es crucial para llegar al público adecuado y maximizar las ventas. Existen diferentes tipos de canales de comercialización que varían en función de los objetivos empresariales, el tipo de producto y el mercado objetivo. Un canal de ventas es la vía a través de la cual un producto o servicio llega desde el productor hasta el consumidor final. Los canales de venta pueden ser directos, es decir, cuando la empresa vende directamente a los clientes, o indirectos, cuando intervienen intermediarios. Elegir el canal adecuado puede impactar en gran medida las ventas, la percepción de la marca y la eficiencia operativa de una empresa.

1.2.6. Promedio Mensual de Ingresos por Ventas

De acuerdo con Gitman & Zutter (2017) los ingresos por ventas representan un valor monetario obtenido por la comercialización de bienes o servicios en un periodo específico, convirtiéndose en uno de los principales elementos para analizar la viabilidad financiera de una empresa, por ende, el promedio mensual de ingresos permite identificar tendencias de crecimiento, estabilidad o disminución en las ventas, facilitando la toma de decisiones estratégicas relacionadas con producción, comercialización y control financiero.

En un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos tejidos en El Carmen, esta variable adquiere relevancia porque permite conocer cuánto dinero podría generar mensualmente el emprendimiento mediante la venta de artículos tejidos. Además, constituye a estimar si los ingresos proyectados serían suficientes para cubrir costos de producción, gastos operativos y obtener utilidades. De acuerdo con Chain & Chain (2014) la proyección de ingresos constituye una herramienta esencial en la evaluación de proyectos, debido a que permite calcular indicadores financieros como el punto de equilibrio, flujo de caja y rentabilidad.

Los ingresos promedios por ventas están relacionados directamente con factores como el volumen de producción, precio de venta, aceptación de producto en el mercado y estrategias de comercialización. Gitman & Zutter (2017) mencionan que las ventas dependen de la capacidad de la empresa para satisfacer necesidades del consumidor mediante propuestas de valor diferenciadas, lo cual influye en la generación constante de ingresos. En el caso de los productos tejidos, elementos como la calidad, innovación, diseño y promoción pueden incrementar el nivel de ventas y fortalecer la competitividad del emprendimiento.

Desde el enfoque financiero, el análisis del promedio mensual de ingresos por ventas permite evaluar la estabilidad económica del negocio y su capacidad para mantenerse en el mercado. Block et al., (2017) sostienen que el monitoreo periódico de los ingresos facilita la planificación financiera y el control administrativo, permitiendo corregir desviaciones y optimizar recursos. Esta variable es indispensable para determinar la factibilidad económica y comercial de proyectos productivos orientados a actividades artesanales y textiles. El promedio mensual de ingresos por ventas constituye un indicador financiero y comercial que permite medir el nivel de recursos económicos generados por una empresa o emprendimiento durante un periodo determinado, generalmente expresado en eses. Este indicador es fundamental en los estudios de

factibilidad por lo que ayuda a determinar la capacidad de sostenibilidad económica del proyecto, evaluar el comportamiento de la demanda y proyectar la rentabilidad esperada del negocio.

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico o Estudio de Campo

2.1. Naturaleza de la Empresa

Tesa es un emprendimiento artesanal dedicado a la elaboración y comercialización de productos tejidos a mano personalizados. Su actividad se enfoca en transformar materiales como hilos, lanas y otros insumos textiles en creaciones únicas elaboradas principalmente mediante la técnica de crochet. Cada producto es realizado con dedicación y cuidado, buscando satisfacer tanto necesidades decorativas y funcionales como el deseo de regalar detalles especiales con un significado personal.

Los clientes tienen la posibilidad de elegir diseños, colores, tamaños y otros detalles que permitan adaptar cada creación a sus gustos y preferencias. Esto hace que cada artículo sea una pieza exclusiva, diferenciándose de los productos fabricados en serie y aportando un valor especial relacionado con la creatividad, el trabajo artesanal y la atención a los pequeños detalles. Los productos de Tesa están dirigidos a personas que buscan regalos originales, accesorios artesanales y artículos decorativos para distintas ocasiones, como cumpleaños, aniversarios, celebraciones especiales o simplemente para expresar afecto a través de un detalle único. Para llegar a sus clientes, el emprendimiento utiliza principalmente redes sociales, pedidos personalizado y venta directa, lo que facilita una comunicación cercana y permite responder de manera más efectiva a las necesidades y tendencias del mercado. De esta forma, busca consolidarse como una alternativa artesanal que combina calidad, creatividad y personalización en cada una de sus creaciones.

2.2. Descripción de la Empresa

Tesa es un emprendimiento artesanal ubicado en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, dedicado a la creación y comercialización de productos tejidos personalizados. Este

proyecto nació a finales del año 2024 como una actividad recreativa que permitía aprovechar el tiempo libre de manera productiva, con el paso del tiempo, la practica constante y el interés de familiares, amigos y clientes potenciales transformaron esta afición en una oportunidad de negocio enfocada en la creatividad, la dedicación y el trabajo artesanal.

Tesa se especializa en la elaboración de productos tejidos mediante la técnica de crochet, ofreciendo artículos como llaveros, portavasos, marca libros, bolsos pequeños, accesorios decorativos y muñecos tipo amigurumi. Cada pieza es elaborada cuidadosamente de forma manual, lo que garantiza un acabado único y especial. Además, los productos pueden personalizarse según los gustos y preferencias de cada cliente, permitiendo crear detalles exclusivos para celebraciones, fechas especiales o simplemente para quienes desean adquirir un artículo diferente y significativo.

Actualmente, el emprendimiento se desarrolla desde un pequeño espacio de mi hogar , lo que facilita una gestión eficiente de los recursos y permite mantener costos operativos accesibles. La promoción y venta de los productos se realiza principalmente a través de redes sociales y pedidos personalizados, creando una comunicación cercana con los clientes y brindando una atención más personalizada.

2.3. Aspecto de Mercado

2.3.1. Participación de la Competencia en el Mercado

El mercado de productos tejidos artesanales en el cantón El Carmen y sus alrededores está conformado por pequeños emprendimientos, artesanos independientes y negocios que comercializan artículos elaborados a mano a través de redes sociales, ferias locales y establecimientos comerciales. La competencia se caracteriza por ofrecer productos similares, como amigurumis, llaveros y regalos personalizados.

Sin embargo, existe una oportunidad para la marca Tesa, debido a que los consumidores valoran cada vez más la personalización, la calidad de los materiales y la originalidad de los diseños. Además, la presencia de competidores en el mercado demuestra que existe demanda para este tipo de productos, lo que favorece el ingreso y posicionamiento del emprendimiento mediante estrategias enfocadas en la diferenciación, la atención personalizada y la identidad de marca.

2.3.2. Distribución y Puntos de Venta

La distribución de los productos de Tesa se realizará mediante canales directos, permitiendo mantener una comunicación cercana con los clientes y atender sus requerimientos específicos. El principal canal de comercialización será a través de redes sociales y medios digitales, donde los clientes podrán realizar pedidos personalizados de acuerdo con sus preferencias. Además, se contempla la participación en ferias de emprendimiento, eventos artesanales y actividades comerciales locales que permitan exhibir los productos y fortalecer el reconocimiento de la marca. La entrega de los pedidos se realizará principalmente a domicilio o mediante acuerdos de entrega en puntos previamente establecidos, considerando que el estudio de mercado identificó una preferencia significativa de los consumidores por la recepción directa de los productos.

2.3.3. Promoción del Producto o Servicio

Estará orientada a incrementar el reconocimiento de la marca, captar nuevos clientes y fortalecer la relación con los consumidores actuales. Para ello se utilizarán herramientas digitales y estrategias de marketing enfocadas en destacar la calidad, creatividad y personalización de los productos.

2.3.3.1. Publicidad

Se desarrollará principalmente a través de redes sociales como Instagram, TikTok y WhatsApp Business, plataformas que permiten llegar de manera directa al público objetivo. Se publicarán fotografías, videos y contenido relacionado con el proceso de elaboración de los productos, mostrando detalles de diseño, materiales utilizados y trabajo terminados.

2.3.3.2. Promoción de Ventas

Se implementarán promociones en fechas especiales como San Valentín, Día de las madres, Navidad, graduaciones y aniversarios. Así mismo, se ofrecerán descuentos por compras múltiples, promociones para clientes frecuentes y pequeños obsequios en pedidos de mayor valor. Estas acciones buscan estimular la demanda y fomentar la fidelización de los clientes, especialmente considerando que la mayor frecuencia de compra se concentra en ocasiones especiales.

2.3.3.3. Marcas

La marca comercial del emprendimiento es Tesa, nombre que es el diminutivo de Teresa, aportando una identidad auténtica y diferenciadora al emprendimiento. Desde el punto de vista comercial, se trata de una marca breve, de fácil pronunciación y para recordad, características que favorecen su posicionamiento en el mercado. De igual forma, el nombre refleja el carácter personalizado de los productos elaborados en crochet y fortalece la conexión entre la marca y los clientes, al transmitir cercanía, confianza y originalidad.

2.3.3.4. Etiqueta

Los productos contarán con etiquetas identificativas que incluirán el nombre de la marca Tesa, logotipo, redes sociales y datos de contacto. Estas etiquetas permitirán fortalecer la imagen corporativa y facilitarán el reconocimiento de los productos por parte de los clientes. Además,

servirán como un medio de promoción permanente, contribuyendo a recordar la marca y generar futuras compras.

2.3.3.5. Empaque

Los productos serán entregados en empaques sencillos, funcionales y visualmente atractivos, diseñados para proteger los artículos durante su transporte y mejorar la experiencia de compra del cliente. Se priorizará el uso de materiales amigables con el medio ambiente, en concordancia con los valores del emprendimiento. Así mismo, los empaques podrán incluir mensajes personalizados, tarjetas de agradecimiento o elementos decorativos acordes con la ocasión para la cual fue solicitado el producto, incrementando así su valor percibido.

2.3.4. Fijación y Política de Precio

La fijación de precios de los productos de Tesa se realizará considerando los costos de producción, la mano de obra empleada, los materiales utilizados, el nivel de personalización requerido y los precios existentes en el mercado. Esta política permitirá establecer valores competitivos sin afectar la rentabilidad del emprendimiento. Los resultados del estudio de mercado evidenciaron que los consumidores están dispuestos a pagar precios acordes con la calidad y el carácter artesanal de los productos, siempre que estos ofrezcan diseños atractivos y materiales de buena calidad. Por esta razón, la política de precios estará orientada a reflejar el valor agregado de cada producto, manteniendo una relación equilibrada entre calidad, exclusividad y accesibilidad para el cliente.

2.4. Aspecto Técnico

2.4.1. Localización Óptima de la Planta

Tabla 1

Método de Localización por Puntos Ponderados

Factor Relevante	Peso Asignado
Disponibilidad de materia prima	0,20
Disponibilidad de mano de obra calificada	0,15
Disponibilidad y costo de locales comerciales	0,15
Cercanía con los puntos de consumo (clientes)	0,20
Cercanía con los proveedores de hilos y accesorios	0,20
Cumplimiento de requisitos legales	0,10
Total	1,00

Nota. Esta tabla presenta los factores considerados para la evaluación de la localización del emprendimiento mediante el método de puntos ponderados

La ponderación de los factores permitió identificar los aspectos más importantes para seleccionar la ubicación del emprendimiento Tesa. Se dio mayor prioridad a la disponibilidad de materia prima, la cercanía con los clientes y los proveedores, por lo que estos elementos influyen directamente en la continuidad de la producción y en la atención oportuna al mercado. Por lo tanto, esta evaluación facilita la elección de una ubicación que favorezca el desarrollo eficiente de las actividades del emprendimiento.

2.4.2. Método Cualitativo por Puntos Ponderados

Tabla 2

Ubicación de la Empresa

Factor Relevante	Peso Asignado	Av. 3 de Julio (Clasificación)	Ponderación	Calle Salustio Giler (Clasificación)	Ponderación
Disponibilidad de materia prima	0,20	9	1,80	8	1,60
Disponibilidad de mano de obra calificada	0,15	8	1,20	9	1,35
Disponibilidad y costos de locales comerciales	0,15	7	1,05	9	1,35
Cercanía con los puntos de consumo (clientes)	0,20	10	2,00	8	1,60
Cercanía con los proveedores de hilos y accesorios	0,20	9	1,80	7	1,40
Cumplimiento de requisitos legales	0,10	10	1,00	10	1,00
Total	1,00		8,85		8,30

Nota. La tabla muestra la evaluación de las alternativas de ubicación seleccionadas para el emprendimiento Tesa

Con el método de la localización por puntos ponderados, la Avenida 3 de julio representa la ubicación óptima para la planta de producción de Tesa, obtuvo un puntaje de 8,85, frente a los 8,30 puntos obtenidos por la opción de la calle Salustio Giler. La ventaja de la Avenida 3 de julio radica principalmente en su cercanía con los clientes, disponibilidad de materia prima y cumplimiento normativo.

2.4.3. Determinación de la Capacidad Instalada Optima de la Planta

2.4.3.1. Capacidad y Demanda

Demanda Mensual Esperada:

De acuerdo con el estudio de mercado y proyecciones, se espera atender entre 300 y 400 pedidos mensuales.

Capacidad de Producción Actual (con 6 tejedoras activas):

Cada tejedora puede elaborar entre 3 a 4 unidades diarias, dependiendo del tipo de producto.

Producción Diaria Estimada:

$6 \text{ tejedoras} \times 3,6 \text{ unidades promedio/día} \times 5 \text{ días laborables} = 108 \text{ unidades/semana}$

Producción Mensual Promedio:

$108 \times 4 \text{ semanas} = 432 \text{ unidades mensuales}$

Capacidad Instalada Optima Estimada:

Si se incorporan 3 tejedoras más (total de 9), la capacidad se incrementa a:

- $9 \text{ tejedoras} \times 3,6 \text{ unidades/día} \times 5 \text{ días} = 162 \text{ unidades/semana}$
- $162 \times 4 \text{ semanas} = 648 \text{ unidades al mes}$

La capacidad instalada optima es de 648 unidades mensuales, superando la demanda actual proyectada de 432 unidades, esto permite cubrir picos de pedidos y mantener stock mínimo de productos estándar.

2.4.4. Capacidad y Suministros

Tabla 3

Capacidad y suministros

Insumo/Materia Prima	Disponibilidad	Proveedores	Frecuencia de Reabastecimiento
Hilo de algodón acrílico o lana	Alta (disponibilidad en tiendas locales y nacionales)	Importadora Hilos e Hilos	Quincenal o según la demanda
Botones decorativos	Alta (variedad en mercados y ferias)	Importadora Hilos e Hilos	Mensual o según la demanda
Cintas y accesorios textiles	Media – Alta (en tiendas especializadas)	Importadora Hilos e Hilos	Mensual
Etiquetas de marca personalizadas	Media (por pedido digital)	Etiqueta Shop (Instagram)	Cada 2 meses
Cajas de cartón y empaques	Alta (en Eco Pack y distribuidores locales)	Eco pack Ecuador	Mensual
Pegamento textil o silicona	Alta (disponible en ferreterías y bazares)	Proveedores locales	Trimestral o según su uso

Nota. La tabla presenta los principales insumos requeridos para la producción, su disponibilidad y frecuencia de abastecimiento.

2.4.5. Capacidad y Tecnología

Tabla 4

Capacidad y Tecnología

Equipo/tecnología	Función principal	Influencia en la producción
Luz LED tipo aro con trípode	Iluminación para fotografía de productos	Mejora la calidad visual y marketing digital
Impresora térmica de etiquetas	Gerencia de etiquetas personalizadas y códigos	Optimiza el empaque, reduce errores y tiempo
Tablet grafica (XP-Pen)	Diseño de patrones digitales personalizados	Facilita la personalización y la innovación
Telar circular	Apoyo en piezas decorativas o estructuras base	Disminuye tiempo manual en productos repetitivos

Nota. La tabla muestra los equipos, herramientas y tecnología necesarios para el proceso productivo del emprendimiento Tesa.

Influencia de la Maquina y Automatización en la Capacidad Instalada

Aunque la esencia del emprendimiento es artesanal, el uso de ciertas herramientas semiautomáticas permite:

- **Mejorar la estandarización**, de puntadas y acabados, garantizando uniformidad en series pequeñas.
- **Incrementar el volumen mensual de producción**, sin necesidad de ampliar significativamente la plantilla laboral.
- **Optimizar los procesos de diseño y personalización**, con herramientas digitales que permiten plasmar ideas en menos tiempo.

Tecnología en el área administrativa y comercial

- **WhatsApp Business**: Gestión de pedidos, catalogo y atención al cliente.
- **Canva**: Diseño de promociones, etiquetas y publicaciones visuales.
- **Computadora portátil**: Registro de inventario, pedidos y planificación.
- **Redes sociales (Instagram, Facebook)**: Canales principales de venta y difusión.

2.4.6. Capacidad y Financiamiento

La capacidad productiva de Tesa no solo depende de la tecnología y organización del trabajo, sino también de su capacidad financiera para sostener y ampliar operaciones. En esta etapa, el emprendimiento maneja un modelo de bajo costo inicial y expansión progresiva, ajustado a las condiciones económicas del entorno y al acceso limitado a fuentes externas de capital.

Sostenibilidad Financiera y Crecimiento

Pese a sus limitaciones, Tesa ha proyectado un crecimiento gradual basado en reinversión de utilidades y posibles alianzas estratégicas con instituciones que fomenten el emprendimiento, como:

- Créditos productivos para mujeres emprendedoras o economía popular y solidaria
- Convenios con ferias o casas comunales para facilitar capacitación y comercialización

Relación entre Financiamiento y Capacidad Instalada

La empresa puede mantener una capacidad instalada de 400 a 450 unidades mensuales con 6 tejedoras activas. En caso de aumentar la demanda, está prevista la incorporación de 3 tejedoras adicionales, lo que elevaría la capacidad a 648 unidades por mes sin requerir inversiones adicionales significativas, gracias al modelo flexible y manual.

2.4.7. Capacidad y Organización

La organización interna de Tesa ha sido diseñada para maximizar el rendimiento artesanal, mantener la calidad en cada producto y asegurar una atención personalizada al cliente. Su estructura organizacional responde a un modelo colaborativo, donde cada miembro del equipo tiene funciones definidas que contribuyen directamente a la eficiencia de la producción.

Estructura Organizada a la Capacidad Instalada

La capacidad de producción proyectada de hasta 648 unidades mensuales requiere de una estructura operativa ágil, con roles claramente establecidos, pero con la flexibilidad suficiente para adaptarse a la demanda.

Tabla 5*Estructura organizativa adaptada a la capacidad instalada*

Cargo	Cantidad actual	Responsabilidades claves
Tejedoras artesanas	6 (proyectada 9)	Producción manual, cumplimiento de pedidos
Coordinación de producción	1	Asignación de tareas, control de calidad, insumos
Diseñadora creativa	1 (freelance)	Desarrollo de nuevos modelos y personalización
Encargada de redes sociales	1 (freelance / part time)	Publicidad, atención al cliente, seguimiento
Asistente administrativa	1 (remoto / por horas)	Control de pedidos, inventario y reportes financieros.

Nota. la tabla muestra la distribución del talento humano de acuerdo con la capacidad operativa proyectada del emprendimiento.

Procesos Internos Organizados

- Se cuenta con una cadena de producción estandarizada desde la recepción del pedido hasta el envío final.
- Se han definido tiempos aproximados de elaboración por tipo de producto, lo que permite distribuir eficientemente las cargas de trabajo.
- El control de calidad se realiza por la Coordinadora de Producción antes del empaquetado.

Manejo de Pedidos Planificación

La planificación semanal de pedidos se realiza en función de la capacidad de las tejedoras, priorizando:

- Productos personalizados por fecha de entrega
- Agrupación de pedidos similares para optimizar recursos
- Mantenimiento de un stock mínimo de productos más salificados

Organización Flexible y Escalable

El modelo de Tesa permite incorporar nuevas tejedoras de manera progresiva, gracias a:

- Manuales de producción estandarizados
- Proceso de inducción estructurado
- Capacitación periódica a través de talleres internos

2.4.8. Descripción Específica

El emprendimiento Tesa se dedicará a la elaboración y comercialización de los productos tejidos a mano personalizados, utilizando principalmente la técnica de crochet. Los productos serán confeccionados con materiales de calidad, entre los que destacan hilos de algodón, lanas de diferentes texturas y colores, relleno siliconado, accesorios decorativos y otros insumos complementarios necesarios para garantizar acabados adecuados y durabilidad. La oferta de productos incluirá llaveros, portavasos, marca libros, flores tejidas, bolsos pequeños, accesorios decorativos, adornos para el hogar, muñecos tipo amigurumi, entre otros, los cuales podrán adaptarse a los requerimientos y preferencias de cada cliente. La personalización permitirá seleccionar colores, tamaños, diseños, nombres o mensajes específicos, generando productos exclusivos y diferenciados dentro del mercado artesanal.

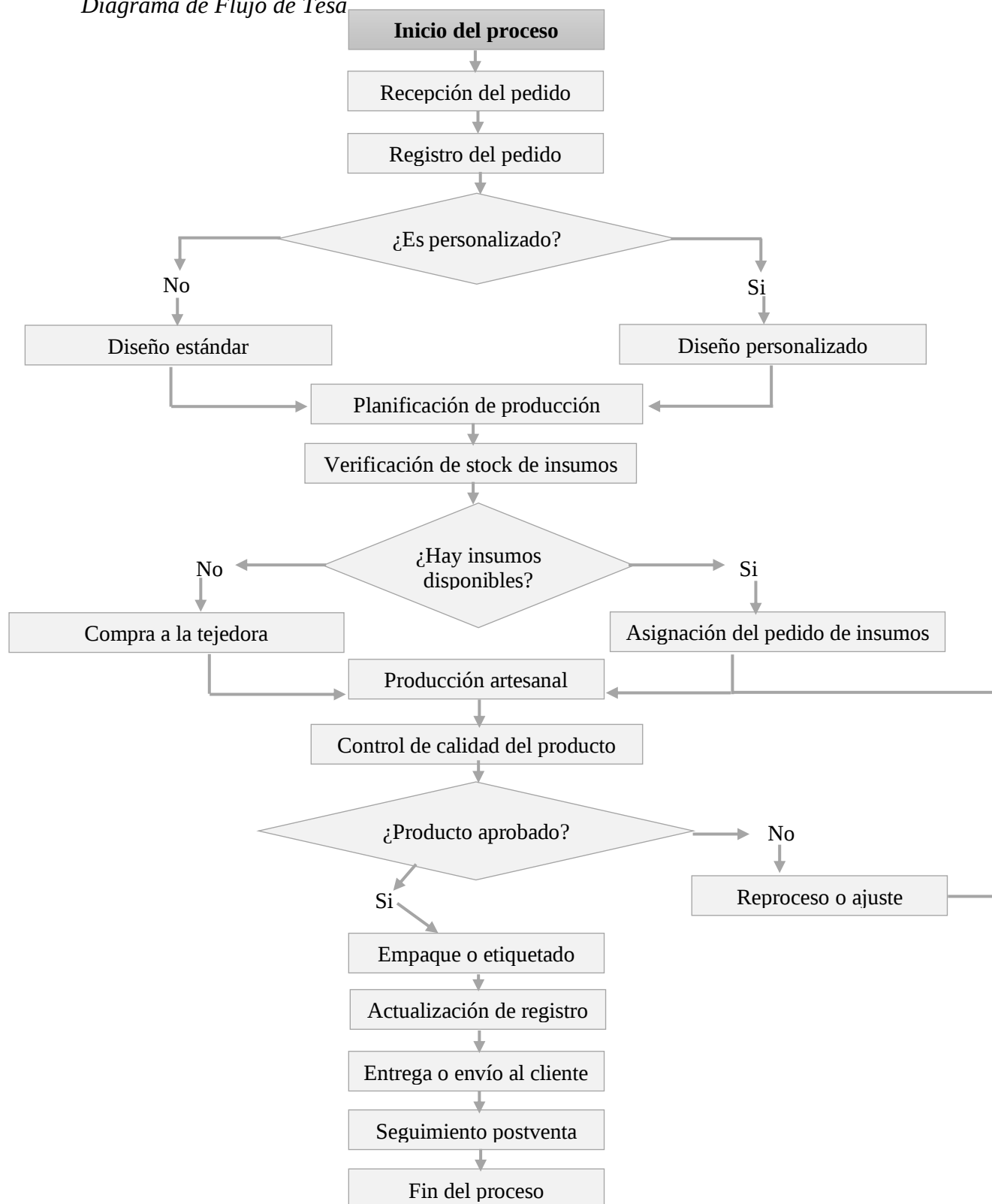
La producción se desarrollará de forma manual y bajo pedido, permitiendo mantener un control directo sobre la calidad de cada artículo elaborado. Este sistema de trabajo facilita la optimización de materiales, reduce el riesgo de acumulación de inventario y permite responder de manera más eficiente a las necesidades del mercado. Así mismo, aspectos como acabados, resistencia del tejido, presentación y cumplimiento de las especificaciones solicitadas por el cliente.

La comercialización se realizará principalmente a través de redes sociales y medios digitales, complementándose con la participación en ferias y eventos de emprendimiento. De esta manera Tesa busca ofrecer productos artesanales de calidad, caracterizados por su creatividad, personalización y valor agregado, fortaleciendo su posicionamiento dentro del mercado local.

2.4.9. Diagrama de Flujo

Figura 1

Diagrama de Flujo de Tesa



2.5. Marco Estratégico Empresarial

2.5.1. *Misión.*

Elaborar y comercializar productos tejidos, personalizados y de excelente calidad, que respondan a las necesidades y preferencias de los clientes, ofreciendo artículos únicos para diferentes ocasiones. El emprendimiento busca brindar una atención cercana, fomentar el trabajo artesanal y contribuir al desarrollo económico local mediante una gestión responsable y comprometida con la satisfacción del cliente.

2.5.2. *Visión.*

Consolidarse como un emprendimiento reconocido en el cantón El Carmen y la provincia de Manabí por la calidad, creatividad y originalidad de sus productos tejidos, ampliando progresivamente su presencia en el mercado artesanal. Se aspira a fortalecer la confianza de los clientes y convertirse en una opción destacada para quienes buscan regalos y artículos personalizados elaborados de forma artesanal.

2.5.3. *Valores.*

Creatividad: En Tesa, la creatividad es el corazón de cada diseño. Se valora la capacidad de transformar hilos y colores en productos únicos que cuentan historias. Fomenta la innovación en cada tejido, adaptándose a las preferencias del cliente sin perder el toque artesanal que los distingue.

Trabajo en equipo: El proceso productivo se basa en la colaboración entre tejedoras, diseñadoras y encargadas de atención al cliente. Crean que el respeto, la comunicación y el apoyo mutuo fortalecen los resultados y crean un ambiente laboral armonioso donde todas aportan con su talento.

Responsabilidad social: Tesa nace con un compromiso hacia la comunidad, preservar el arte tejido y ofrecer empleos dignos.

Empoderamiento femenino: Creen firmemente en el poder transformador de la mujer. Tesa es un espacio donde las mujeres pueden crecer, emprender y ser reconocidas por su trabajo. Brindan oportunidades a madres, jóvenes y artesanas locales para que logren independencia económica y desarrollo personal a través del arte tejido.

2.5.4. Principios.

Calidad en cada creación:

Tesa se compromete a elaborar productos artesanales que cumplan con estándares de calidad en materiales, acabados y presentación, garantizando la satisfacción de los clientes y la durabilidad de cada artículo.

Compromiso con el cliente:

El emprendimiento orienta sus esfuerzos a comprender y atender las necesidades de los clientes, ofreciendo productos personalizados y un servicio cercano que genere confianza y fidelidad.

Respeto por el trabajo artesanal:

Tesa promueve y valora el trabajo manual como una expresión de creatividad, dedicación y talento, preservando las técnicas artesanales que aportan identidad y valor a cada producto.

Innovación y mejora continua

La empresa busca constantemente nuevas ideas, diseños y tendencias que permitan diversificar su catálogo de productos y adaptarse a las preferencias del mercado sin perder su esencia artesanal.

Responsabilidad y cumplimiento

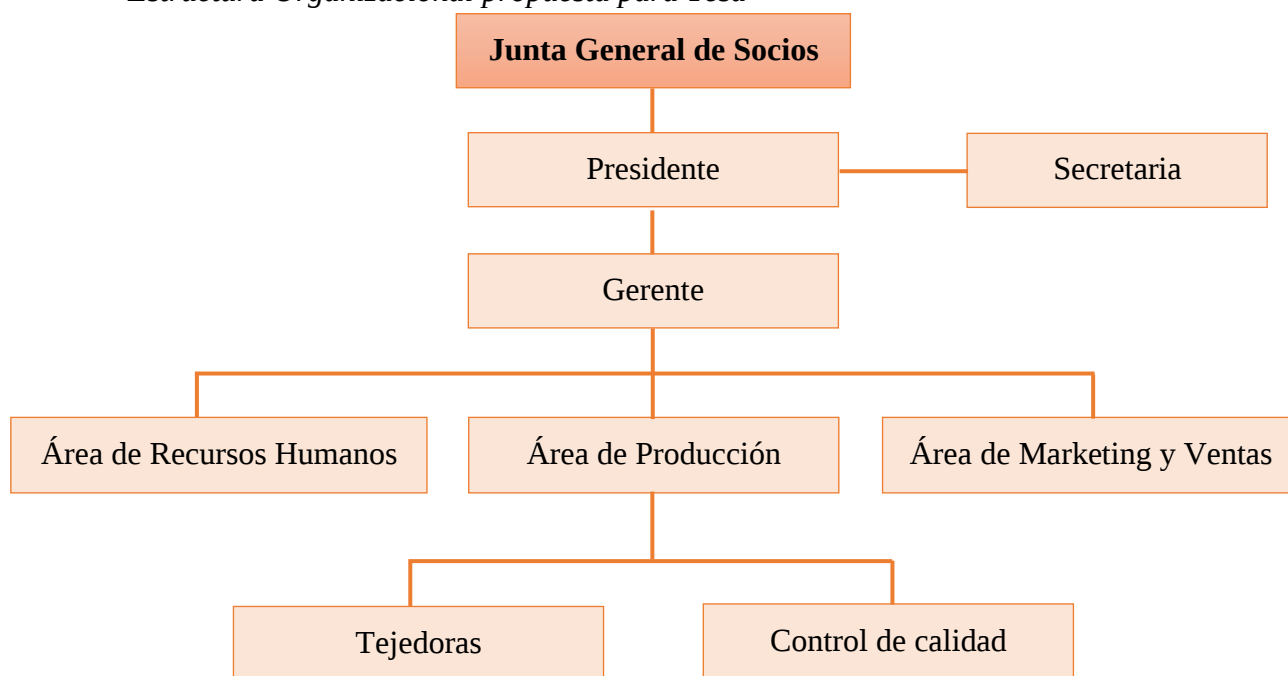
Tesa cumple con los compromisos adquiridos con los clientes, garantizando entregas oportunas y productos acordes con las especificaciones solicitadas.

2.5.5. Organigrama

La estructura organizacional propuesta para Tesa corresponde a la organización proyectada para el crecimiento del emprendimiento en el mediano plazo, la cual contempla las siguientes áreas:

Figura 2

Estructura Organizacional propuesta para Tesa



Nota. La figura muestra la estructura organizacional propuesta para el emprendimiento Tesa.

2.5.6. Logotipo

Figura 3

Logotipo de la Empresa



Nota. La figura muestra el logotipo de la empresa.

2.5.7. Slogan

“Pequeños hilos, grandes sentimientos”

Este eslogan representa la esencia del emprendimiento Tesa, en el que cada producto tejido a mano no es solo un objeto, sino el resultado de un proceso lleno de significado, emociones y dedicación.

“Pequeños hilos” hace referencia al material base, el hilo de crochet, que a simple vista puede parecer algo simple o común, pero que, en manos de una artesana, se transforma en algo extraordinario.

“Grandes sentimientos” refleja la carga emocional, cultural y social que lleva cada creación. Cada diadema, flor, bolso o accesorio puede estar inspirado en una persona, un recuerdo, una celebración o un sueño.

2.6. Metodología

2.6.1. Enfoque

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que se orientó a la recopilación, medición y análisis de datos numéricos relacionados con la factibilidad para la elaboración y comercialización de productos tejidos en la ciudad de El Carmen. Este enfoque permitió obtener información objetiva sobre las preferencias, necesidades y comportamientos de los potenciales consumidores, facilitando la interpretación de los resultados mediante procedimientos estadísticos.

Para la obtención de la información se aplicó una encuesta estructurada a una muestra representativa de la población objeto de estudio, utilizando preguntas cerradas de tipo dicotómicas, politómicas y de escala de Likert. Los datos recopilados fueron tabulados, organizados y analizados mediante tablas y figuras estadísticas, permitiendo identificar tendencias y características relevantes del mercado. La aplicación del enfoque cuantitativo permitió evaluar el nivel de aceptación de los productos tejidos artesanales, determinar las preferencias de compra de los consumidores y obtener información confiable para sustentar la viabilidad comercial del emprendimiento Tesa.

2.6.2. Tipo de Investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo y de campo, lo que permitió conocer y analizar las condiciones del mercado.

El carácter descriptivo de la investigación facilitó la identificación y descripción de las características, necesidades, preferencias y comportamientos de los potenciales consumidores. A través de este enfoque fue posible obtener información relevante sobre la aceptación de los productos, los rangos de precios más atractivos para los clientes, los medios de promoción de

mayor influencia y los hábitos de compra de la población estudiada. Estos aspectos contribuyeron a comprender de manera más precisa la realidad del mercado y las oportunidades existentes para el desarrollo del emprendimiento.

Chain y Chain (2014) menciona que la investigación de campo es un método que permite obtener información directamente del lugar donde ocurre el fenómeno de estudio. El estudio de campo permitió recopilar información directamente de la fuente de estudio, es decir, de los habitantes del cantón El Carmen. Para ello se aplicó una encuesta que proporcionó datos reales y actualizados acerca de la percepción de los potenciales clientes respecto a los productos tejidos artesanales.

2.6.3. Métodos

2.6.3.1. Método inductivo.

De acuerdo con el autor Cañón Buitrago et al., (2023) se utilizó el método inductivo porque es un proceso de razonamiento que implica el paso de observaciones particulares a conclusiones generales, en la cual se utilizó para formular hipótesis y desarrollar teorías basadas en datos empíricos, lo que permitió establecer los principios generales a partir de casos específicos. Este enfoque es fundamental en la investigación educativa, ya que vincula las teorías pedagógicas con la práctica en el aula, por ende, este método permitió analizar situaciones particulares de los emprendimientos artesanales de tejidos, tales como costos de producción, formas de comercialización y niveles de rentabilidad, para extraer conclusiones generales sobre la factibilidad del proyecto.

2.6.3.2. Método deductivo

El método deductivo es un proceso lógico en el que se parte de una premisa general y se aplica la lógica para llegar a una conclusión específica (González, 2022). Este método contribuyo

al estudio al partir de las teorías generales sobre estudios de factibilidad, análisis financiero y comercialización, para luego aplicarlas a la realidad específica del sector artesanal de tejidos en El Carmen. Este método permitió contrastar los fundamentos teóricos con los resultados empíricos obtenidos, fortaleciendo la coherencia entre el marco teórico y el diagnóstico realizado.

2.6.3.3. Método analítico

El método analítico es una modalidad de investigación científica sustentada en el razonamiento empírico y la experimentación. Se trata de un modelo utilizado por las ciencias empíricas, tanto las naturales como las sociales, el método analítico es una metodología de trabajo que emplean los científicos. Su finalidad es la producción de conocimiento partiendo de lo que puede observarse en la realidad (Montañez & Moreno, 2021). En esta investigación el método analítico permitió descomponer el estudio de factibilidad en sus componentes fundamentales, como el análisis técnico, económico-financiero y comercial. Esto facilitó el examen detallado de costos, ingresos, procesos productivos y canales de distribución, lo que permitió una evaluación objetiva de la viabilidad del proyecto.

2.6.4. Técnicas

2.6.4.1. Encuestas

La encuesta es una técnica de recolección de datos que implica la formulación y administración de un conjunto de preguntas a una muestra representativa de individuos con el fin de recopilar información sobre una problemática en particular (González, 2022). La encuesta permitió obtener datos cuantificables sobre producción, ventas, costos y canales de comercialización de los productos tejidos. Esta información fue esencial para el análisis de mercado y el cálculo de indicadores financieros que sustentan el estudio de factibilidad.

2.6.5. Herramientas

Las herramientas de investigación son fundamentales para recopilar y organizar la información necesaria que permita alcanzar los objetivos planteados en un estudio (Aragón, 2020). En esta investigación se utilizó un cuestionario estructurado, el cual fue elaborado con preguntas cerradas que facilitaron la obtención de información cuantificable sobre las preferencias, necesidades y hábitos de consumo de los posibles clientes de productos tejidos artesanales.

Se utilizó preguntas dicotómicas, que ofrecen únicamente dos opciones de respuesta; preguntas politómicas, que permitieron seleccionar entre varias alternativas; y preguntas con escala de Likert, diseñadas para medir el grado de aceptación interés y percepción de los encuestados respecto a diversos aspectos relacionados con el emprendimiento. La combinación de estos tipos de preguntas permitió recopilar datos de forma ordenada, uniforme y objetiva, la información obtenida fue procesada mediante técnicas estadísticas que facilitaron su tabulación, análisis e interpretación. Los resultados obtenidos constituyeron una base importante para conocer las características del mercado objetivo, identificar el nivel de aceptación de los productos tejidos artesanales y determinar la viabilidad de implementar el emprendimiento Tesa en la ciudad de El Carmen.

2.6.6. Población

La población estuvo compuesta por habitantes de la zona urbana del cantón El Carmen que según el censo y hasta la última modificación realizada por el INEC (2025), correspondió a una población de 120936 habitantes, de las cuales se seleccionó una muestra con una cantidad más reducida.

2.6.7. Muestra

La muestra es un subconjunto de la población y debe ser representativa de esta. Existen varios tipos de muestras: probabilísticas y no probabilísticas (Metodología de la Investigación Educativa, 2021). Por ende, se utilizó el muestreo probabilístico en la cual se obtuvo un total de 383 habitantes encuestados.

Formula:

$$n = (Z^2 pqN) / (Ne^2 + Z^2 pq)$$

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(120936)}{((120936)(0,05)^2 + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{(3,84)(0,25)(120936)}{(120936)(0,0025) + (3,84)(0,25)}$$

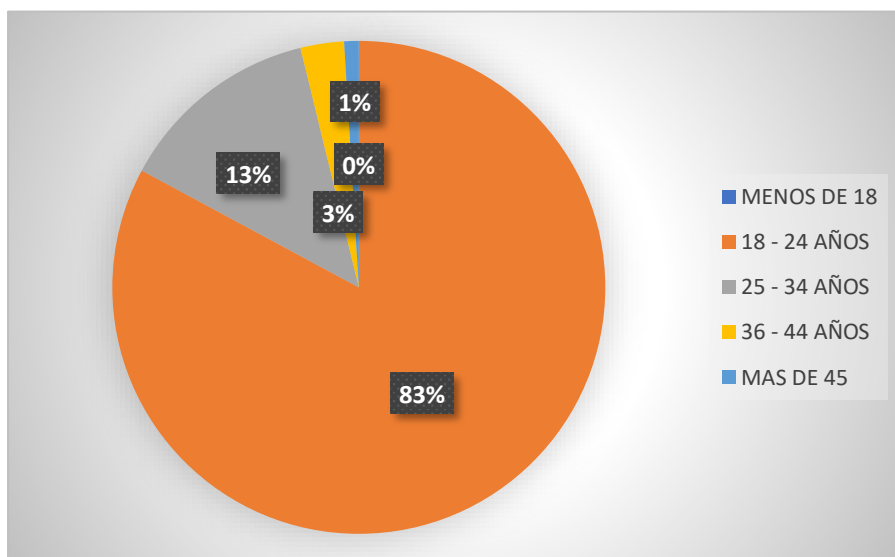
$$n = \frac{116098,56}{303,03}$$

$$n = 383$$

2.7. Aplicación de la Encuesta

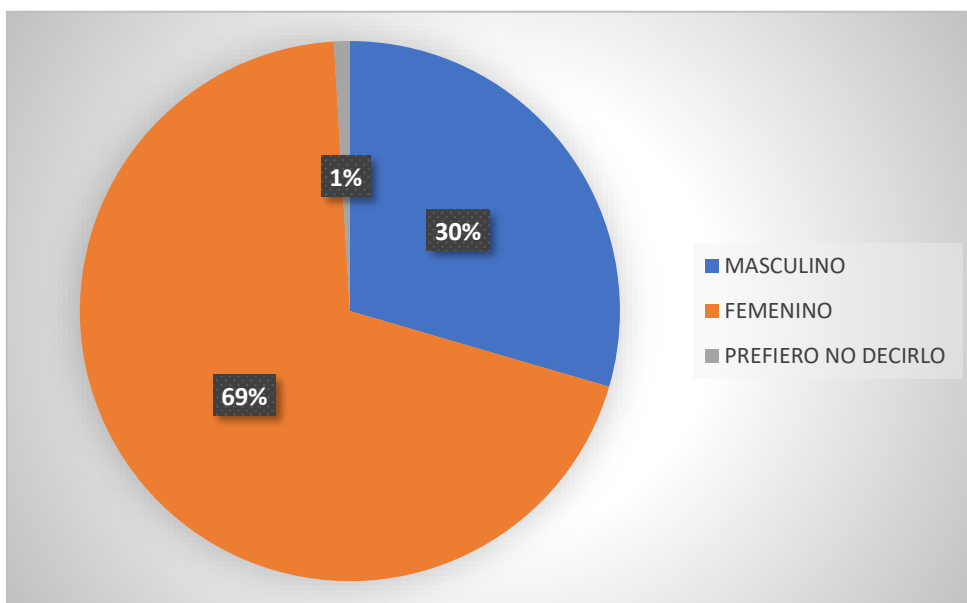
Figura 4

Edad de los Encuestados



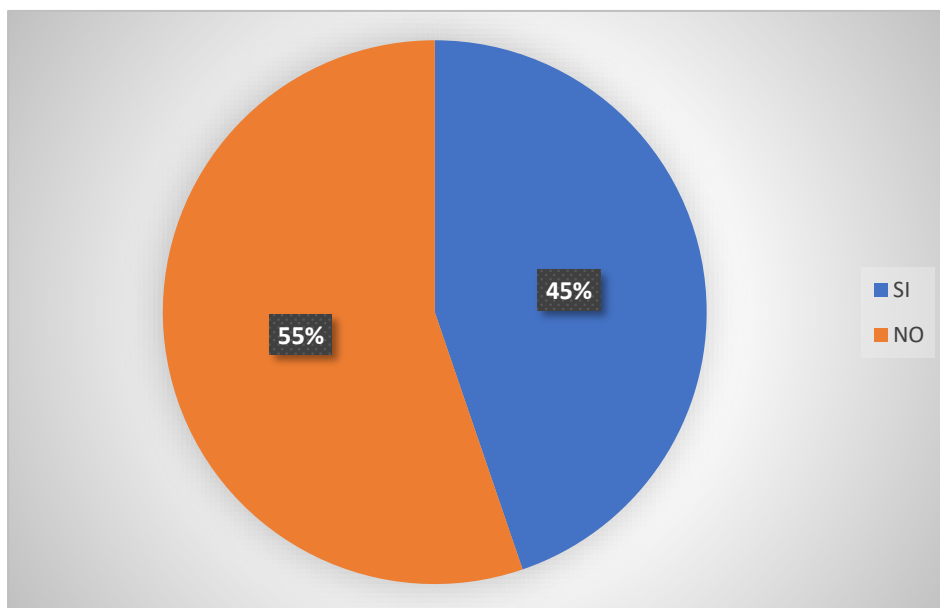
Nota. La figura muestra el rango de edad de los encuestados.

Los resultados obtenidos mostraron que el 83% de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 24 años, seguido por un 13% entre 25 y 34 años, mientras que los demás grupos etarios presentan una participación mínima. Esta distribución muestra que el mercado potencial está compuesto principalmente por jóvenes adultos, quienes suelen mantener una mayor interacción con plataformas digitales y muestran mayor interés por productos personalizados y tendencias artesanales. Como consecuencia, el emprendimiento Tesa puede orientar sus estrategias de promoción hacia redes sociales y contenido audiovisual, incrementando las posibilidades de captar clientes y fortalecer el posicionamiento de la marca dentro del mercado local.

Figura 5*Género de los Encuestados*

Nota. La figura muestra el género de los encuestados.

Los resultados muestran que el 69% de los encuestados corresponde al género femenino, mientras que el 30% pertenece al género masculino y apenas el 1% prefirió no indicar su género. Este comportamiento evidencia una mayor participación de mujeres dentro del mercado analizado, lo cual puede relacionarse con el interés que tradicionalmente presentan por productos artesanales, decorativos y personalizados. Sin embargo, la presencia del segmento masculino representa una oportunidad comercial importante, especialmente para la adquisición de regalos personalizados en fechas especiales. En consecuencia, Tesa puede desarrollar estrategias de comercialización dirigidas a ambos segmentos, ampliando su alcance y potencial de ventas.

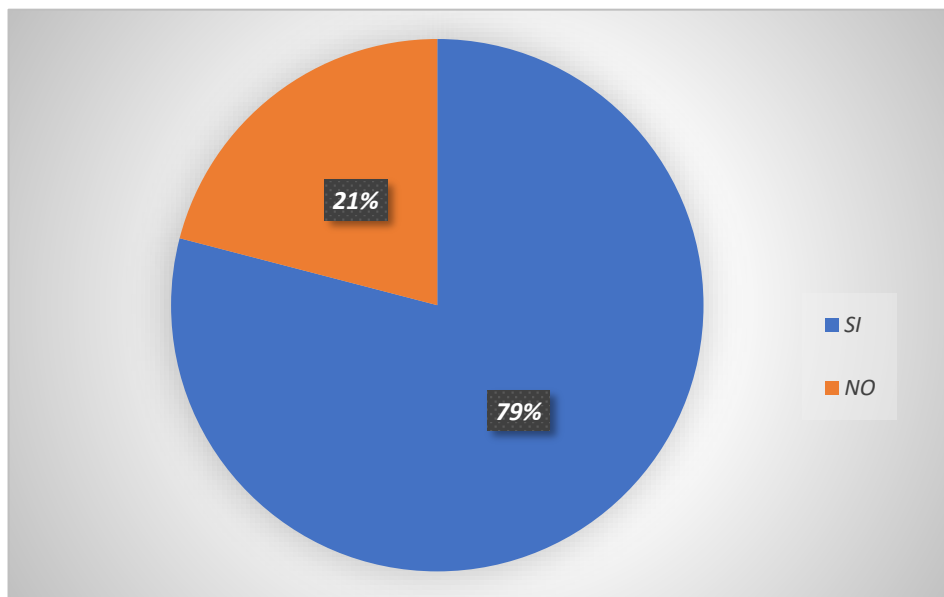
Figura 6*Conocimiento sobre Tejidos*

Nota. La figura muestra el nivel de conocimiento sobre los productos tejidos.

Los resultados indican que el 55% de los encuestados manifestó tener conocimiento sobre productos tejidos, mientras que el 45% señaló no tenerlo. Este resultado demuestra que existe una base de consumidores familiarizados con este tipo de productos, lo que favorece la aceptación del emprendimiento dentro del mercado local. No obstante, el porcentaje de personas que desconocen estas artesanías evidencia la necesidad de implementar estrategias de difusión y educación comercial que permitan destacar el valor cultural, la calidad y la exclusividad de los productos elaborados a mano, esto contribuirá a ampliar el mercado potencial y fortalecer la percepción de valor de la marca.

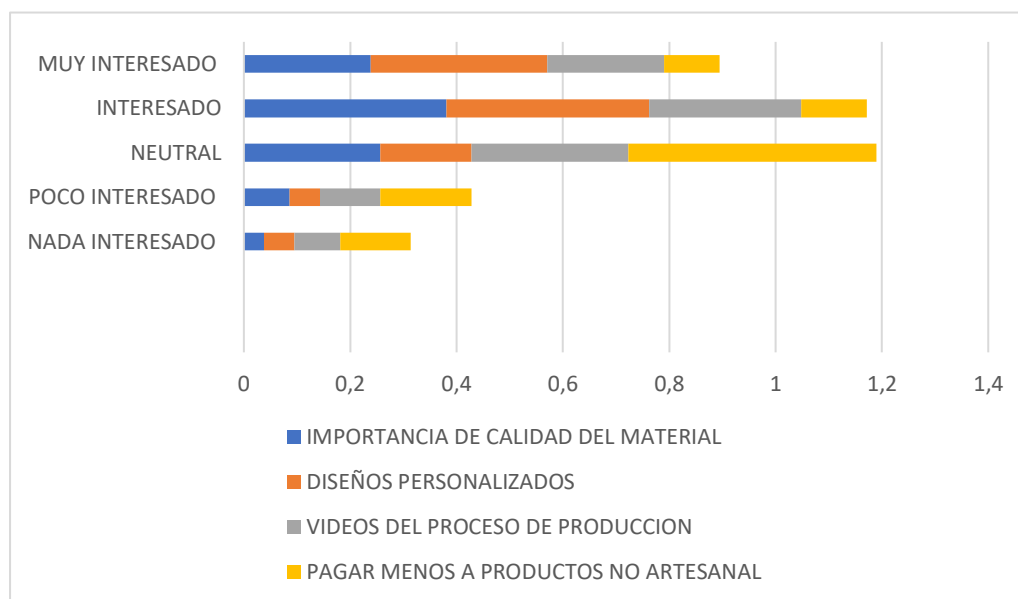
Figura 7

Intereses de compra de los encuestados



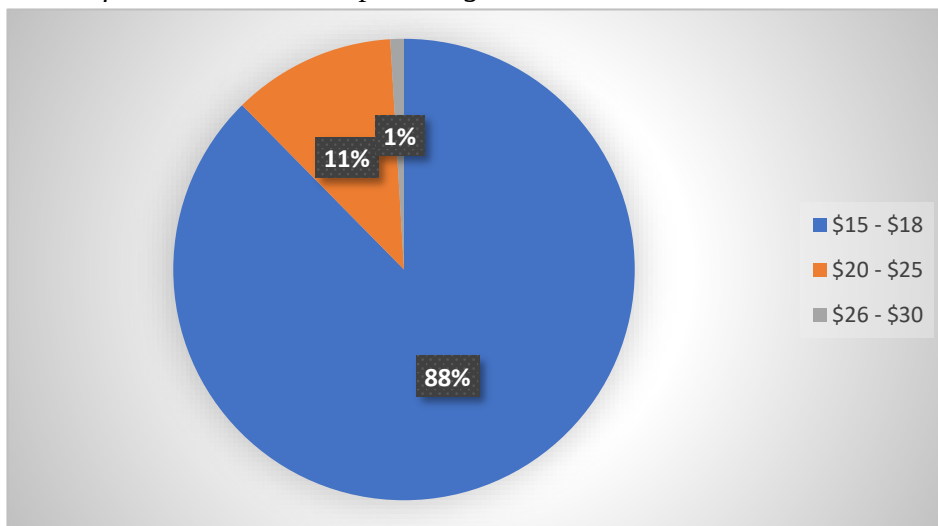
Nota. La figura muestra el nivel de interés de compra.

Los resultados reflejan que el 79% de los encuestados manifestó interés en adquirir productos tejidos artesanales, mientras que el 21% indicó no estar interesado. Este comportamiento evidencia una aceptación favorable por parte del mercado objetivo y demuestra la existencia de una demanda potencial para este tipo de productos. La elevada intención de compra reduce el riesgo comercial del proyecto y respalda la factibilidad de implementar el emprendimiento. Además, estos resultados sugieren que existe una oportunidad para desarrollar estrategias orientadas a la personalización y diferenciación de los productos, aspectos altamente valorados por los consumidores.

Figura 8*Preguntas Método de Likert*

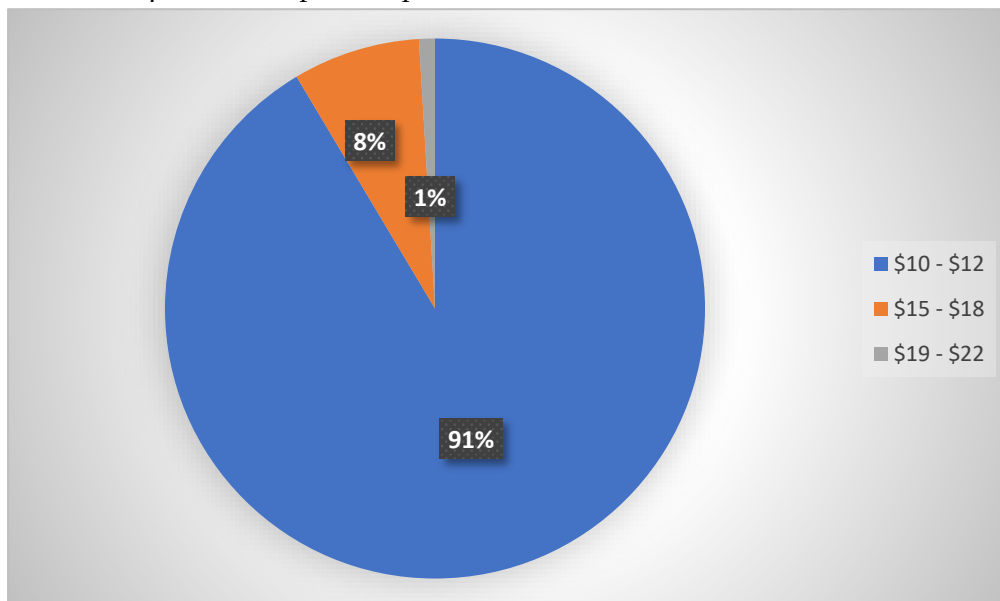
Nota. La figura muestra la importancia de la calidad del material, los diseños personalizados y ver videos de producción.

Los resultados obtenidos mediante las preguntas en la escala de Likert evidenciaron que los encuestados otorgaron una alta importancia a la calidad de los materiales utilizados en los productos tejidos y muestran un elevado interés por los diseños personalizados. Así mismo, se observa una valoración positiva hacia los contenidos audiovisuales que muestran el proceso de elaboración de los productos, lo que demostró un interés por conocer el trabajo artesanal detrás de cada creación.

Figura 9*Preferencia de Precios por Amigurumi*

Nota. La figura muestra los precios que los encuestados estarían dispuestos a pagar por amigurumi.

Los resultados muestran que el 88% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$15 y \$18 por un amigurumi, mientras que el 11% aceptaría precios entre \$20 y \$25 y únicamente el 1% aceptaría precios entre \$24 y \$30. Esta información evidencia que los consumidores valoran los productos artesanales, pero mantienen una preferencia por precios moderados y accesibles. Como consecuencia, la fijación de precios deberá considerar el equilibrio entre la rentabilidad del emprendimiento y la capacidad adquisitiva del mercado objetivo.

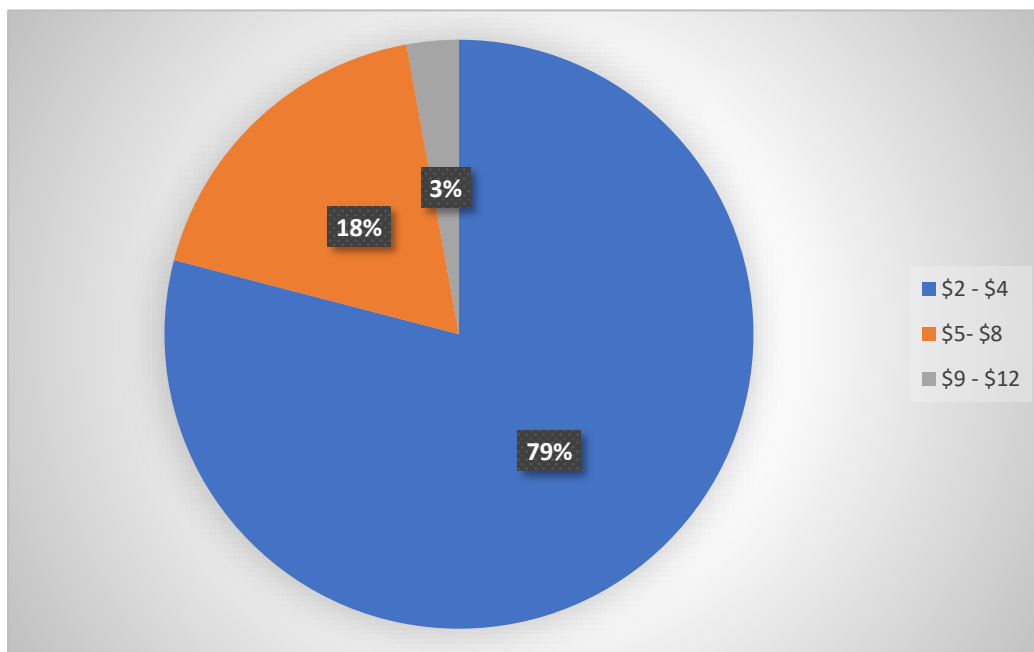
Figura 10*Preferencia de precios por Llaveros*

Nota. La figura muestra el precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por llaveros.

Los resultados reflejan que el 91% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$10 y \$12 dólares por llaveros tejidos de 12 a 15 centímetros, mientras que el 8% pagaría entre 15 y 18 dólares y únicamente el 1% aceptaría pagar precios superiores. Estos datos permitieron identificar el rango de precio con mayor aceptación dentro del mercado objetivo, constituyendo una referencia importante para la estrategia de comercialización del emprendimiento. Así mismo, evidencio que los consumidores valoran los productos artesanales, pero mantienen una preferencia por precios moderados que se ajusten a su capacidad de compra.

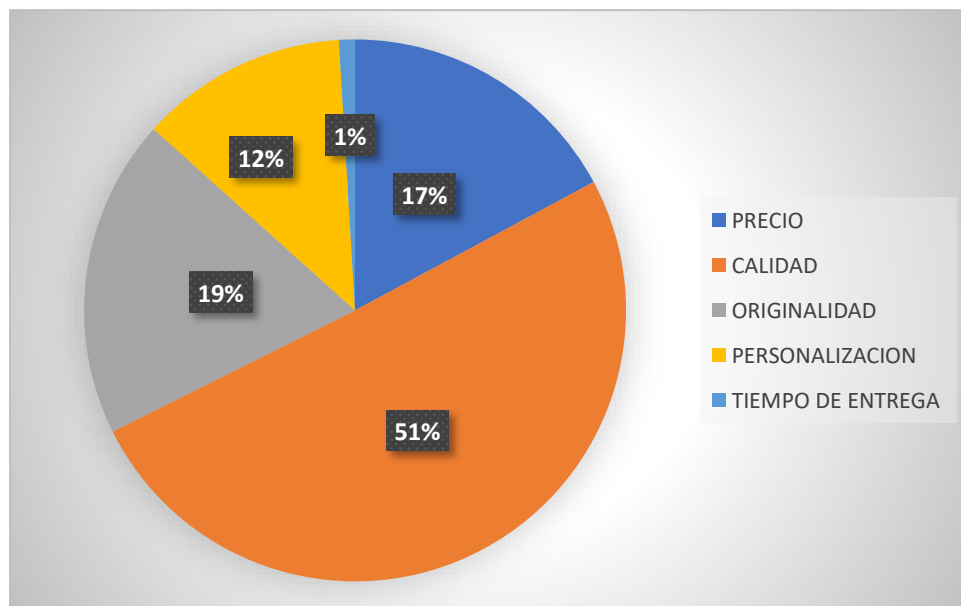
Figura 11

Preferencia de precios por Flores por Unidad



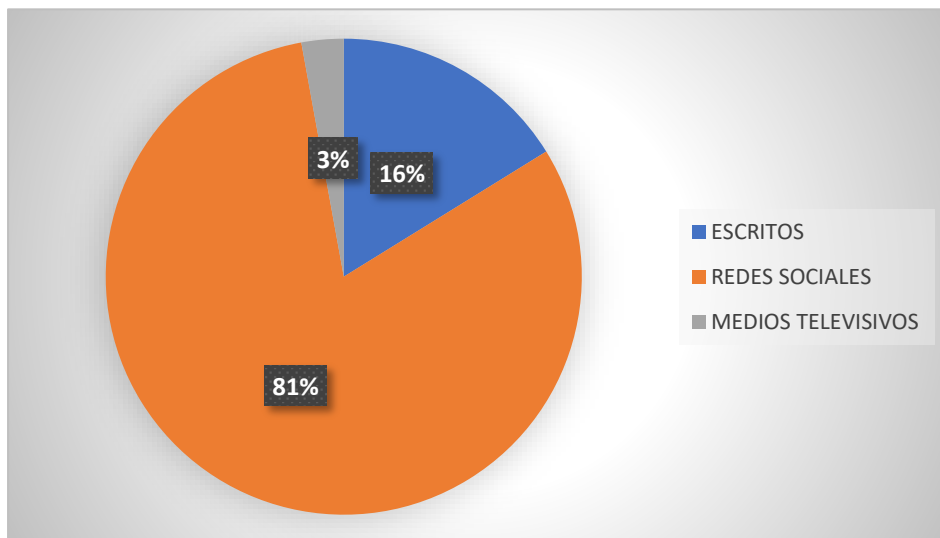
Nota. La figura muestra el precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por flores por unidad.

Los resultados obtenidos muestran que el 79% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$2 y \$4 por cada flor tejida, mientras que el 18% estaría dispuesto a pagar entre \$5 y \$8 y únicamente el 3% aceptaría precios entre \$9 y \$12 dólares. Estos datos evidencian que la mayoría de los consumidores prefieren precios accesibles para este tipo de producto artesanal. La información obtenida permitió establecer un rango de precios competitivo para las flores tejidas elaboradas por Tesa, facilitando la adaptación de la oferta a las expectativas económicas del mercado. Además, estos resultados contribuyen a definir estrategias de fijación de precios que favorezcan la aceptación del producto sin afectar la rentabilidad del emprendimiento.

Figura 12*Consideraciones al Comprar*

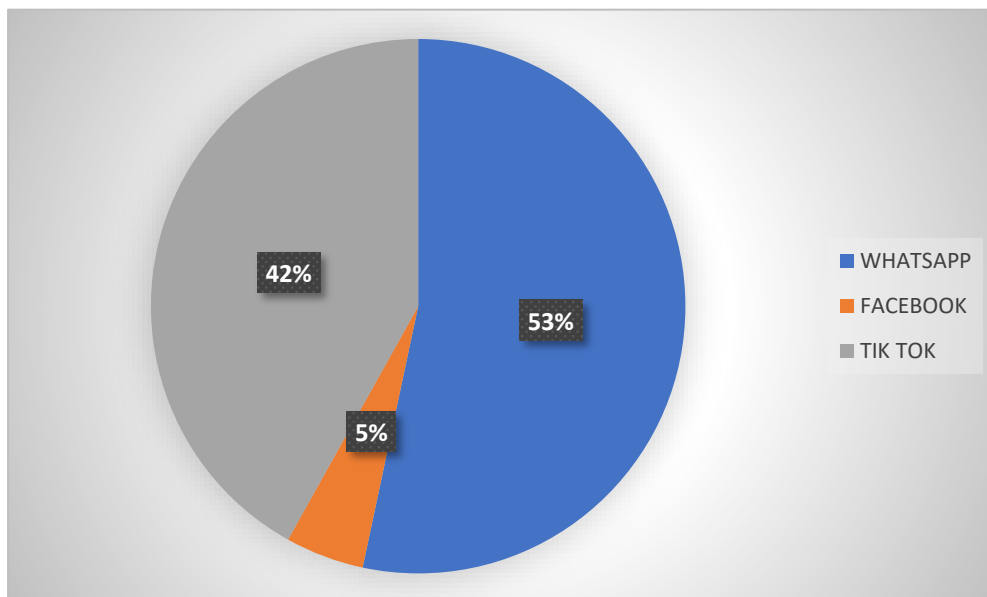
Nota. La figura muestra las consideraciones que los encuestados tomarían en cuenta para comprar los productos de Tesa.

Los resultados reflejan que la calidad representa el principal factor de compra para el 50% de los encuestados, seguida de la originalidad con el 19%, el precio con el 17% y la personalización con el 12%. Estos datos demuestran que los consumidores priorizan atributos relacionados con el valor y la diferenciación del producto por encima del precio. Esta situación favorece al emprendimiento Tesa, debido a que su propuesta se basa en la elaboración artesanal, la personalización y la calidad de los materiales utilizados.

Figura 13*Medios de Información de Preferencia para Publicidad*

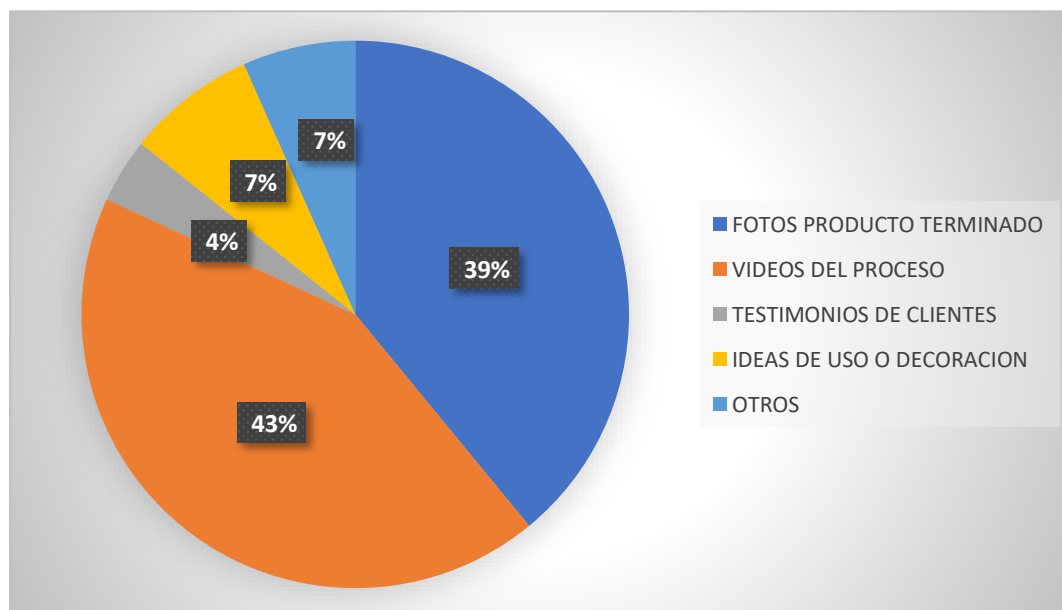
Nota. La figura muestra los medios de información de preferencia para visualizar la publicidad de los productos de Tesa

Los resultados mostraron que el 81% de los encuestados prefiere recibir información publicitaria mediante redes sociales, mientras que el 16% se inclina por medios escritos y apenas el 3% por medios televisivos. Este comportamiento evidencia el predominio de los medios digitales como principal canal de comunicación con los consumidores. Como consecuencia, la inversión promocional del emprendimiento debe concentrarse en plataformas digitales, ya que permiten una mayor cobertura, segmentación y contacto directo con el público objetivo, optimizando los recursos destinados al marketing.

Figura 14*Redes Sociales con Mayor Uso*

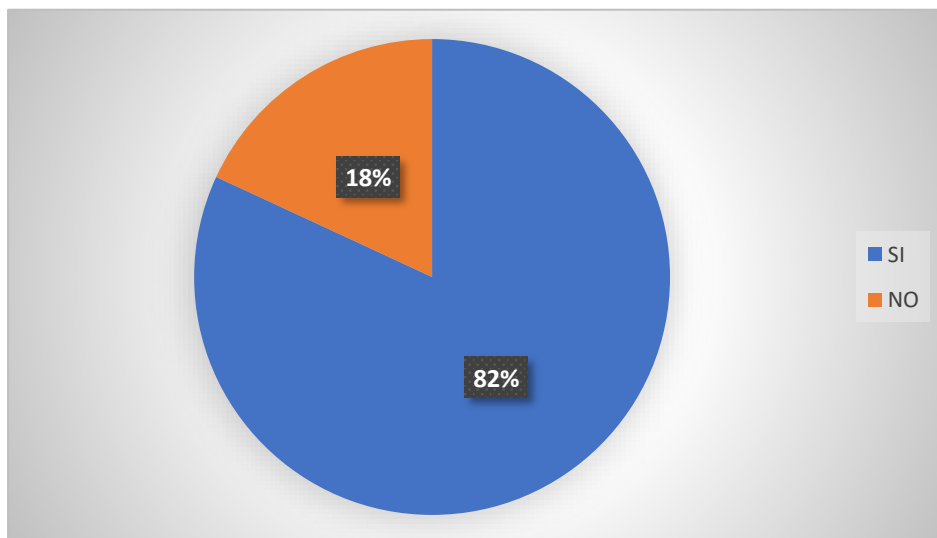
Nota. La figura muestra las redes sociales de mayor uso de los encuestados.

Los resultados reflejan que WhatsApp es la plataforma más utilizada por los encuestados con un 53%, seguida de TikTok con el 42% y Facebook con el 5%. Estos datos evidencian que el mercado objetivo mantiene una fuerte presencia en aplicaciones de comunicación inmediata y contenido audiovisual. En consecuencia, Tesa puede fortalecer su estrategia comercial mediante la gestión de pedidos por WhatsApp Business y la difusión de contenido creativo en TikTok, incrementando la interacción con los clientes y mejorando el alcance de la marca.

Figura 15*Preferencia de Contenido para Conocer el Producto*

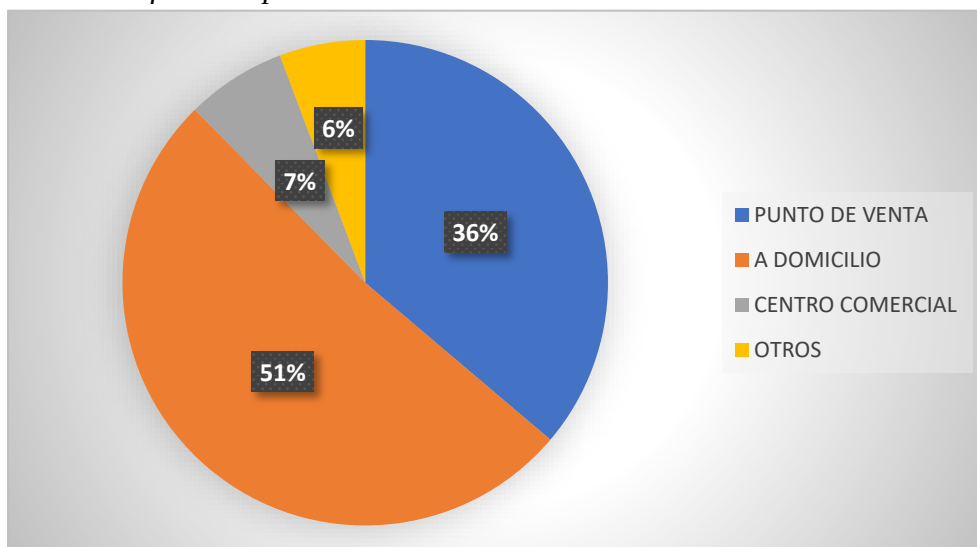
Nota. La figura muestra la preferencia de contenido que los encuestados desean para conocer los productos de Tesa.

Los resultados indican que el 43% de los encuestados prefiere observar videos del proceso de elaboración de los productos, mientras que el 39% se inclina por fotografías del producto terminado. Por otra parte, un 8 % prefiere ideas de uso o decoración, el otro 7% selecciono otras opciones y el 4% manifestó mayor interés en contenido referente al interés de testimonios de clientes. Estos resultados evidencian que los consumidores valoran conocer el trabajo artesanal que existe detrás de cada producto, lo que constituye una oportunidad para fortalecer la confianza y credibilidad de la marca. Por ello, Tesa puede aprovechar este interés mediante la publicación de contenido audiovisual que muestre el proceso creativo y productivo de sus artículos.

Figura 16*Preferencia de Compra del Producto*

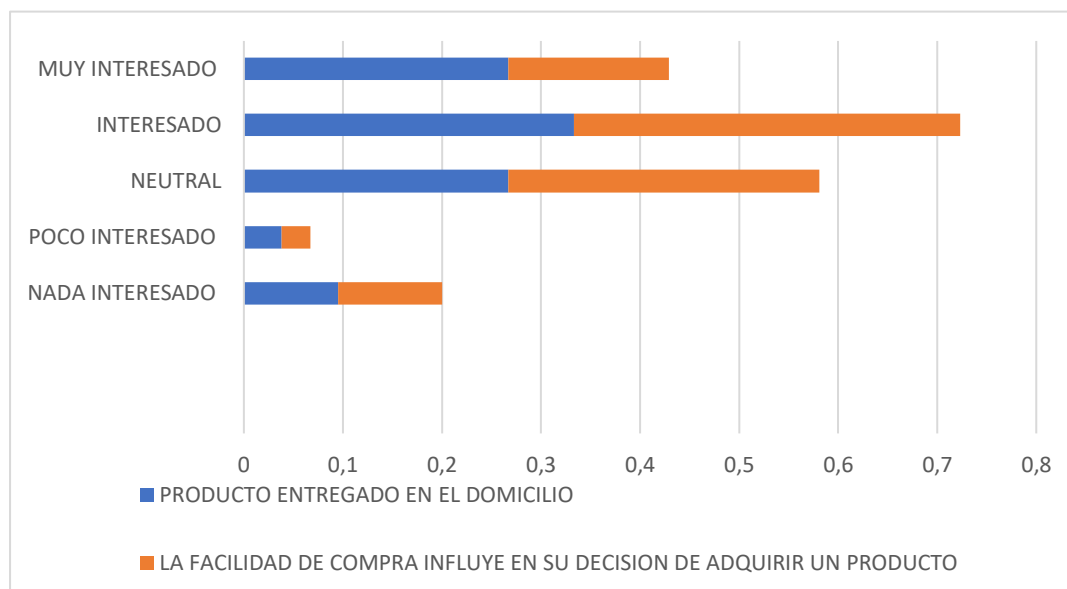
Nota. La figura muestra la preferencia de los encuestados para comprar en tienda física

Los resultados muestran que el 82% de los encuestados prefiere adquirir los productos en una tienda física, mientras que el 18% manifestó no tener esta preferencia. Este comportamiento sugiere que los consumidores valoran la posibilidad de observar directamente la calidad, diseño y acabados de los productos antes de realizar una compra. Aunque Tesa opera principalmente mediante canales digitales, estos resultados evidencian la conveniencia de participar en ferias, exposiciones y eventos locales que permitan una interacción directa con los clientes. Esta estrategia contribuirá a fortalecer la confianza del consumidor y aumentar las oportunidades de comercialización.

Figura 17*Preferencia para Recibir los Productos*

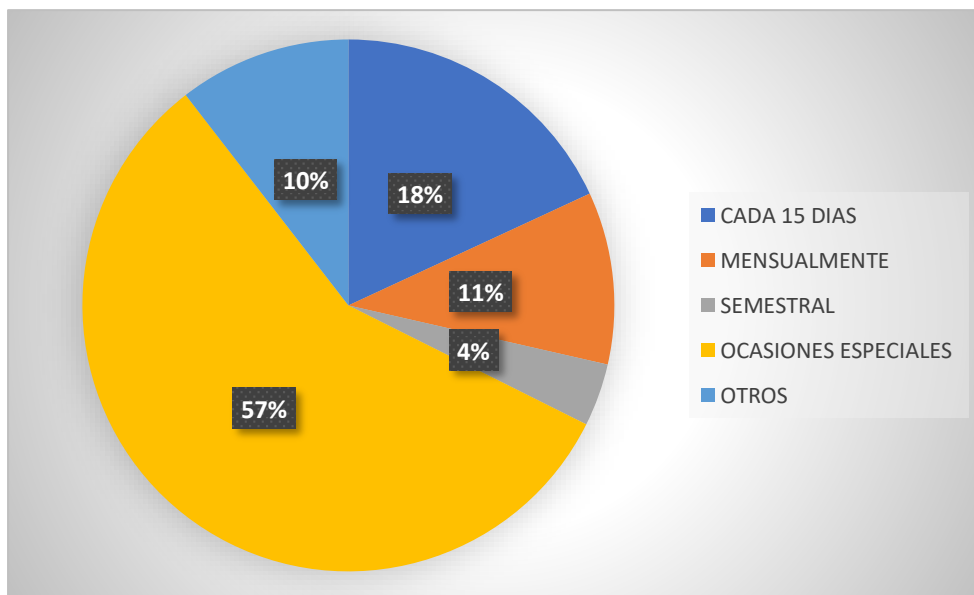
Nota. La figura muestra la preferencia de los encuestados para recibir los productos de Tesa.

Los resultados reflejan que el 51% de los encuestados prefiere recibir los productos a domicilio, mientras que el 36% opta por retirarlos en un punto de entrega previamente establecido. Aunque la mayoría de los consumidores manifestó preferencia por realizar sus compras en espacios físicos, también valoran la comodidad y practicidad de recibir los productos directamente en sus hogares. Esta situación no representa una contradicción, sino una oportunidad para que Tesa implemente un modelo de comercialización híbrido que combine la exhibición presencial de los productos con servicios de entrega eficientes, mejorando la experiencia del cliente y fortaleciendo la competitividad del emprendimiento.

Figura 18*Preguntas con Método de Likert*

Nota. La figura muestra el nivel de aceptación de los encuestados por los productos entregados en el domicilio y la facilidad de compra para adquirir el producto.

Los resultados obtenidos mediante la escala de Likert mostraron que los encuestados presentan una valoración positiva respecto a la entrega de productos a domicilio y consideran que la facilidad de compra influye significativamente en su decisión de adquirir un producto. Esto evidencio que los consumidores valoran los procesos de compra simples, rápidos y accesibles. Además, la información obtenida destaca la importancia de implementar mecanismos que faciliten la comunicación, realización de pedidos y entrega de los productos. Estas acciones pueden contribuir a mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad del emprendimiento Tesa dentro del mercado local.

Figura 19*Frecuencia de Compra del Producto*

Nota. La figura muestra la frecuencia de compra que los consumidores tendrían para adquirir los productos de Tesa.

Los resultados muestran que el 57% de los encuestados adquiere este tipo de productos principalmente en ocasiones especiales, mientras que el 18% realiza compras cada quince días, el 10% selecciono otras opciones y el 4% compra semestral. Estos resultados evidencian que la demanda de este tipo de productos se encuentra estrechamente relacionada con celebraciones, fechas conmemorativas y eventos especiales. Por esta razón, Tesa deberá planificar su producción, inventario y estrategias promocionales en temporadas de alta demanda, tales como cumpleaños, aniversarios, Día de la Madre, San Valentín, Navidad y otras festividades que incentiven la compra de regalos personalizados.

2.7.1. Conclusiones de la Encuesta

2.7.1.1. Precio

- El público objetivo es sensible al precio, pero no está dispuesto a sacrificar la naturaleza artesanal de los productos por un costo más bajo
- Existe una preferencia clara por rangos de precios específicos para cada producto: entre \$10 y \$12 dólares para llaveros, entre \$15 y \$18 dólares para amigurumis, y entre \$2 y \$4 para flores por unidad.
- El mercado mostro un segmento minoritario (9% - 18%) dispuesto a pagar precios premium, lo que podría explorarse para productos con valor añadido.

2.7.1.2. Producto

- La calidad de los materiales es el factor de compra más importante para la mayoría de los encuestados (50%).
- Los consumidores valoran mucho la originalidad (19%) y la posibilidad de personalización (12%) de los diseños.
- La demanda se enfoca en productos hechos a mano con un alto valor percibido, y la rapidez del tiempo de entrega es el factor menos relevante para el cliente.

2.7.1.3. Promoción

- Las redes sociales son el canal de comunicación más efectivo para llegar al público (81%), con un uso predominante de WhatsApp (53%) y TikTok (42%).
- El contenido que genera mayor interés son los videos del proceso de los tejidos (43%) y las fotos de alta calidad del producto terminado (39%).

2.7.1.4. Plaza

- Hay una fuerte preferencia por la compra en tiendas físicas (82%), y la mayoría de los encuestados no ha comprado productos tejidos en línea (70%)
- La entrega a domicilio es el método de recepción de productos preferido por el 51% de los clientes, seguido por el retiro en un punto de venta específico (36%).
- La frecuencia de compra es baja, concentrándose principalmente en ocasiones especiales (57%), lo que sugiere una estrategia de ventas enfocada en eventos.

CAPÍTULO III

3. Diseño de la Propuesta

3.1. Título

Diseño del Estudio de Factibilidad financiera para la elaboración y comercialización de productos tejidos.

3.2. Justificación

La elaboración y comercialización de productos artesanales en crochet se ha convertido en una alternativa de emprendimiento con importantes oportunidades de desarrollo, debido al creciente interés de los consumidores por adquirir artículos personalizados, originales y elaborados de forma manual. Por ende, surge la necesidad de evaluar la viabilidad financiera de iniciativas que permitan satisfacer esta demanda y al mismo tiempo generar beneficios económicos sostenibles para quienes desarrollan este tipo de actividades.

La presente investigación se justifica por la necesidad de determinar la factibilidad financiera del emprendimiento Tesa, dedicado a la elaboración y comercialización de productos en crochet. Para ello, se analizarán aspectos fundamentales como la inversión requerida, los costos de producción, los gastos operativos, los ingresos proyectados y la rentabilidad esperada, con el propósito de establecer si el proyecto puede desarrollarse de manera sostenible y generar resultados favorables a largo plazo.

Desde el punto de vista económico, este estudio permitirá disponer de información que facilite la toma de decisiones respecto a la puesta en marcha y crecimiento del emprendimiento, reduciendo los riesgos asociados a la inversión y proporcionando una visión más clara sobre su comportamiento financiero. Además, contribuirá al fortalecimiento de una actividad productiva

basada en la creatividad, la personalización y el trabajo artesanal, favoreciendo la generación de ingresos y el desarrollo económico local.

La investigación posee relevancia académica al aplicar conocimientos relacionados con la formulación y evaluación de proyectos de inversión en un contexto real. Los resultados obtenidos servirán como referencia para futuros estudios y vinculados al sector artesanal y permitirán demostrar la importancia de realizar análisis financieros previos para respaldar la viabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos.

3.3. Fundamentos (Base Legal)

- Constitución de la Republica del Ecuador (2008)
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación
- Código de comercio
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

3.4. Objetivos

3.4.1. General

Diseñar un estudio de factibilidad financiero para la elaboración y comercialización de productos en crochet en el cantón El Carmen, con el fin de determinar la viabilidad del emprendimiento y contribuir al fortalecimiento del sector artesanal.

3.4.2. Especifico

- Establecer la inversión inicial, los costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.
- Determinar costos variables y fijos para el cálculo del punto de equilibrio

- Elaborar los estados financieros proformas, como estados de resultados, balance general y flujo de caja
- Evaluar la rentabilidad financiera de la propuesta mediante indicadores financieros que permitan determinar su viabilidad.
- Determinar la sensibilidad del proyecto a través de escenarios moderado y pesimista.

3.5. Desarrollo de la Propuesta

	Empresa: Tesa S.A.S. Ruc: 13135651001 Dirección: Ampliación Silva #2 Celular: 0999601100	Código: TSA-001 Página: Nº:1-37
---	--	---

Factibilidad Financiera del Proyecto



Elaborado por: ✓ Teresa Zambrano Loor	Revisado por: ✓ Ing. Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD
--	---



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 61

TSA-001

Página:

Nº:2-37

Índice

Portada.....	1
Índice.....	2
1. Introducción.....	4
2. Abreviaturas.....	5
3. Simbología.....	6
4. Base legal.....	6
4.1. Constitución de la Republica del Ecuador (2008).....	6
4.2.Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	7
4.3.Código de comercio.....	8
4.4.Ley de Régimen Tributario Interno.....	8
4.5.Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	9
5. Factibilidad Económica y Financiera.....	10
5.1.Plan de Inversión.....	10
5.2.Costo Promedio Ponderado.....	11
5.3.Resumen de Fuentes de Inversión Interna y Externa.....	12
5.4.Resumen de costos.....	13
5.4.1. Hoja de Costos de Llaveros.....	13
5.4.2. Hoja de Costos de Amigurumis.....	15
5.5.Resumen de Costos Fijos y Variables.....	17



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 62

TSA-001

Página:

Nº:3-37

5.5.1. Clasificación de Costos Fijos y Variables de Amigurumis.....	17
5.5.2. Clasificación de Costos Fijos y Variables de Llaveros.....	19
5.6.Análisis del Punto de Equilibrio.....	21
5.6.1. Punto de Equilibrio de Llaveros.....	21
5.6.2. Punto de Equilibrio de Amigurumis.....	22
5.7.Estado de Resultados Proyectados.....	23
5.8.Estado de Situación Financiera.....	25
5.9.Flujo de Caja del Proyecto.....	27
5.10. Evaluación Económica y Financiera.....	29
5.11. Análisis Financiero.....	30
5.11.1. Ratios de Rentabilidad.....	30
5.11.2. Ratios de Solvencia Y Apalancamiento.....	32
5.12. Análisis de sensibilidad.....	34
5.12.1. Escenario Moderado.....	34
5.12.2. Escenario Pesimista.....	36



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 63

TSA-001

Página:

Nº:4-37

1. Introducción

El presente capítulo desarrolla la propuesta de factibilidad financiera para la elaboración y comercialización de productos en crochet del emprendimiento Tesa, con el propósito de establecer una planificación que oriente su funcionamiento y contribuya a evaluar la viabilidad de su implementación. La propuesta surge como una alternativa para organizar los recursos necesarios, definir la estructura de operación y contar con una base financiera que facilite la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo del emprendimiento.

En este apartado se desarrolla la proyección financiera del emprendimiento mediante herramientas que permiten analizar el comportamiento esperado de los ingresos, los costos y la inversión, proporcionando información útil para valorar la conveniencia de ejecutar el proyecto. La propuesta constituye una guía para la planificación y organización del emprendimiento, por lo que integra los aspectos necesarios para orientar su puesta en marcha de manera ordenada. De esta forma, el capítulo ofrece una visión integral de la propuesta y proporciona los elementos necesarios para sustentar el análisis financiero que se desarrolla en los apartados siguientes.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 64

TSA-001

Página:

Nº:5-37

2. Abreviaturas

Tabla 6

Abreviaturas

Abreviaturas	Concepto
VAN	El Valor Actual Neto, es un indicador financiero que determina el valor presente de los flujos de efectivo futuros de un proyecto, descontados a una tasa determinada, para establecer su rentabilidad.
TIR	La Tasa Interna de Retorno es una Tasa de Descuento que iguala el valor presente de los ingresos y egresos de un proyecto, utilizada para evaluar su rentabilidad.
PRI	Periodo de Recuperación de la Inversión, es un indicador que muestra el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial mediante los flujos de efectivo generados por el proyecto.
RBC	Relación Beneficio-Costo, es un indicador que compara los beneficios obtenidos con los costos incurridos para determinar la conveniencia económica de un proyecto.
TMAR	La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento, hace referencia al rendimiento mínimo esperado por el inversionista para considerar viable un proyecto de inversión.
CPPC	El Costo Promedio Ponderado de Capital es un indicador que representa el costo promedio de las diferentes fuentes de financiamiento utilizadas en el proyecto.
ROA	Rendimiento sobre los Activos, este mide la capacidad del emprendimiento para generar utilidades a partir de sus activos totales.
ROE	Rendimiento sobre el Patrimonio, este evalúa la rentabilidad obtenida sobre el capital aportado por los propietarios.
RSI	Rendimiento sobre la Inversión, es un indicador que mide el beneficio obtenido en relación con la inversión realizada.
RSC	Rendimiento sobre el Capital, este es un indicador que mide la rentabilidad generada con respecto al capital propio invertido.
S.A.S.	Sociedad por Acciones Simplificadas, es un tipo de sociedad mercantil regulada por la legislación ecuatoriana, caracterizada por su constitución simplificada y flexibilidad administrativas.

Nota. La tabla muestra las principales abreviaturas del capítulo 3 referente a la propuesta.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 65

TSA-001

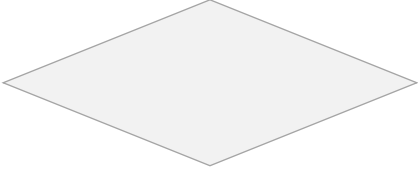
Página:

Nº:6-37

3. Simbología

Tabla 7

Simbología del Flujoograma

Nombre	Símbolo	Función
Proceso		Se utiliza para presentar cualquier tipo de operación que pueda originar cambio de valor, formato o posición de la información almacenada en memoria, operaciones aritméticas, de transformaciones, etc.
Decisión		Se utiliza para indicar operaciones lógicas o de comparación entre datos.
Línea de flujo		Indica el sentido de la ejecución de operaciones

Nota. La tabla describe los símbolos utilizados en el flujoograma del proceso productivo del emprendimiento.

4. Base legal

4.1. Constitución de la Republica del Ecuador (2008)

La constitución de la Republica del Ecuador es la norma jurídica de mayor jerarquía del ordenamiento jurídico ecuatoriano. En ella se establecen los principio fundamentales del Estado, los derechos de las personas y las bases que regulan el desarrollo económico, social y productivo del país (Constitución de la República del Ecuador , 2021).



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 66

TSA-001

Página:

Nº:7-37

Artículo 66, numeral 15

Reconoce el derecho de todas las personas a desarrollar actividades económicas de forma individual o colectiva, conforme a los principio de solidaridad, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

Artículo 319

Reconoce diversas formas de organización de la producción y la economía, entre ellas la pública, privada, mixta, popular y solidaria, promoviendo su participación dentro del desarrollo económico nacional.

La Constitución constituye el principal respaldo jurídico para la creación del emprendimiento Tesa, al garantizar el derecho de las personas a desarrollar actividades económicas y fomentar iniciativas productivas que contribuyan al desarrollo local, de igual manera, proporciona el marco legal que permite ejercer actividades comerciales dentro de un entorno de igualdad, seguridad jurídica y responsabilidad social.

4.2. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Barrezueta (2020) menciona que la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación tiene como finalidad fortalecer el ecosistema emprendedor ecuatoriano mediante mecanismos que incentiven la creación, desarrollo y consolidación de nuevos negocios.

Artículo 3

Establece que la ley tiene por objeto promover el emprendimiento, la innovación y la generación de nuevas oportunidades económicas mediante políticas orientadas al fortalecimiento de iniciativas productivas.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 67

TSA-001

Página:

Nº:8-37

Esta normativa constituye uno de los principales fundamentos legales del presente proyecto, debido a que respalda la creación de nuevos emprendimientos mediante mecanismos orientados a facilitar su desarrollo y fortalecimiento. En el caso de Tesa, proporciona un marco jurídico que impulsa la planificación empresarial y promueve el crecimiento de iniciativas productivas con potencial de desarrollo económico.

4.3. Código de Comercio

El Código de Comercio (2020) regula las actividades mercantiles y las relaciones jurídicas derivadas de los actos de comercio realizados por personas naturales y jurídicas dentro del territorio ecuatoriano.

Artículo 1

Establece que las disposiciones del Código regulan los actos de comercio y las actividades desarrolladas por quienes ejercen el comercio de manera habitual.

La aplicación de esta normativa resulta importante porque establece las reglas que regulan las actividades comerciales desarrolladas por el emprendimiento, permitiendo que la comercialización de los productos tejidos se realice conforme al marco jurídico vigente. A su vez, brinda seguridad jurídica en las relaciones comerciales que puedan establecerse con clientes, proveedores y otras organizaciones.

4.4. Ley de Régimen Tributario Interno

Ley de Regimen Tributario Interno, LRTI (2018) regula el sistema tributario ecuatoriano, estableciendo las obligaciones fiscales de las personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades económicas.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 68

TSA-001

Página:

Nº:9-37

Artículo 1

Determina el régimen aplicable a los tributos internos administrados por el Servicio de Rentas Internas y las obligaciones tributarias correspondientes.

La incorporación de esta ley dentro de la propuesta permite identificar las obligaciones tributarias que deberán cumplirse durante el funcionamiento del emprendimiento. Su aplicación favorece una adecuada planificación financiera y contribuye al cumplimiento oportuno de las responsabilidades fiscales, fortaleciendo la formalidad y sostenibilidad del negocio.

4.5. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2018) regula las organizaciones que desarrollan actividades económicas bajo principios de cooperación, solidaridad y participación.

Artículo 1

Establecer el marco jurídico para la organización, funcionamiento y fortalecimiento de las entidades que conforman el sector de la economía popular y solidaria.

La presente normativa resulta pertinente porque reconoce la importancia de las iniciativas productivas que generan desarrollo económico y fortalecen la economía local. Su incorporación dentro de la propuesta respalda el emprendimiento Tesa como una alternativa que promueve la producción artesanal y contribuye a la generación de oportunidades económicas mediante una actividad sostenible y organizada.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 69

TSA-001

Página:

Nº:10-37

5. Factibilidad Económica y Financiera

5.1. Plan de Inversión

Tabla 8

Plan de Inversión

TESA S.A.S.		
Plan de Inversión		
Detalle	Valor	Total
Corriente		3,562.49
Inventario de Producto Terminado	3,562.49	
No Corrientes		\$ 8,002.54
Propiedad Planta y Equipo	\$ 8,002.54	
Equipos de Computación	\$ 3,652.54	
Muebles de Oficina	\$ 4,350.00	
TOTAL		\$ 11,565.03

Nota. La tabla presenta la distribución de la inversión inicial requerida para la implementación del emprendimiento Tesa.

El plan de inversión de Tesa S.A.S. establece una inversión total de \$11565,03 distribuida entre activos corrientes y activos no corrientes. Los activos corrientes representan \$3562,49 destinados al inventario de productos terminados, mientras que los activos no corrientes ascienden a \$8002,54 correspondientes a la adquisición de equipos de computación y muebles de oficina, recursos indispensables para el funcionamiento operativo y administrativo del emprendimiento. La estructura de la inversión evidencia que la mayor parte de los recursos se destina a activos de largo plazo, lo que permitirá contar con la infraestructura necesaria para desarrollar las actividades productivas y comerciales de manera eficiente. De igual forma, la asignación de recursos al



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 70

TSA-001

Página:

Nº:11-37

inventario inicial garantizara la disponibilidad de productos para atender la demanda proyectada desde el inicio de las operaciones, favoreciendo la estabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto.

5.2. Costo Promedio Ponderado

Tabla 9

Costo Promedio Ponderado de Capital

TESA S.A.S.				
Costo Promedio Ponderado de Capital				
Detalle	%	Inversión	TMAR	CPPC
Recursos Propios	17.29%	2000	18.23%	3.15%
Recursos de Terceros	82.71%	\$ 9,565.03	16.67%	13.79%
TOTAL	100.00%	\$ 11,565.03		16.94%

Nota. La tabla muestra el costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento consideradas para el proyecto.

El costo promedio ponderado de capital obtenido para el proyecto corresponde al 16,94%, porcentaje que representa el costo promedio de los recursos financieros utilizados para la ejecución de la propuesta, considerando tanto el capital propio como el financiamiento externo. Este indicador constituye la tasa mínima de rendimiento que debe generar la inversión para cubrir el costo de las fuentes de financiamiento y mantener la viabilidad económica del proyecto. El resultado obtenido evidencia que la evaluación financiera del emprendimiento deberá generar una



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 71

TSA-001

Página:

Nº:12-37

rentabilidad superior al 16,94% para que la inversión resulte conveniente. Por lo tanto, el CPPC se convierte en un referente fundamental para el cálculo de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), permitiendo determinar con mayor precisión la rentabilidad y factibilidad financiera de la propuesta.

5.3. Resumen de Fuentes de Inversión Interna y Externa

Tabla 10

Fuentes de Inversión Interna y Externa

TESA S.A.S.				
RESUMEN DE FUENTES DE INVERSIÓN (INTERNA Y EXTERNA)				
Detalle	Valor	% del Proyecto	Recursos Propios	Recursos de Terceros
			17,29%	82,71%
Inventario de Producto Terminado	\$ 3.562,49	30,80%	\$ 616,08	\$2.946,41
Equipos de Computación	\$ 3.652,54	31,58%	\$ 631,65	\$3.020,89
Muebles de Oficina	\$ 4.350,00	37,61%	\$ 752,27	\$3.597,73
TOTAL	\$ 11.565,03	100%	\$ 2.000,00	\$9.565,03

Nota. La tabla presenta la participación de los recursos propios y del financiamiento externo en la inversión del proyecto.

La estructura de financiamiento presentada permite identificar el origen de los recursos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento Tesa, diferenciando el capital aportado por la propietaria y el financiamiento obtenido mediante fuentes externas. Esta distribución refleja una planificación financiera orientada a equilibrar la inversión inicial, reduciendo la necesidad de depender exclusivamente de recursos propios y facilitando la disponibilidad del capital requerido para el desarrollo del proyecto. La combinación de inversión interna y externa contribuye a fortalecer la capacidad financiera del emprendimiento, por lo que permite cubrir los requerimientos



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 72

TSA-001

Página:

Nº:13-37

de inversión sin afectar significativamente la liquidez de la propietaria. De igual forma, el acceso al financiamiento externo representa una alternativa que favorece la ejecución del proyecto, siempre que las obligaciones adquiridas sean compatibles con la capacidad de generación de ingresos prevista.

5.4. Resumen de Costos

5.4.1. Hoja de Costos de Llaveros

Tabla 11

Hoja de Costos de Llaveros

TESA S.A.S.					
Hoja De Costos de Llaveros					
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	658.60	705.38	755.58	809.48	867.34
Lana	633.60	677.05	723.47	773.08	826.09
Relleno siliconado	25.00	28.33	32.11	36.39	41.24
Mano de Obra Directa	21,374.96	23,205.47	23,697.11	24,199.16	24,711.86
Tejedoras	21,374.96	23,205.47	23,697.11	24,199.16	24,711.86
Costos Indirectos de Fabricación	4,307.04	4,630.92	4,980.80	5,390.87	5,874.68
Materia Prima Indirecta	1,347.84	1,586.30	1,872.72	2,217.92	2,635.42
Argollas para llaveros	933.12	1,057.54	1,198.54	1,358.35	1,539.46
Ojos de seguridad	414.72	528.77	674.18	859.58	1,095.96
Materiales Indirectos	\$ 2,871.20	\$ 2,952.22	\$ 3,011.06	\$ 3,071.08	\$ 3,132.29
Empaques	\$ 518.40	\$ 534.06	\$ 544.74	\$ 555.63	\$ 566.74
Etiqueta Adhesiva	\$ 259.20	\$ 267.03	\$ 272.37	\$ 277.82	\$ 283.37
Etiquetas de marca	\$ 1,036.80	\$ 1,068.11	\$ 1,089.47	\$ 1,111.26	\$ 1,133.49
Tarjetas de agradecimiento	\$ 518.40	\$ 534.06	\$ 544.74	\$ 555.63	\$ 566.74
Pegamento (Silicona)	\$ 518.40	\$ 528.77	\$ 539.34	\$ 550.13	\$ 561.13
Agujas de crochet	\$ 20.00	\$ 20.20	\$ 20.40	\$ 20.61	\$ 20.81
Otros	\$ 88.00	\$ 92.40	\$ 97.02	\$ 101.87	\$ 106.96
Energía Eléctrica	\$ 16.00	\$ 16.80	\$ 17.64	\$ 18.52	\$ 19.45

Internet	\$ 12.00	\$ 12.60	\$ 13.23	\$ 13.89	\$ 14.59
Arriendo	\$ 60.00	\$ 63.00	\$ 66.15	\$ 69.46	\$ 72.93
TOTAL, COSTOS	26,340.60	28,541.77	29,433.49	30,399.51	31,453.88
Producción	5184	5288	5393	5501	5611
Costos Unitarios de Producción	5.08	5.40	5.46	5.53	5.61
Margen de Utilidad Porcentual	35%	37%	40%	45%	50%
Margen de Utilidad Monetaria	2.74	3.17	3.64	4.52	5.61
Precio de Venta al Público	7.82	8.57	9.10	10.05	11.21
Precio de Venta con IVA	8.99	9.85	10.46	11.55	12.89

Nota. La tabla detalla los costos de producción proyectados para la elaboración de llaveros en crochet.

La hoja de costos para los llaveros permitió identificar de forma detallada los recursos necesarios para la elaboración de cada unidad, considerando los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Esta información facilitó conocer el costo real de producción, constituyéndose en un elemento clave para establecer un precio de venta que permita cubrir los costos incurridos y obtener una utilidad que contribuya a la sostenibilidad del emprendimiento. Los resultados obtenidos evidencian que la estructura de costos del producto es acorde con el proceso de fabricación propuesto, permitiendo mantener un equilibrio entre la calidad del producto y la rentabilidad esperada. Por lo tanto, la hoja de costos constituye una herramienta fundamental para el control de los recursos utilizados, la planificación de la producción y la toma de decisiones relacionadas con la fijación de precios y la sostenibilidad financiera del emprendimiento Tesa S.A.S.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 74

TSA-001

Página:

Nº:15-37

5.4.2. Hoja de Costos de Amigurumis

Tabla 12

Hoja de Costos Amigurumis

TESA S.A.S.					
HOJA DE COSTOS DE AMIGURUMIS					
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	986.40	1,066.63	1,154.04	1,249.34	1,353.34
Lana	792.00	846.31	904.34	966.35	1,032.62
Relleno siliconado	194.40	220.32	249.70	282.99	320.72
Mano de Obra	32,062.45	34,808.20	35,545.66	36,298.75	37,067.79
Tejedoras	32,062.45	34,808.20	35,545.66	36,298.75	37,067.79
Costos Indirectos de Fabricación	4,127.76	4,543.13	5,004.90	5,534.61	6,144.03
Materia Prima Indirecta	2,540.16	2,908.22	3,333.44	3,825.65	4,396.63
Ojos de seguridad	207.36	264.38	337.09	429.79	547.98
Bases de madera	2,332.80	2,643.84	2,996.35	3,395.87	3,848.65
Materiales Indirectos	\$ 1,455.60	\$ 1,496.31	\$ 1,525.93	\$ 1,556.15	\$ 1,586.96
Empaques	\$ 259.20	\$ 267.03	\$ 272.37	\$ 277.82	\$ 283.37
Etiqueta Adhesiva	\$ 129.60	\$ 133.51	\$ 136.18	\$ 138.91	\$ 141.69
Etiquetas de marca	\$ 518.40	\$ 534.06	\$ 544.74	\$ 555.63	\$ 566.74
Tarjetas de agradecimiento	\$ 259.20	\$ 267.03	\$ 272.37	\$ 277.82	\$ 283.37
Pegamento (Silicona)	\$ 259.20	\$ 264.38	\$ 269.67	\$ 275.07	\$ 280.57
Agujas de crochet	\$ 30.00	\$ 30.30	\$ 30.60	\$ 30.91	\$ 31.22
Otros	\$ 132.00	\$ 138.60	\$ 145.53	\$ 152.81	\$ 160.45
Energía Eléctrica	\$ 24.00	\$ 25.20	\$ 26.46	\$ 27.78	\$ 29.17
Internet	\$ 18.00	\$ 18.90	\$ 19.85	\$ 20.84	\$ 21.88
Arriendo	\$ 90.00	\$ 94.50	\$ 99.23	\$ 104.19	\$ 109.40
TOTAL, COSTOS	37,176.61	40,417.96	41,704.60	43,082.70	44,565.16
Producción	2592	2644	2697	2751	2806
Costos Unitarios de Producción	14.34	15.29	15.46	15.66	15.88
Margen de Utilidad Porcentual	35%	37%	40%	45%	50%
Margen de Utilidad Monetaria	7.72	8.98	10.31	12.81	15.88
Precio de Venta al Público	22.07	24.27	25.77	28.48	31.77
Precio de Venta con IVA	25.38	27.91	29.64	32.75	36.53



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 75

TSA-001

Página:

Nº:16-37

Nota. La tabla presenta los costos estimados para la elaboración de amigurumis durante el periodo de proyección.

La información presentada en la hoja de costos de los amigurumis permitió identificar la inversión necesaria para elaborar este producto, dando a notar que su proceso de fabricación demanda una mayor cantidad de recursos en comparación con otros artículos del catálogo. Este comportamiento responde principalmente al tiempo de elaboración y a los materiales que intervienen en cada pieza, aspectos que influyen directamente en el costo final del producto. Conocer esta información resulta fundamental para la planificación del emprendimiento, por lo que permite evaluar si el precio establecido responde al esfuerzo productivo requerido y a las condiciones del mercado. Además, facilita la proyección de ingresos y la estimación de la rentabilidad esperada, convirtiéndose en un elemento de apoyo para la toma de decisiones relacionadas con la producción y comercialización de los amigurumis.

5.5. Resumen de Costos Fijos y Variables

5.5.1. Clasificación de Costos Fijos y variables de amigurumis

Tabla 13

Clasificación de Costos Fijos y Variables de amigurumis

[illegible]

Ojos de seguridad		\$ 207.36		\$ 264.38		\$ 337.09		\$ 429.79		\$ 547.98
Bases de madera		\$ 2,332.80		\$ 2,643.84		\$ 2,996.35		\$ 3,395.87		\$ 3,848.65
Materiales Indirectos										
Empaques		\$ 259.20		\$ 267.03		\$ 272.37		\$ 277.82		\$ 283.37
Etiqueta Adhesiva		\$ 129.60		\$ 133.51		\$ 136.18		\$ 138.91		\$ 141.69
Etiquetas de marca		\$ 518.40		\$ 534.06		\$ 544.74		\$ 555.63		\$ 566.74
Tarjetas de agradecimiento		\$ 259.20		\$ 267.03		\$ 272.37		\$ 277.82		\$ 283.37
Pegamento (Silicona)		\$ 259.20		\$ 264.38		\$ 269.67		\$ 275.07		\$ 280.57
Agujas de crochet		\$ 30.00		\$ 30.30		\$ 30.60		\$ 30.91		\$ 31.22
Otros										
Energía Eléctrica		\$ 24.00		\$ 25.20		\$ 26.46		\$ 27.78		\$ 29.17
Internet	\$ 18.00		\$ 18.90		\$ 19.85		\$ 20.84		\$ 21.88	
Arriendo	\$ 90.00		\$ 94.50		\$ 99.23		\$ 104.19		\$ 109.40	
Otros	\$ 32170.45	\$ 5,006.16	\$ 34921.60	\$ 5,496.36	\$ 35664.73	\$ 6,039.87	\$ 36423.77	\$ 6,658.92	\$ 37199.06	\$ 7,366.10

Nota. La tabla clasifica los costos fijos y variables asociados a la producción de amigurumis

La clasificación de los costos fijos y variables de los amigurumis permitió identificar como se distribuyen los recursos económicos necesarios para su elaboración y comercialización. Esto evidencia que algunos costos permanecen constantes independientemente del volumen de producción, mientras que otros aumentan de acuerdo con la cantidad de unidades fabricadas. Conocer este comportamiento facilita comprender la estructura de costos del producto y su incidencia en la rentabilidad del emprendimiento. Por ende, esta información constituye una herramienta importante para la planificación financiera, por lo que permite estimar con mayor precisión el impacto que tendrá un incremento o disminución de la producción sobre los costos totales. De esta

78

manera, el emprendimiento podrá adoptar decisiones orientadas al uso de los recursos, mantener un adecuado control de los gastos y fortalecer la sostenibilidad financiera de Tesa S.A.S.

5.5.2. Clasificación de Costos Fijos y Variables

Tabla 14

Clasificación de Costos Fijos y Variables de Llaveros

[illegible]

Argollas para llaveros		\$ 933,12		\$ 1.057,54		\$ 1.198,54		\$ 1.358,35		\$ 1.539,46
Ojos de seguridad		\$ 414,72		\$ 528,77		\$ 674,18		\$ 859,58		\$ 1.095,96
Materiales Indirectos										
Empaques		\$ 518,40		\$ 534,06		\$ 544,74		\$ 555,63		\$ 566,74
Etiqueta Adhesiva		\$ 259,20		\$ 267,03		\$ 272,37		\$ 277,82		\$ 283,37
Etiquetas de marca		\$ 1.036,80		\$ 1.068,11		\$ 1.089,47		\$ 1.111,26		\$ 1.133,49
Tarjetas de agradecimiento		\$ 518,40		\$ 534,06		\$ 544,74		\$ 555,63		\$ 566,74
Pegamento (Silicona)		\$ 518,40		\$ 528,77		\$ 539,34		\$ 550,13		\$ 561,13
Agujas de crochet		\$ 20,00		\$ 20,20		\$ 20,40		\$ 20,61		\$ 20,81
Otros										
Energía Eléctrica		\$ 16,00		\$ 16,80		\$ 17,64		\$ 18,52		\$ 19,45
Internet	\$ 12,00		\$ 12,60		\$ 13,23		\$ 13,89		\$ 14,59	
Arriendo	\$ 60,00		\$ 63,00		\$ 66,15		\$ 69,46		\$ 72,93	
TOTAL, COSTOS	21446,96	\$ 4.893,64	23281,07	\$ 5.260,70	23776,49	\$ 5.657,00	24282,51	\$ 6.117,00	24799,38	\$ 6.654,50

Nota. La tabla presenta la clasificación de los costos fijos y variables correspondientes a la producción de llaveros

La clasificación de los costos fijos y variables correspondientes a la elaboración de llaveros permitió conocer la forma en que cada uno de estos rubros influye en el costo total de producción. La información presentada facilita identificar aquellos costos que deben cubrirse de manera permanente y aquellos que dependen directamente del volumen de producción, proporcionando una visión más clara sobre el comportamiento financiero de este producto. A partir de esta clasificación es posible planificar de manera más eficiente los recursos destinados a la producción de llaveros, especialmente en periodos de mayor o menos demanda. Esto sirve como apoyo para evaluar diferentes escenarios de producción y establecer estrategias que permitan optimizar los costos sin afectar la calidad del producto, contribuyendo al fortalecimiento de la gestión financiera del emprendimiento



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 80

TSA-001

Página:

Nº:21-37

5.6. Análisis del Punto de Equilibrio

5.6.1. Punto de Equilibrio de Llaveros

Tabla 15

Punto de Equilibrio de Llaveros

TESA S.A.S	
Punto de Equilibrio Llaveros	
Precio	\$ 7.82
Producción	5184
Costos Fijos	21446.96
Costos variables	\$ 4,893.64
Costos Variables Unitarios	\$ 0.94
Punto de Equilibrio Q	\$ 3,120.40
Punto de Equilibrio \$	\$ 24,392.59

Nota. La tabla muestra el punto de equilibrio proyectado para la producción y comercialización de llaveros.

El análisis del punto de equilibrio para la producción de llaveros evidencia que la empresa Tesa S.A.S. deberá comercializar aproximadamente 3120 unidades para cubrir la totalidad de sus costos fijos y variables, lo que representa ingresos cercanos a \$24392,59. A partir de este nivel de ventas, el emprendimiento comenzará a generar utilidades, dado que los ingresos superarán los costos totales del proceso productivo. Estos resultados demuestran que la producción de llaveros constituye una alternativa económica viable, siempre que se mantenga el volumen de ventas proyectado y un adecuado control de los costos de producción. Así mismo el punto de equilibrio sirve como referencia para establecer metas de ventas y planificar la producción, reduciendo el riesgo de pérdidas económicas.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 81

TSA-001

Página:

Nº:22-37

5.6.2. Punto de equilibrio de Amigurumis

Tabla 16

Punto de Equilibrio de Amigurumis

TESA S.A.S	
Punto de Equilibrio Amigurumis	
Precio	22.07
Producción	2592
Costos Fijos	32170.45
Costos variables	\$ 5,006.16
Costos Variables Unitarios	\$ 1.93
Punto de Equilibrio Q	\$ 1,597.78
Punto de Equilibrio \$	\$ 35,256.38

Nota. La tabla presenta el punto de equilibrio estimado para la producción y comercialización de amigurumis.

Los resultados obtenidos muestran que la empresa deberá vender aproximadamente 1598 amigurumis para cubrir todos los costos asociados a su producción y comercialización, alcanzando ingresos por alrededor de \$35256,38. Este indicador refleja el nivel mínimo de ventas requerido para que el emprendimiento no registre pérdidas económicas. Aunque el punto de equilibrio de los amigurumis representa un mayor valor monetario que el de los llaveros, este comportamiento está relacionado con su precio de venta y con los costos propios de su elaboración. En consecuencia, este producto posee un importante potencial de rentabilidad siempre que se mantenga la demanda proyectada y una adecuada gestión de los recursos.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 82

TSA-001

Página:

Nº:23-37

5.7. Estado de Resultados Proyectados

Tabla 17

Estado de Resultados Proyectados

TESA S.A.S.					
Estado de Resultados					
Detalle / Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	97,718.79	109,459.89	118,563.49	133,604.02	152,038.08
Ventas Llaveros	40,524.01	45,304.40	49,055.82	55,271.84	62,907.76
Ventas Amigurumis	57,194.78	64,155.49	69,507.67	78,332.17	89,130.32
Costos y Gastos	\$ 91,505.78	\$ 98,340.32	\$ 100,685.38	\$ 101,920.30	\$ 104,494.71
Costos	\$ 63,517.21	\$ 68,959.73	\$ 71,138.09	\$ 73,482.21	\$ 76,019.04
Variables	\$ 9,899.80	10757.06	\$ 11,696.88	\$ 12,775.92	\$ 14,020.60
Fijos	\$ 53,617.41	\$ 58,202.67	59441.22	\$ 60,706.28	\$ 61,998.44
Gastos	\$ 27,988.57	\$ 29,380.59	\$ 29,547.28	\$ 28,438.09	\$ 28,475.67
Agua	\$ 60.00	\$ 61.20	\$ 62.42	\$ 63.67	\$ 64.95
Sueldo Administrativo	22,901.75	24,863.00	25,389.76	25,927.68	26,476.99
Suministros de Oficina	\$ 766.00	\$ 781.32	\$ 796.95	\$ 812.89	\$ 829.14
Insumos de Limpieza	\$ 618.60	\$ 630.97	\$ 643.59	\$ 656.46	\$ 669.59
Gastos de Constitución	\$ 268.00				
Intereses Pagados	\$ 1,721.71	\$ 1,391.59	\$ 1,002.05	\$ 542.39	
Depreciaciones	1652.51	1652.51	1652.51	435	435
Utilidad Antes del Reparto	6,213.01	11,119.57	17,878.11	31,683.72	47,543.37
Participación Trabajadores	931.95	1,667.93	2,681.72	4,752.56	7,131.50
Utilidad Gravable	5,281.06	9,451.63	15,196.40	26,931.16	40,411.86
Impuesto a la Renta	1,320.26	2,362.91	3,799.10	6,732.79	10,102.97
Utilidad Neta	3,960.79	7,088.72	11,397.30	20,198.37	30,308.90

Nota. La tabla muestra la proyección de ingresos, costos, gastos y utilidad del emprendimiento durante el periodo analizado.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 83

TSA-001

Página:

Nº:24-37

El estado de resultados proyectado refleja un crecimiento progresivo de los ingresos durante los cinco años de evaluación, pasando de \$97718,79 en el primer año y \$152038,08 en el quinto año. De tal forma, la utilidad neta presenta un incremento sostenido, desde \$3960,79 hasta \$30308,90 evidenciando una mejora significativa en la rentabilidad del proyecto. Estos resultados demuestran que, a pesar del incremento gradual de los costos y gastos operativos, el emprendimiento mantiene una capacidad creciente para generar beneficios económicos. En consecuencia, la proyección financiera evidencia que la propuesta presenta un comportamiento favorable y una adecuada capacidad para generar utilidades en el mediano plazo.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 84

TSA-001

Página:

Nº:25-37

5.8. Estado de Situación Financiera

Tabla 18

Estado de Situación Financiera

TESA S.A.S.						
Estado de Situación Financiera						
Detalle / Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	11,565.03	13,691.84	18,616.46	27,460.11	44,645.18	74,954.08
Corrientes	3,562.49	7,341.81	13,918.95	24,415.11	42,035.18	72,779.08
Efectivo		3,779.32	10,356.45	20,852.62	38,472.69	69,216.58
Inventario de Producto Terminado	3,562.49	3,562.49	3,562.49	3,562.49	3,562.49	3,562.49
No Corrientes	8002.54	6350.02667	4697.51333	3045	2610	2175
Propiedad Planta y Equipo	\$ 8,002.54	\$ 6,350.03	\$ 4,697.51	\$ 3,045.00	\$ 2,610.00	\$ 2,175.00
Equipos de Computación	\$ 3,652.54	\$ 2,435.03	\$ 1,217.51	\$ -		
Depreciación Acumulada		1217.51333	1217.51333	1217.51333		
Muebles de Oficina	\$ 4,350.00	\$ 3,915.00	\$ 3,480.00	\$ 3,045.00	\$ 2,610.00	\$ 2,175.00
Depreciación Acumulada		435	435	435	435	435
PASIVOS	\$ 9,565.03	\$ 7,731.05	\$ 5,566.94	\$ 3,013.30	\$ -	\$ -
Corrientes						
Participación Trabajadores						
Impuesto a la Renta						
No corrientes	\$ 9,565.03	\$ 7,731.05	\$ 5,566.94	\$ 3,013.30	\$ -	\$ -
Préstamo a Largo Plazo	\$ 9,565.03	\$ 7,731.05	\$ 5,566.94	\$ 3,013.30		
PATRIMONIO	2,000.00	5,960.79	13,049.52	24,446.81	44,645.18	74,954.08
Capital Social	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Utilidad Neta		3,960.79	7,088.72	11,397.30	20,198.37	30,308.90
Utilidad Acumulada			3,960.79	11,049.52	22,446.81	42,645.18
Total, Pasivo + Patrimonio	\$ 11,565.03	\$ 13,691.84	\$ 18,616.46	\$ 27,460.11	\$ 44,645.18	\$ 74,954.08

Nota. La tabla presenta la proyección de la situación financiera del emprendimiento Tesa.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 85

TSA-001

Página:

Nº:26-37

El estado de situación financiera evidencia un fortalecimiento progresivo de la estructura patrimonial de Tesa S.A.S. durante el periodo analizado. Los activos totales muestran un crecimiento constante, mientras que el pasivo disminuye paulatinamente hasta extinguirse en los últimos años de la proyección, lo que refleja una reducción del nivel de endeudamiento y un incremento del patrimonio de la empresa. Este comportamiento financiero indica que el emprendimiento contará con una mayor solvencia económica y una mejor capacidad para cumplir con sus obligaciones, fortaleciendo su estabilidad financiera y generando condiciones favorables para su crecimiento y consolidación.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 86

TSA-001

Página:

Nº:27-37

5.9. Flujo de Caja del Proyecto

Tabla 19

Flujo de Caja

TESA S.A.S.						
Flujo de Caja						
Detalle / Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		97,718.79	109,459.89	118,563.49	133,604.02	152,038.08
Ventas Llaveros		40,524.01	45,304.40	49,055.82	55,271.84	62,907.76
Ventas Amigurumis		57,194.78	64,155.49	69,507.67	78,332.17	89,130.32
Costos y Gastos		\$ 91,505.78	\$ 98,340.32	\$ 100,685.38	\$ 101,920.30	\$ 104,494.71
Costos		\$ 63,517.21	\$ 68,959.73	\$ 71,138.09	\$ 73,482.21	\$ 76,019.04
Variables		\$ 9,899.80	10757.06	\$ 11,696.88	\$ 12,775.92	\$ 14,020.60
Fijos		\$ 53,617.41	\$ 58,202.67	59441.22	\$ 60,706.28	\$ 61,998.44
Gastos		\$ 27,988.57	\$ 29,380.59	\$ 29,547.28	\$ 28,438.09	\$ 28,475.67
Agua		\$ 60.00	\$ 61.20	\$ 62.42	\$ 63.67	\$ 64.95
Sueldo Administrativo		22,901.75	24,863.00	25,389.76	25,927.68	26,476.99
Suministros de Oficina		\$ 766.00	\$ 781.32	\$ 796.95	\$ 812.89	\$ 829.14
Insumos de Limpieza		\$ 618.60	\$ 630.97	\$ 643.59	\$ 656.46	\$ 669.59
Gastos de Constitución		\$ 268.00				
Intereses Pagados		\$ 1,721.71	\$ 1,391.59	\$ 1,002.05	\$ 542.39	
Depreciaciones		1652.51	1652.51	1652.51	435	435
Utilidad Antes del Reparto		6,213.01	11,119.57	17,878.11	31,683.72	47,543.37
Participación Trabajadores		931.95	1,667.93	2,681.72	4,752.56	7,131.50
Utilidad Gravable		5,281.06	9,451.63	15,196.40	26,931.16	40,411.86
Impuesto a la Renta		1,320.26	2,362.91	3,799.10	6,732.79	10,102.97
Utilidad Neta		3,960.79	7,088.72	11,397.30	20,198.37	30,308.90
(+) Depreciaciones		1652.51	1652.51	1652.51	435	435
(-) Capital Pagado		\$1,833.99	\$2,164.10	\$2,553.64	\$3,013.30	
(-) Inversión Corriente	(3,562.49)					
(-) Inversión no Corriente	(8,002.54)					
Flujos Netos no Operacional	(11,565.03)	(\$181.47)	(\$511.59)	(\$901.13)	(\$2,578.30)	\$435.00

Flujos Netos Operacional	(11,565.03)	3,779.32	6,577.13	10,496.17	17,620.07	30,743.90
--------------------------	-------------	----------	----------	-----------	-----------	-----------

Nota. La tabla muestra los ingresos y egresos proyectados para evaluar la disponibilidad de efectivo del proyecto.

El flujo de caja proyectado presenta una evolución favorable durante los cinco años de evaluación, registrando flujos netos positivos que aumentan progresivamente conforme se incrementan las ventas y la utilidad del emprendimiento. Este comportamiento demuestra que la empresa dispondrá de liquidez suficiente para cubrir sus costos, gastos y obligaciones financieras, además de generar recursos para futuras inversiones. La tendencia positiva del flujo de efectivo confirma la capacidad del proyecto para mantener operaciones sostenibles en el tiempo, constituyéndose en un indicador fundamental para respaldar la factibilidad financiera de la propuesta.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 88

TSA-001

Página:

Nº:29-37

5.10. Evaluación Económica y Financiera

Tabla 20

Evaluación Económica y Financiera

	TESA S.A.S.
Evaluación Financiera	

VAN	\$26,677.48					
TIR	67.05%					
IR	\$3.31					
EVA		1,865.78	4,670.28	8,598.71	15,735.45	28,784.90
PRI-PAYBACK						
Detalle / Periodos	Año 0	1	2	3	4	5
Flujo Neto Operacional	(11,565.03)	3,824.77	6,629.27	10,557.70	17,694.44	30,743.90
Flujo Descontado	(11,565.03)	\$3,270.74	\$4,847.83	\$6,602.25	\$9,462.39	\$14,059.30
Flujo Acumulado	(11,565.03)	(8,294.29)	(3,446.46)	3,155.79	12,618.18	26,677.48
Payback	2.52					
Meses	6.26					
Días	7.92					
Horas	22.19					
Minutos	11.37					

Nota. La tabla presenta los principales indicadores utilizados para determinar la factibilidad económica y financiera del emprendimiento.

Los indicadores financieros obtenidos reflejan resultados favorables para la ejecución del proyecto. El Valor Actual Neto (VAN) presenta un valor positivo de \$26677,48, lo que evidencia que la inversión genera beneficios superiores al costo del capital invertido. Así mismo, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 67,05%, superando ampliamente el costo promedio ponderado del capital, mientras que el Índice de Rentabilidad (IR) de 3,31 indica que por cada dólar invertido



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 89

TSA-001

Página:

Nº:30-37

se obtendrá un retorno \$3,31. Además, el periodo de recuperación de la inversión (Payback) es de aproximadamente 2 años y 6 meses, lo que representa un tiempo favorable para recuperar el capital inicial. Estos indicadores demuestran que la propuesta es económicamente rentable y financieramente viable, puesto que genera utilidades, recupera la inversión en un plazo razonable y ofrece una rentabilidad superior a la inversión realizada, respaldando la factibilidad del emprendimiento Tesa S.A.S.

5.11. Análisis Financiero

5.11.1. Ratios de Rentabilidad

Tabla 21

Análisis Financiero Ratios de Rentabilidad

	TESA S.A.S.				
Análisis Financiero					
Ratios de Rentabilidad					

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
1. Rendimiento sobre la Inversión (ROA - RSI)	Utilidad Neta	29.42%	38.25%	41.46%	45.07%	40.31%
	Activos Totales					
Análisis: El ROA muestra un crecimiento sostenido durante los primeros 4 años (pasando de un 29.42% a un 45.07%), lo que refleja una mejora continua en la eficiencia para generar utilidades a partir de los activos totales. Sin embargo, en el Año 5 se observa una ligera contracción al 40.31%.						

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
	Utilidad Neta	66.90%	54.23%	46.45%	45.07%	40.31%

2. Rendimiento sobre el Capital (ROE - RSC)	Patrimonio					
Análisis: El ROE muestra un descenso constante año tras año, iniciando con un elevado 66.90% en el Año 1 y cerrando en un 40.31% en el Año 5. A pesar de este descenso, el resultado final sigue siendo excelente y muy superior al promedio del mercado reflejando la maduración del proyecto.						

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
3. Índice de Cobertura de Pagos	Utilidad antes de Intereses e impuestos	4.98	9.75	20.54	65.11	
	Interés					
Análisis: El índice de cobertura sube de forma exponencial, pasando de 4.98 en el Año 1 a 65.11 en el Año 4. Esto significa que la capacidad de la empresa para pagar sus intereses con sus ganancias operativas se multiplicó por más de diez.						

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
4. Margen Neto	Utilidad Neta	4.14%	6.54%	9.66%	15.14%	19.94%
	Ventas Netas					
Análisis: El margen neto se multiplica por casi cinco veces a lo largo del periodo, subiendo del 4.14% en el año 1 al 19.94% en el año 5. Esto demuestra que la empresa ha mejorado drásticamente su eficiencia interna.						

Nota. La tabla presenta los principales indicadores financieros utilizados para evaluar la rentabilidad económica del emprendimiento.

Los ratios de rentabilidad constituyen una herramienta fundamental para evaluar el desempeño económico del emprendimiento Tesa, ya que permiten determinar la capacidad del proyecto para generar utilidades a partir de la inversión realizada, el patrimonio y las ventas obtenidas. Estos indicadores ofrecen una visión integral sobre la eficiencia financiera del negocio y facilitan el análisis de su crecimiento durante el periodo proyectado. En términos generales, los resultados evidencian un comportamiento favorable, reflejando una mejora progresiva en la capacidad del emprendimiento para generar beneficios económicos y fortalecer su rentabilidad. Esto demuestra que la propuesta cuenta con bases financieras solidas para sostener sus



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 91

TSA-001

Página:

Nº:32-37

operaciones, recuperar la inversión realizada y generar utilidades, aspectos que respaldan la viabilidad financiera del proyecto y favorecen su permanencia en el mercado.

5.11.2. Ratios de Solvencia y Apalancamiento

Tabla 22

Análisis Financiero Ratio de Solvencia y Apalancamiento

	TESA S.A.S.
Análisis Financiero	
Ratios de Solvencia y Apalancamiento	

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
1. Deuda a Capital de Accionistas	Deuda Total	1,27	0,42	0,12	0,00	0,00
	Patrimonio					
Análisis: Durante los primeros 3 años se presenta una participación de deuda, no es un valor sumamente alto, pero a partir del año 4 el indicador de la deuda se reduce totalmente a 0, lo que evidencia que el proyecto opera sin endeudamiento y con total respaldo de capital propio.						

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
2. Índice de endeudamiento	Deuda Total	0,56	0,29	0,11	0,00	0,00
	Activos totales					
Análisis: El indicador disminuye constantemente del 0.56% al 0% para el cuarto año. Esto demuestra que el proyecto eliminó sus deudas externas. De este modo, reduce significativamente su riesgo financiero.						

Indicadores	Formula	Años				
		1	2	3	4	5
3. Rotación de Activos Totales	Ventas Netas	7,11	5,85	4,29	2,98	2,02
	Activos Totales					

Análisis: El indicador refleja una pérdida constante de eficiencia en el uso de los activos para generar ingresos. El ratio desciende año tras año, pasando de 7.11 veces en el Año 1 a 2.02 veces en el Año 5.

Nota. La tabla presenta los principales indicadores financieros utilizados para evaluar la solvencia y desempeño económico del emprendimiento.

Los ratios de solvencia y apalancamiento permiten evaluar la capacidad del emprendimiento Tesa para cumplir con sus obligaciones financieras y analizar el nivel de participación del financiamiento externo dentro de la estructura económica del proyecto. Es por ello, que estos indicadores muestran el grado de estabilidad financiera alcanzado durante el periodo de evaluación y la eficiencia en la administración de los recursos disponibles. Los resultados reflejan una evolución positiva de la situación financiera del emprendimiento, evidenciado una reducción gradual del nivel de endeudamiento y una mayor capacidad para respaldar sus operaciones con recursos propios. Este comportamiento contribuye a disminuir el riesgo financiero y fortalece la estabilidad económica del proyecto, generando mayor confianza respecto a su sostenibilidad y capacidad para afrontar sus compromisos financieros en el mediano y largo plazo.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 93

TSA-001

Página:

Nº:34-37

5.12. Análisis de Sensibilidad

5.12.1. Escenario Moderado

Tabla 23

Sensibilidad del Escenario Moderado



Escenario Moderado

VAN	\$23.755,50					
TIR	47,51%					
IR	\$2,45					
EVA	(968,68)	1.592,95	5.424,17	12.456,31	25.392,55	
PRI-PAYBACK						
Detalle / Periodos	Año 0	1	2	3	4	5
Flujo Neto Operacional	(11.565,03)	990,31	3.551,94	7.383,16	14.415,30	27.351,55
Flujo Descontado	(11.565,03)	\$846,86	\$2.597,45	\$4.617,06	\$7.708,81	\$12.507,96
Flujo Acumulado	(11.565,03)	(10.718,17)	(8.120,72)	(3.503,66)	4.205,15	16.713,12

Payback	3,45
Meses	5,45
Días	13,62
Horas	14,88
Minutos	53,06

Nota. La tabla muestra el comportamiento de los indicadores financieros bajo su escenario moderado de variación de las variables del proyecto.

El Valor Actual Neto (VAN) es de \$23755.50, lo que indica que el proyecto recupera la inversión inicial y genera un beneficio económico adicional. Este resultado demuestra que la propuesta es financieramente viable y puede aportar valor a los inversionistas. Por otro lado, la



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 94

TSA-001

Página:

Nº:35-37

tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 47,51%, reflejando una rentabilidad favorable para el proyecto. Este resultado evidencia que la inversión ofrece un rendimiento atractivo y supera el costo de capital, respaldando su factibilidad financiera. El Índice de rentabilidad (IR) registra un valor de 2,45, lo que significa que por cada dólar invertido se obtienen \$2,33 en valor presente. Este indicador confirma que el proyecto genera beneficios superiores a la inversión realizada, mostrando un uso eficiente de los recursos.

El Valor Económico Agregado (EVA) presenta un valor negativo en el primer año (\$968,68), debido al proceso inicial de recuperación de la inversión. Sin embargo, a partir del segundo año el indicador se vuelve positivo y mantiene un crecimiento constante hasta alcanzar \$25392,55 en el quinto año, lo que demuestra que el proyecto comienza a generar valor económico de manera sostenida. Por último, el Payback es de 3,45 años, lo que significa que la inversión será recuperada en aproximadamente 3 años, 5 meses y 13 días. Este resultado indica que la inversión inicial será recuperada dentro del horizonte de evaluación del proyecto.



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 95

TSA-001

Página:

Nº:36-37

5.12.2. ¿ Escenario Pesimista

Tabla 24

Sensibilidad del Escenario Pesimista

Escenario Pesimista

VAN	\$19.889,71					
TIR	40,02%					
IR	\$2,11					
EVA	(2.183,44)	274,10	4.063,66	11.807,64	23.938,69	
PRI-PAYBACK						
Detalle / Periodos	Año 0	1	2	3	4	5
Flujo Neto Operacional	(11.565,03)	(224,45)	2.233,09	6.022,65	13.766,63	25.897,68
Flujo Descontado	(11.565,03)	(\$191,94)	\$1.633,01	\$3.766,26	\$7.361,93	\$11.843,11
Flujo Acumulado	(11.565,03)	(11.756,97)	(10.123,97)	(6.357,71)	1.004,22	12.847,32

Payback	3,86
Meses	10,36
Días	10,89
Horas	21,44
Minutos	26,64

Nota. La tabla presenta el comportamiento financiero del emprendimiento ante un escenario pesimista, considerando condiciones menos favorables para el proyecto.

El Resultado del Valor Actual Neto (VAN) es de \$19889,71 lo cual refleja que el proyecto genera un excedente económico después de recuperar la inversión inicial. Esto evidencia que los ingresos esperados son suficientes para cubrir los costos asociados y obtener un beneficio, lo que



Empresa: Tesa S.A.S.

Ruc: 13135651001

Dirección: Ampliación Silva #2

Celular: 0999601100

Código: 96

TSA-001

Página:

Nº:37-37

respalda la convivencia de ejecutar la propuesta, a su vez la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 40,02% muestra que el nivel de rentabilidad que puede alcanzar la inversión durante el periodo de evaluación, por ende, el porcentaje obtenido indica que el proyecto tiene una adecuada capacidad para generar utilidades, convirtiéndose en una opción atractiva para quienes buscan obtener un retorno sobre el capital invertido. El Índice de Rentabilidad (IR) es de 2,11 lo que indica que por cada dólar invertido se generan \$2,11 en valor presente, este resultado demuestra que los recursos financieros son utilizados de manera eficiente, favoreciendo la recuperación del capital y la obtención de ganancias a lo largo del proyecto.

Los resultados del Valor Económico Agregado (EVA) muestran el comportamiento del proyecto la cual el primer año se presentó un valor negativo (2183,44), después del segundo año ya se presenta un valor positivo. El periodo de Recuperación de la Inversión (Payback) señala que el tiempo estimado para recuperar el capital invertido es de 3 años, 10 meses y 10 días, por lo que el plazo obtenido refleja que la inversión puede recuperarse dentro del horizonte de evaluación, lo que contribuye a reducir la incertidumbre y aporta mayor confianza sobre la viabilidad financiera del emprendimiento

Conclusiones

La fundamentación teórica permitió comprender la importancia del estudio de factibilidad como una herramienta para evaluar la viabilidad de un emprendimiento, integrando los componentes de mercado, técnico, organización y financiero. De tal forma, el análisis de los antecedentes evidencio que este tipo de estudios contribuye a disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones y fortalece el desarrollo de emprendimientos artesanales mediante una adecuada planificación.

La valoración de los componentes técnicos, comerciales, económicos y financieros permitió determinar que el emprendimiento Tesa dispone de las condiciones necesarias para desarrollar sus actividades de manera organizada. El análisis realizado facilito la identificación de los recursos requeridos, la estructura organizacional, los costos de producción y las estrategias de comercialización, demostrando que estos elementos constituyen la base para el funcionamiento eficiente del emprendimiento.

El diagnostico efectuado permitió identificar que existe una aceptación favorable de los productos tejidos en crochet por parte de los consumidores del cantón El Carmen, evidenciando una demanda potencial para este tipo de artículos. También se determinó que la ausencia de una planificación financiera y comercial limita el crecimiento de los emprendimientos artesanales, haciendo necesaria la aplicación de herramientas que orienten la gestión y la toma de decisiones.

La propuesta de estudio de factibilidad desarrollada por el emprendimiento Tesa constituye una alternativa que debería implementarse para fortalecer la elaboración y comercialización de productos en crochet, por lo que integra la planificación técnica, organizacional y financiera necesaria para su funcionamiento.

Recomendaciones

Analizar de manera periódica los aspectos teóricos, metodológicos y las tendencias relacionadas con los estudios de factibilidad, con el fin de fortalecer la planificación y la toma de decisiones en futuros emprendimientos, incorporando información actualizada que contribuya el desarrollo sostenible de proyectos artesanales.

Valorar continuamente los componentes técnicos, comerciales, económicos y financieros del emprendimiento, mediante el seguimiento de los costos, la demanda del mercado y el desempeño de las estrategias de comercialización, con la finalidad de optimizar la gestión del negocio y mejorar su competitividad.

Diagnosticar de forma periódica las necesidades, preferencias y comportamiento de los consumidores del cantón El Carmen, así como las condiciones del mercado, para identificar nuevas oportunidades comerciales y fortalecer la oferta de productos elaborados en crochet.

Elaborar e implementar las acciones contempladas en la propuesta de estudio de factibilidad, fortaleciendo la planificación técnica, organizacional y financiera del emprendimiento Tesa, con el fin de consolidar su crecimiento, mejorar su rentabilidad y garantizar su sostenibilidad en el mercado.

Bibliografía

- Aragón, M. B. (2020). *Economía financiera: teoría, modelos e investigación aplicada – 1ra edición*. Bonilla Artiga Editores.
- Avila, M. M. (2020). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión Métodos y aplicaciones*. Santa Cruz - Bolivia: Fundación Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra .
- Barrezueta, H. d. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Quito: Asamblea Nacional República del Ecuador .
- Block, S. B., Hir, G. A., & Danielsen, B. R. (2017). *Fundamentos de Administración financiera*. México : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Cañón Buitrago, E. D., Vargas Vargas, W. E., & Marcela, B. Z. (2023). *Metodología BIM – 1ra edición Conceptos y su aplicación en proyectos de infraestructura vial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Carrasco, F. A., Salah, A. M., & Beviá, F. V. (2025). *Gestión administrativa del proceso comercial. ADGD0308*. IC Editorial.
- Carrillo Rosero, D. A., Vega Falcón, V., & Navas Alcívar, S. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Quito, Ecuador : Editorial Jurídica del Ecuador.
- Carvajal, V. M., Sanabria, M. E., Flores, Á. S., & Arbeláez, T. Z. (2020). *Los estados financieros y la toma de decisiones en las pymes*. Babahoyo - Ecuador : CICACI.
- Castillo, L. A. (2021). *Evaluación de impacto ambiental - 1ra edición*. Ecoe Ediciones.
- Cervantes, J. G. (2021). *Formulación Y Evaluación De Proyectos De Inversión Para Ciencias Económico-Administrativas: Un Enfoque Sistémico*. Grupo Vanchri.

Cevallos Vique, V. O., Esparza Paz, f. f., Balseca Castro, J. E., & Chafla Granda, J. L. (2022). *Formulación y evaluación de proyectos para financiamiento* . Guayaquil, Ecuador : CIDE .

Chain, N. S., & Chain, R. S. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Código de Comercio. (2020). Quito: Fielweb Evolución Jurídica .

Constitución de la República del Ecuador . (2021). Lexis Finder .

Cortés, J. G. (2020). *El plan de negocios y la rentabilidad*. Guadalajara - México : Universidad de Guadalajara.

Emprendimiento.ec. (Mayo de 2026). Obtenido de Canales de comunicación, distribución y venta: <https://emprendimiento.ec/business-model-canvas/canales-de-comunicacion-distribucion-y-ventas/>

Flores, C. E. (2026). *La producción artesanal*. University of the Andes.

GAD de Manabí. (13 de Agosto de 2021). Obtenido de https://www.manabi.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/PDOT_Manabi_2021-2030_Borrador.pdf

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2017). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Education.

González, H. D. (2022). *Metodología de la investigación – 6ta edición Anteproyecto y proyecto, Propuesta*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

INEC. (6 de Marzo de 2025). *Ecuador - VIII Censo de Población y VII de Vivienda 2022*. Obtenido de

<https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/1085/overview#:~:text=El%2028%20de>

%20noviembre%20de%202010%20se%20realiz%C3%B3%20el%20%C3%BAltimo,cuatrocientos%20mil%20estudiantes%20y%20profesores.

Ley de Regimen Tributario Interno, LRTI . (2018). Quito : Lexis Finder .

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2011). Quito: Lexis Finder .

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2018). Quito: Lexis Finder .

Lozano Méndez, R. A. (2020). *Formulación y Evaluación de Proyectos : Enfoque para Emprendedores*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Lozano, R. M. (2025). *Formulación y Evaluación de Proyectos Enfoque para Emprendedores Décima Primera Edición* . Bogotá: Ecoe Ediciones.

Luzardo, R. A., & Catagua, J. M. (2023). *La Gestión Comercial y su Incidencia en la Competitividad de la Asociación “Bahía 3 de Diciembre” del Cantón Puerto López* . Jipijapa: Jipijapa-Unesum.

Medina, L. R. (2026). *Plan de cuentas para sistemas contables 2026 – 11va edición*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Mejía, F. J. (2022). *Una mirada pública a los proyectos de inversión social*. Cauca : Universidad de Cauca .

Metodología de la Investigación Educativa. (2021). Milagro: UNEMIONLINE.

Montañez, J. C., & Moreno, R. J. (2021). *Manual de metodología de la investigación en negocios internacionales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Nava, J. (19 de Febrero de 2026). *¿Qué son los canales de venta y qué tipos de comercialización existen?* Obtenido de <https://imsed.com/postgrados/marketing/canales-de-venta-tipos/>

Orozco, J. d. (2025). *Formulación de proyectos de inversión*. Ecoe Ediciones.

Parias, R. (2025). *Marketing con propósito – 1ra edición*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Poveda, G. P. (2019). *Gestión de riesgos ambientales para conservar la salud – 1ra edición*. Ecoe Ediciones .
- Puerto, D. M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos* . Colombia : Fondo editorial Areandino.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos Séptima Edición* . México : EDITORES, S.A. DE C.V.
- Uribe, O. L. (2020). *Organizaciones. Aproximaciones teóricas desde los estudios organizacionales*. Colombia : Universidad EAFIT.
- Villanueva, R. A. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión de PYMES*. Santa Fe : Universidad Nacional del Litoral .
- Viñán Villagrán, J. A., Puente Riofrío, M. I., Ávalos Reyes, J. A., & Córdova Prócel, J. R. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Dirección de Publicaciones.

Anexos

Anexo 1

Certificado de Copilatio


Certificado de análisis
 Compilatio Magister+ | ULEAM-ECU

Zambrano Teresa
 ID : 03c8807993476c63b07631970f5123e56609a6a1


6%
 Textos sospechosos

Nombre del fichero : Zambrano Teresa.txt
 Tamaño del archivo original : 12,18 MB
 Número de palabras : 24.348

Depositante : PABLO ÁVILA RAMÍREZ
 Fecha de depósito : 26 de julio de 2026
 Tipo de carga : interface
 fecha de fin de análisis : 26 de julio de 2026


Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :


Similitudes

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.


3%


Detección de IA

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
 Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.


1%


Idiomas no reconocidos

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
 Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.


2%

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :


Textos entre comillas

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.


1%



Fuentes de similitudes (sección 2/2)



Similitudes

3%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1	Velásquez Elian #a50f35 Viene de de mi biblioteca	<1%	
2	¿Qué son los canales de venta y tipos de comercialización? IMSED imsed.com/postgrados/marketing/canales-de-venta-tipos/	<1%	
3	¿Qué son los Costos Fijos y Variables? - Ejemplos Prácticos www.elcontadorprofesional.com/contabilidad-de-costos/costos-fijos-y-v...	<1%	
4	ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES: UN PANORAMA DE LOS... dx.doi.org/10.5752/p.1984-6606.2016v16n45p4	<1%	
5	Canales De Comunicación, Distribución Y Ventas ... emprendimiento.ec/business-model-canvas/canales-de-comunicacion-di...	<1%	
6	PROYECTO DE INVESTIGACION 2024(2) #ab3ff2 Viene de de mi grupo	<1%	
7	Documento de otro usuario #0805c0 Viene de de otro grupo	<1%	
11	Estudio técnico - FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA - MARCO TEÓRICO 1library.co/article/estudio-t%C3%A9cnico-fundamentaci%C3%B3n-te%C3...	<1%	
13	Documento de otro usuario #a148f0 Viene de de otro grupo	<1%	
14	Documento de otro usuario #275036 Viene de de otro grupo	<1%	

Anexo 2

Validación de la Encuesta



El Carmen 1 de Junio de 2026.

Oficio No. - 002-2026- PEAR

Ingeniero. Henry Pinargote Pinargote, PhD
Docente titular de la Uleam Ext. El Carmen
Presente. -

Asunto: Solicitud de validación de modelo de investigación

Estimada Ingeniera. Alexandra Mendoza Vera

Reciba un cordial y respetuoso saludo. En calidad de **docente tutor** de la estudiante Pastora Teresa Zambrano Loor, quien cursa el octavo semestre de la carrera de Administración de Empresas, en la ULEAM Extensión El Carmen.

En consideración a su destacada trayectoria profesional en el ámbito de la docencia e investigación, me permito **solicitar de la manera más comedida su valioso apoyo** como experto para la **evaluación y validación del modelo que será utilizado como herramienta metodológica en mi proyecto de titulación.**

El tema de investigación que desarrolla la estudiante Pastora Teresa Zambrano Loor, actualmente en fase de resultados, se titula: "Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos de tejidos en El Carmen"

Agradezco de antemano la atención brindada y la colaboración que pueda ofrecer al presente requerimiento.

Atentamente,


Ingeniero: Pablo Edison Avila Ramirez, PhD

Docente Titular de la Uleam Extensión El Carmen, Tutor de Titulación.

*Recibido
11/06/2026
JHC*

f.elcarmen@uleam.edu.ec
05-2660-695
Av. 3 de Julio y Carlos Alberto Aray
www.uleam.edu.ec



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

DATOS DEL EXPERTO

Información	Detalle
Nombre del experto	Henry Pinargote Pinargote
Título académico	Doctor en Ciencias Sociales Mención Gerencia
Institución donde labora	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Área de especialidad	Administración y Finanzas
Años de experiencia	20 años
Fecha de evaluación	1 de junio de 2026

TEMA:

Estudio de Factibilidad para la Elaboración y Comercialización de Productos de Tejidos en El Carmen

OBEJTIVO GENETAL:

Diseñar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos de tejidos en El Carmen

OBJETIVO DE LA VALIDACION:

Evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems que conforman el instrumento de investigación, con la finalidad de determinar su validez de contenido para la recolección de información.

CRITERIOS DE EVALUACION

Utilice la siguiente escala de valoración:

Criterios	Detalle	Calificación
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	Las dimensiones tienen relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem son esenciales e importantes, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

I. DATOS GENERALES

1. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ prefiero no decirlo

2. Edad:

- ☐ Menos 18 años
- ☐ 25–34 años
- ☐ 36–44 años
- ☐ Más de 45 años

II. VARIABLE INDEPENDIENTE:

Estudio de factibilidad

Dimensión 1: Análisis de mercado y demanda

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿Conoces o has adquirido detalles tejidos a crochet anteriormente? ○ Si ○ No				
2	¿Te interesaría comprar productos artesanales hechos a mano? ○ Si ○ No				
3	¿Has comprado alguna vez productos tejidos a través de internet? ○ Si ○ No				
4	¿Con qué frecuencia le gustaría adquirir productos tejidos a crochet? ○ Cada 15 días ○ Mensualmente ○ Semestral ○ En ocasiones especiales ○ Otros				

Dimensión 2: Comportamiento de compra y preferencias del consumidor

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿Qué considera más importante al comprar un producto tejido? a) Precio b) Calidad c) Originalidad d) Personalización e) Tiempo de entrega				
2	¿Preferirías comprar estos productos en una tienda física? o Si e) No				
3	La facilidad del proceso de compra influye en su decisión de adquirir un producto tejido. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				

Dimensión 3: Canales de comercialización y medios de información

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿A través de que medios te gustaría recibir información de los productos? a) Escritos b) Redes sociales c) Medios televisivos				
2	¿Cuál de las redes sociales utilizada con mayor frecuencia? a) WhatsApp b) Facebook c) TikTok				
3	¿Qué tipo de contenido le gustaría ver sobre nuestros productos? a) Fotos del producto terminado b) Videos del proceso de tejidos c) Testimonios de otros clientes d) Ideas de uso o decoración e) Otros				
4	¿En qué lugar le gustaría recibir nuestros productos? a) Punto de venta b) A domicilio c) En centro comercial d) Otros				

III. VARIABLE DEPENDIENTE:

Elaboración y comercialización de productos de tejidos

Dimensión 1: Diseño y características del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Considera importante la calidad de los materiales en los productos tejidos a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	Le gustaría que los diseños ofrecidos fueran personalizables a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
3	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Distinta gama de flores por unidad? a) \$2 - \$4 b) \$5 - \$8 c) \$9 - \$12				

Dimensión 2: Valor percibido y precio del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Prefiere pagar menos, aunque el producto no sea artesanal. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Amigurumis entre 20cm - 25cm? a) \$15 - \$18 b) \$20 - \$25 c) \$26 - \$30				
3	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Llaveros entre 12cm - 15cm? a) \$10 - \$12				

	b) \$15 - \$18				
	c) \$19 - \$22				

Dimensión 3: Promoción y experiencia del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Le interesaría ver videos del proceso de tejido. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	¿Qué tipo de contenido le gustaría ver sobre nuestros productos? a) Fotos del producto terminado b) Videos del proceso de tejidos c) Testimonios de otros clientes d) Ideas de uso o decoración e) Otros				
3	Valoraría que el producto pueda ser entregado a domicilio. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				

DICTAMEN DEL EXPERTO

Dictamen	Marque con una X
Aplicable sin modificaciones	☒
Aplicable con modificaciones	☐
No aplicable	☐

FIRMA

Información	Detalle
Nombre del experto	Dr. Henry Pinargote Pinargote, PhD
Firma	 
Fecha	1 de junio de 2026

Anexo 3

Validación de la Encuesta



El Carmen 1 de Junio de 2026.

Oficio No. - 001-2026- PEAR

Ingeniera. Alexandra Mendoza Vera, PhD
Docente titular de la Uleam Ext. El Carmen
Presente. -

Asunto: Solicitud de validación de modelo de investigación

Estimada Ingeniera. Alexandra Mendoza Vera

Reciba un cordial y respetuoso saludo. En calidad de **docente tutor** de la estudiante Pastora Teresa Zambrano Loor, quien cursa el octavo semestre de la carrera de Administración de Empresas, en la ULEAM Extensión El Carmen.

En consideración a su destacada trayectoria profesional en el ámbito de la docencia e investigación, me permito **solicitar de la manera más comedida su valioso apoyo como experto para la evaluación y validación del modelo que será utilizado como herramienta metodológica en mi proyecto de titulación.**

El tema de investigación que desarrolla la estudiante Pastora Teresa Zambrano Loor, actualmente en fase de resultados, se titula: "Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos de tejidos en El Carmen"

Agradezco de antemano la atención brindada y la colaboración que pueda ofrecer al presente requerimiento.

Atentamente,

Ingeniero: Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD

Docente Titular de la Uleam Extensión El Carmen, Tutor de Titulación.

Recibido
11/06/2026
Dr. J. J. J.

f.elcarmen@uleam.edu.ec
05-2660-695
Av. 3 de Julio y Carlos Alberto Aray
www.uleam.edu.ec

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

DATOS DEL EXPERTO

Información	Detalle
Nombre del experto	Alexandra Mendoza Vera
Título académico	Doctora en Ciencias Sociales Mención Gerencia
Institución donde labora	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Área de especialidad	Administración y Finanzas
Años de experiencia	20 años
Fecha de evaluación	1 de junio de 2026

TEMA:

Estudio de Factibilidad para la Elaboración y Comercialización de Productos de Tejidos en El Carmen

OBEJTIVO GENETAL:

Diseñar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de productos de tejidos en El Carmen

OBJETIVO DE LA VALIDACION:

Evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems que conforman el instrumento de investigación, con la finalidad de determinar su validez de contenido para la recolección de información.

CRITERIOS DE EVALUACION

Utilice la siguiente escala de valoración:

Criterios	Detalle	Calificación
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	Las dimensiones tienen relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem son esenciales e importantes, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

I. DATOS GENERALES

1. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ prefiero no decirlo

2. Edad:

- ☐ Menos 18 años
- ☐ 25–34 años
- ☐ 36–44 años
- ☐ Más de 45 años

II. VARIABLE INDEPENDIENTE:

Estudio de factibilidad

Dimensión 1: Análisis de mercado y demanda

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿Conoces o has adquirido detalles tejidos a crochet anteriormente? ○ Si ○ No				
2	¿Te interesaría comprar productos artesanales hechos a mano? ○ Si ○ No				
3	¿Has comprado alguna vez productos tejidos a través de internet? ○ Si ○ No				
4	¿Con qué frecuencia le gustaría adquirir productos tejidos a crochet? ○ Cada 15 días ○ Mensualmente ○ Semestral ○ En ocasiones especiales ○ Otros				

Dimensión 2: Comportamiento de compra y preferencias del consumidor

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿Qué considera más importante al comprar un producto tejido? a) Precio b) Calidad c) Originalidad d) Personalización e) Tiempo de entrega				
2	¿Preferirías comprar estos productos en una tienda física? o Si e) No				
3	La facilidad del proceso de compra influye en su decisión de adquirir un producto tejido. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				

Dimensión 3: Canales de comercialización y medios de información

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	¿A través de que medios te gustaría recibir información de los productos? a) Escritos b) Redes sociales c) Medios televisivos				
2	¿Cuál de las redes sociales utilizada con mayor frecuencia? a) WhatsApp b) Facebook c) TikTok				
3	¿Qué tipo de contenido le gustaría ver sobre nuestros productos? a) Fotos del producto terminado b) Videos del proceso de tejidos c) Testimonios de otros clientes d) Ideas de uso o decoración e) Otros				
4	¿En qué lugar le gustaría recibir nuestros productos? a) Punto de venta b) A domicilio c) En centro comercial d) Otros				

III. VARIABLE DEPENDIENTE:

Elaboración y comercialización de productos de tejidos

Dimensión 1: Diseño y características del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Considera importante la calidad de los materiales en los productos tejidos a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	Le gustaría que los diseños ofrecidos fueran personalizables a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
3	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Distinta gama de flores por unidad? a) \$2 - \$4 b) \$5 - \$8 c) \$9 - \$12				

Dimensión 2: Valor percibido y precio del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Prefiere pagar menos, aunque el producto no sea artesanal. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Amigurumis entre 20cm - 25cm? a) \$15 - \$18 b) \$20 - \$25 c) \$26 - \$30				
3	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño de Llaveros entre 12cm - 15cm? a) \$10 - \$12				

	b) \$15 - \$18				
	c) \$19 - \$22				

Dimensión 3: Promoción y experiencia del producto

Nº	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
1	Le interesaría ver videos del proceso de tejido. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				
2	¿Qué tipo de contenido le gustaría ver sobre nuestros productos? a) Fotos del producto terminado b) Videos del proceso de tejidos c) Testimonios de otros clientes d) Ideas de uso o decoración e) Otros				
3	Valoraría que el producto pueda ser entregado a domicilio. a) Nada interesado b) Poco interesado c) Neutral d) Interesado e) Muy interesado				

DICTAMEN DEL EXPERTO

Dictamen	Marque con una X
Aplicable sin modificaciones	X
Aplicable con modificaciones	
No aplicable	

FIRMA

Información	Detalle
Nombre del experto	Dra. Alexandra Mendoza Vera, PhD
Firma	
Fecha	1 de junio de 2026

Anexo 4*Presupuesto de Equipo de Computo*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE COMPUTO				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Laptop	5	Unidad	\$ 500,00	\$ 2.500,00
Impresora multifuncional	1	Unidad	\$ 435,00	\$ 435,00
Teléfono Celular	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Router o equipo de internet	1	Unidad	\$ 30,00	\$ 30,00
Tablet gráfica (XP-Pen)	1	Unidad	\$ 187,54	\$ 187,54
TOTAL				\$ 3.652,54

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado para los equipos de cómputo del emprendimiento Tesa.

Anexo 5*Presupuesto de Mano de Obra Directa*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tejedoras	7	Unidad	\$ 482,00	\$ 40.488,00
TOTAL				\$ 40.488,00

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de mano de obra del emprendimiento Tesa.

Anexo 6*Presupuesto de Gastos de Administración*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Contador	1	Unidad	\$ 482,00	\$ 5.784,00
Encargada de marketing y redes sociales	1	Unidad	\$ 482,00	\$ 5.784,00
Gerente	1	Unidad	\$ 482,00	\$ 5.784,00
TOTAL				\$ 17.352,00

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado para los gastos de administración del emprendimiento Tesa.

Anexo 7*Presupuesto de Materia Prima*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lana	600	Unidad	\$ 1,10	\$ 660,00
Relleno siliconado	50	Unidad	\$ 5,00	\$ 250,00
Ojos de seguridad	19010	Unidad	\$ 0,05	\$ 950,50
Agujas de crochet	50	Unidad	\$ 1,00	\$ 50,00
Marcadores de puntos	100	Unidad	\$ 0,02	\$ 2,00
Argollas para llaveros	4320	Unidad	\$ 0,20	\$ 864,00
Pegamento (Silicona)	500	Unidad	\$ 0,10	\$ 50,00
Bases de madera	1728	Unidad	\$ 1,10	\$ 1.900,80
TOTAL				\$ 4.727,30

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de materia prima para el emprendimiento

Tesa.

Anexo 8*Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Energía eléctrica	12	Unidad	\$ 40,00	\$ 480,00
Agua potable	12	Unidad	\$ 5,00	\$ 60,00
Internet	12	Unidad	\$ 30,00	\$ 360,00
Empaques	9510	Unidad	\$ 0,10	\$ 951,00
Etiqueta Adhesiva	9510	Unidad	\$ 0,05	\$ 475,50
Etiquetas de marca	9510	Unidad	\$ 0,20	\$ 1.902,00
Tarjetas de agradecimiento	9510	Unidad	\$ 0,10	\$ 951,00
Arriendo	12	Unidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL				\$ 6.979,50

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de los costos indirectos de fabricación del emprendimiento Tesa.

Anexo 9*Presupuesto de Muebles y Enseres*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa de trabajo	7	Unidad	\$ 100,00	\$ 700,00
Silla ergonómica	7	Unidad	\$ 200,00	\$ 1.400,00
Estantería para materiales	2	Unidad	\$ 400,00	\$ 800,00
Vitrina o exhibidor (si aplica)	2	Unidad	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Escritorio	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Gavetero organizador	1	Unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL				\$ 4.350,00

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de muebles y enseres para el emprendimiento Tesa.

Anexo 10*Presupuesto de Suministros de Oficina*

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resmas de papel bond	2	Unidad	\$ 6,00	\$ 144,00
Cuadernos de registro	2	Unidad	\$ 2,50	\$ 30,00
Esferos	3	Unidad	\$ 0,50	\$ 18,00
Corrector	1	Unidad	\$ 1,00	\$ 8,00
Grapadora	1	Unidad	\$ 6,00	\$ 6,00
Grapas	3	Unidad	\$ 3,00	\$ 72,00
Perforadora	1	Unidad	\$ 8,00	\$ 8,00
Tinta para impresora	4	Unidad	\$ 10,00	\$ 480,00
TOTAL				\$ 766,00

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de suministros de oficina del emprendimiento Tesa.

Anexo 11

Presupuesto de Insumos de Limpieza

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE INSUMOS DE LIMPIEZA				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Desinfectante	2	Unidad	\$ 1,80	\$ 43,20
Cloro	2	Unidad	\$ 1,10	\$ 26,40
Jabón líquido	3	Unidad	\$ 1,25	\$ 45,00
Papel higiénico	12	Unidad	\$ 1,00	\$ 144,00
Toallas de papel	5	Unidad	\$ 3,00	\$ 180,00
Escoba	1	Unidad	\$ 2,00	\$ 12,00
Trapeador	1	Unidad	\$ 5,00	\$ 30,00
Baldes	1	Unidad	\$ 3,00	\$ 18,00
Fundas para basura	2	Unidad	\$ 2,00	\$ 48,00
Ambientador	3	Unidad	\$ 2,00	\$ 72,00
TOTAL				\$ 618,60

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado de los insumos de limpieza para el emprendimiento Tesa.

Anexo 12

Presupuesto de Gastos de Constitución

TESA S.A.S.				
PRESUPUESTO DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD	UTILIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Registro de marca	1	Unidad	\$ 208,00	\$ 208,00
Obtención del RUC	1	Unidad	\$ -	\$ -
Permiso municipal	1	Unidad	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL				\$ 268,00

Nota. La tabla muestra el presupuesto estimado para los gastos de constitución del emprendimiento Tesa.

Anexo 13

Demanda Actual

TESA S.A.S.						
DEMANDA ACTUAL						
Población Total (El Carmen)	Mercado Potencial (Parroquia El Carmen)	Personas de entre 18 a 65 años	Mercado Meta	% Estimado	Demanda Estimada (Mensual)	Demanda Estimada (Anual)
120936	84141	72500	79%	5%	2.863,75	12
			57.275,00			34.365,00

Nota. La tabla muestra la demanda actual para el emprendimiento Tesa.

Anexo 14

Producción Anual

TESA S.A.S.						
PRODUCCIÓN ANUAL						
Meses	Producción por Semana Llaveros	Producción Semana Amigurumis	Coeficiente Semanal	Llaveros	Amigurumis	TOTAL, MENSUAL
1	108	54	4	432	216	648
2	108	54	4	432	216	648
3	108	54	4	432	216	648
4	108	54	4	432	216	648
5	108	54	4	432	216	648
6	108	54	4	432	216	648
7	108	54	4	432	216	648
8	108	54	4	432	216	648
9	108	54	4	432	216	648
10	108	54	4	432	216	648
11	108	54	4	432	216	648
12	108	54	4	432	216	648
TOTAL, ANUAL	1296	648	48	5184	2592	7776

Nota. La tabla muestra la producción anual para los productos del emprendimiento Tesa.

Anexo 15

Demanda Potencial y Satisfecha

DEMANDA POTENCIAL Y SATISFECHA	
Oferta Proyectada	7776
Demanda Proyectada	34365
Oferta Porcentual	22,63%

POBLACION EL CARMEN			
2024	2025	DIFERENCIA	INCREMENTO POTENCIAL
123000	124500	1500	1,22%

AÑOS	Incremento, Demanda	Demanda mensual	Demanda Anual
	%		
1.- 2025		2863,75	34365,00
2.- 2026	1,22%	2898,67	34784,09
3.- 2027	1,22%	2934,02	35208,28
4.- 2028	1,22%	2969,80	35637,65
5.- 2029	1,22%	3006,02	36072,26

Nota. La tabla muestra la demanda potencial y satisfecha sobre los productos de Tesa.

Anexo 16

Producción Futura

TESA S.A.S.					
Producción Futura					
Años	% Incremento, Producción Anual	Producción Llaveros	Producción Amigurumis	Cantidad en Unidades Anuales	Oferta Porcentual
1.- 2025		5184	2592	7776,00	22,63%
2.- 2026	2%	5288	2644	7931,52	22,80%
3.- 2027	2%	5393	2697	8090,15	22,98%
4.- 2028	2%	5501	2751	8251,95	23,16%
5.- 2029	2%	5611	2806	8416,99	23,33%

Nota. La tabla muestra la producción futura esperada para el emprendimiento Tesa.

Anexo 17*Materia Prima Directa*

TESA S.A.S.					
MATERIA PRIMA DIRECTA					
MPD	UNIDAD DE MEDIDA	2024	2025	DIFERENCIA	%
Lana	Gramos	0,01167	0,01222	0,00056	5%
Relleno siliconado	Kilos	4,5	5	0,5	11%

Nota. La tabla muestra la materia prima directa para el emprendimiento Tesa.

Anexo 18*Materia Prima Indirecta*

TESA S.A.S.					
MATERIA PRIMA INDIRECTA					
MPD	UNIDAD DE MEDIDA	2024	2025	DIFERENCIA	DIFERENCIA CON EL AÑO BASE
Argollas para llaveros	Unidad	0,18	0,2	0,02	11%
Ojos de seguridad	Unidad	0,04	0,05	0,01	25%
Bases de madera	Unidad	0,9	1	0,1	11%

Nota. La tabla muestra la materia prima indirecta para el emprendimiento Tesa.

Anexo 19*Precio de Materia Prima Directa*

TESA S.A.S.						
PRECIO DE MATERIA PRIMA DIRECTA						
DESCRIPCION	U/MEDIDA	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Lana	Gramo	0,0122	0,0128	0,0134	0,0141	0,0147
Relleno siliconado	Kilo	5	5,56	6,17	6,86	7,62

Nota. La tabla muestra los precios de la materia prima directa para el funcionamiento del emprendimiento Tesa.

Anexo 20

Precio de Materia Prima Indirecta

TESA S.A.S.						
PRECIO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA						
DESCRIPCION	U/MEDIDA	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Argollas para llaveros	Unidad	0,18	0,20	0,22	0,25	0,27
Ojos de seguridad	Unidad	0,04	0,05	0,06	0,08	0,10
Bases de madera	Unidad	0,9	1,00	1,11	1,23	1,37

Nota. La tabla muestra el precio de materia prima indirecta para el funcionamiento del emprendimiento Tesa.

Anexo 21

Cálculo de Materia Prima Directa de Llaveros

TESA S.A.S.							
CÁLCULO DE MATERIA PRIMA DIRECTA							
LLAVEROS							
Detalle	U/medida	Requerimiento	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Lana	Gramos	10	633,60	677,05	723,47	773,08	826,09
Relleno siliconado	Kilos	0,0010	25,00	28,33	32,11	36,39	41,24
TOTAL			658,60	705,38	755,58	809,48	867,34

Nota. La tabla muestra el cálculo de materia prima directa de llaveros para el funcionamiento del emprendimiento Tesa.

Anexo 22

Cálculo de Materia Prima Indirecta de Llaveros

TESA S.A.S.							
CÁLCULO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA							
LLAVEROS							
Detalle	U/medida	Requerimiento	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Argollas para llaveros	Unidad	1	933,12	1.057,54	1.198,54	1.358,35	1.539,46
Ojos de seguridad	Unidad	2	414,72	528,77	674,18	859,58	1.095,96
TOTAL			1.347,84	1.586,30	1.872,72	2.217,92	2.635,42

Nota. La tabla muestra el cálculo de materia prima indirecta de llaveros para el funcionamiento del emprendimiento Tesa.

Anexo 23

Cálculo de Materia Prima de Amigurumi

TESA S.A.S.							
CÁLCULO DE MATERIA PRIMA DIRECTA							
AMIGURUMIS							
Detalle	U/medida	Requerimiento	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Lana	Gramos	25	792,00	846,31	904,34	966,35	1.032,62
Relleno siliconado	Kilos	0,0150	194,40	220,32	249,70	282,99	320,72
TOTAL			986,40	1.066,63	1.154,04	1.249,34	1.353,34

Nota. La tabla muestra el cálculo de materia prima directa de amigurumis para el emprendimiento Tesa.

Anexo 24

Cálculo de Materia Prima Indirecta de Amigurumis

TESA S.A.S.							
CÁLCULO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA							
AMIGURUMIS							
Detalle	U/medida	Requerimiento	COSTO U/AÑO1	COSTO U/AÑO2	COSTO U/AÑO3	COSTO U/AÑO4	COSTO U/AÑO5
Ojos de seguridad	Unidad	2	207,36	264,38	337,09	429,79	547,98
Bases de madera	Unidad	1	2.332,80	2.643,84	2.996,35	3.395,87	3.848,65
TOTAL			2.540,16	2.908,22	3.333,44	3.825,65	4.396,63

Nota. La tabla muestra el cálculo de materia prima indirecta de amigurumis para el emprendimiento Tesa.

Anexo 25

Punto de Equilibrio de Llaveros

TESA S.A.S.							
Punto de Equilibrio Llaveros							
Precio	Cantidad	Costos fijos	Costo Variable Unitario	Costos Variables Totales	Total, Costos	Total, de Ingresos	Utilidad / Perdida
7,82	100	21446,96	0,94	\$ 94,40	\$ 21.541,36	781,7131054	\$ (20.759,65)
7,82	200	21446,96	\$ 0,94	\$ 188,80	\$ 21.635,76	1563,426211	\$ (20.072,34)
7,82	500	21446,96	\$ 0,94	\$ 471,99	\$ 21.918,96	3908,565527	\$ (18.010,39)
7,82	1000	21446,96	\$ 0,94	\$ 943,99	\$ 22.390,95	7817,131054	\$ (14.573,82)
7,82	1500	21446,96	\$ 0,94	\$ 1.415,98	\$ 22.862,95	11725,69658	\$ (11.137,25)
7,82	2000	21446,96	\$ 0,94	\$ 1.887,98	\$ 23.334,94	15634,26211	\$ (7.700,68)
7,82	2500	21446,96	\$ 0,94	\$ 2.359,97	\$ 23.806,94	19542,82764	\$ (4.264,11)
7,82	3000	21446,96	\$ 0,94	\$ 2.831,97	\$ 24.278,93	23451,39316	\$ (827,54)
7,82	\$ 3.120,40	21446,96	\$ 0,94	2945,625671	24392,59	\$ 24.392,59	\$ -
7,82	4000	21446,96	\$ 0,94	\$ 3.775,96	\$ 25.222,92	31268,52422	\$ 6.045,60
7,82	4500	21446,96	\$ 0,94	\$ 4.247,95	\$ 25.694,92	35177,08974	\$ 9.482,17
7,82	5000	21446,96	\$ 0,94	\$ 4.719,95	\$ 26.166,91	39085,65527	\$ 12.918,74
7,82	5500	21446,96	\$ 0,94	\$ 5.191,94	\$ 26.638,91	42994,2208	\$ 16.355,32
7,82	6000	21446,96	\$ 0,94	\$ 5.663,94	\$ 27.110,90	46902,78632	\$ 19.791,89
7,82	6500	21446,96	\$ 0,94	\$ 6.135,93	\$ 27.582,89	50811,35185	\$ 23.228,46
7,82	7000	21446,96	\$ 0,94	\$ 6.607,92	\$ 28.054,89	54719,91738	\$ 26.665,03
7,82	7500	21446,96	\$ 0,94	\$ 7.079,92	\$ 28.526,88	58628,48291	\$ 30.101,60
7,82	8000	21446,96	\$ 0,94	\$ 7.551,91	\$ 28.998,88	62537,04843	\$ 33.538,17
7,82	8500	21446,96	\$ 0,94	\$ 8.023,91	\$ 29.470,87	66445,61396	\$ 36.974,74

Nota. La tabla muestra el punto de equilibrio de los llaveros.

Anexo 26

Punto de Equilibrio de Amigurumis

TESA S.A.S.							
Punto de Equilibrio Amigurumis							
Precio	Cantidad	Costos fijos	Costo Variable Unitario	Costos Variables Totales	Total, Costos	Total, de Ingresos	Utilidad / Perdida
22,07	50	32170,45	\$ 1,93	\$ 96,57	\$ 32.267,02	1103,294373	\$ (31.163,72)
22,07	100	32170,45	\$ 1,93	\$ 193,14	\$ 32.363,59	2206,588746	\$ (30.157,00)
22,07	200	32170,45	\$ 1,93	\$ 386,28	\$ 32.556,72	4413,177493	\$ (28.143,55)
22,07	300	32170,45	\$ 1,93	\$ 579,42	\$ 32.749,86	6619,766239	\$ (26.130,10)
22,07	400	32170,45	\$ 1,93	\$ 772,56	\$ 32.943,00	8826,354986	\$ (24.116,65)
22,07	500	32170,45	\$ 1,93	\$ 965,69	\$ 33.136,14	11032,94373	\$ (22.103,20)
22,07	1000	32170,45	\$ 1,93	\$ 1.931,39	\$ 34.101,84	22065,88746	\$ (12.035,95)
22,07	1500	32170,45	\$ 1,93	\$ 2.897,08	\$ 35.067,53	33098,8312	\$ (1.968,70)
22,07	\$ 1.597,78	32170,45	\$ 1,93	3085,929557	35256,38	\$ 35.256,38	\$ -
22,07	2000	32170,45	\$ 1,93	\$ 3.862,78	\$ 36.033,22	44131,77493	\$ 8.098,55
22,07	2500	32170,45	\$ 1,93	\$ 4.828,47	\$ 36.998,92	55164,71866	\$ 18.165,80
22,07	3000	32170,45	\$ 1,93	\$ 5.794,17	\$ 37.964,61	66197,66239	\$ 28.233,05
22,07	3500	32170,45	\$ 1,93	\$ 6.759,86	\$ 38.930,31	77230,60613	\$ 38.300,30
22,07	4000	32170,45	\$ 1,93	\$ 7.725,56	\$ 39.896,00	88263,54986	\$ 48.367,55
22,07	4500	32170,45	\$ 1,93	\$ 8.691,25	\$ 40.861,70	99296,49359	\$ 58.434,80
22,07	5000	32170,45	\$ 1,93	\$ 9.656,94	\$ 41.827,39	110329,4373	\$ 68.502,05
22,07	5500	32170,45	\$ 1,93	\$ 10.622,64	\$ 42.793,09	121362,3811	\$ 78.569,29
22,07	6000	32170,45	\$ 1,93	\$ 11.588,33	\$ 43.758,78	132395,3248	\$ 88.636,54

Nota. La tabla muestra el punto de equilibrio de los amigurumi

Anexo 27*Depreciación por Línea Recta sin Valor Residual*

TESA S.A.S.								
Depreciación por Línea Recta sin Valor Residual								
Detalle	Costo	Vida Útil	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Computación	3652,54	3	33,33%	1217,513333	1217,51333	1217,513333		
Muebles de Oficina	4350	10	10%	435	435	435	435	435
TOTAL				1652,513333	1652,51333	1652,513333	435	435

Nota. La tabla muestra la depreciación por línea recta sin valor residual de los equipos de cómputo y de los muebles de oficina del emprendimiento Tesa.

Anexo 28*Tabla de Amortización*

TESA S.A.S.				
Tabla de Amortización				
Capital		\$ 9.565,03		
Tasa de Intereses		17%		
Tiempo		4		
Método		Frances		

TESA S.A.S.				
Tabla de Amortización				
Periodo	Dividendo	Intereses	Capital Pagado	Saldo de Capital
0				\$ 9.565,03
1	\$3.464,13	\$ 1.594,49	\$1.869,64	\$ 7.695,40
2	\$3.464,13	\$ 1.282,82	\$2.181,30	\$ 5.514,09
3	\$3.464,13	\$ 919,20	\$2.544,93	\$ 2.969,17
4	\$3.464,13	\$ 494,96	\$2.969,17	\$ -

Nota. Las tablas muestran la amortización del emprendimiento Tesa.