



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y  
COMERCIO.**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“CREACIÓN, ELABORACIÓN Y VENTAS DE ACCESORIOS TEJIDOS A  
CROCHET A UBICARSE EN EL CANTÓN MONTECRISTI”**

**AUTORA:**

LÓPEZ FLORES LIZ JULEISY

**TUTOR:**

ING. ANA PALMA AVELLAN


MANTA- MANABÍ- ECUADOR

2022-2023

## Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	TESIS CREACIÓN, ELABORACIÓN Y VENTAS DE ACCESORIOS TEJIDOS A CROCHET EN EL CANTÓN MONTECRISTI.docx (D152171679)
<b>Submitted</b>	2022-12-05 21:22:00
<b>Submitted by</b>	Palma Avellan Ana Manuela
<b>Submitter email</b>	ana.palma@uleam.edu.ec
<b>Similarity</b>	8%
<b>Analysis address</b>	ana.palma.uleam@analysis.arkund.com

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A)</b>	<b>CÓDIGO: PAT-01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO</b>	<b>REVISIÓN: 1</b> Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el Proyecto de investigación, bajo la autoría de la estudiante **LÓPEZ FLORES LIZ JULEISY**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022-2023(1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de **Emprendimiento**, cuyo tema del proyecto es **"CREACIÓN, ELABORACIÓN Y VENTAS DE ACCESORIOS TEJIDOS A CROCHET A UBICARSE EN EL CANTÓN MONTECRISTI"**.

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, 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.

Manta, 05 de diciembre de 2022.

Lo certifico,



**ING. ANA PALMA AVELLAN**  
**Docente Tutor(a)**

## DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Yo, **LÓPEZ FLORES LIZ JULEISY**, declaro ser la responsable y único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, mismo que lleva por título: **“Creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el Cantón Montecristi”**, las ideas expuestas en el presente trabajo de emprendimiento y que aparecen como propias son del autor y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que hagan uso del presente.

Manta, 03 de diciembre del 2022

---

López Flores Liz Juleisy

**Autor**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO**

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema “**Creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el Cantón Montecristi**”, elaborado por la egresado López Flores Liz Juleisy, la misma que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposición emitida por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad Ciencias Administrativa, Contables y Comercio, de la Carrera de Administración de Empresas.

---

**Presidente del Tribunal**

Ing. Carlos Vélez Chávez

---

**Miembro del Tribunal 1**

Ing. Carlos Velasco Delgado

---

**Miembro del Tribunal 2**

Ing. Rafer Cruz Mera

## DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios por ser ese apoyo en mi vida, a mi persona por no dejarse vencer y levantarse de nuevo cuando muchas veces dijo que no podía, estoy orgullosa conmigo misma, a mi mamá por acogerme y cuidarme desde que llegué a su vida, a mi tía por ser una segunda madre, a mi hermana y demás familiares que con amor y esfuerzo han sido parte de toda esta etapa universitaria.

A mis amigos que se convirtieron en hermanos de corazón, por ser parte de esta experiencia que terminaremos juntos pero que seguiremos con más metas y sueños por cumplir.

*López Flores Liz Juleisy*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, debo agradecer a Dios, por darme la oportunidad de seguir aquí, por su fortaleza, sabiduría y capacidad para terminar este proceso académico, a mi compañero de vida Ronald Merchán por darme ese apoyo incondicional, por estar presente y compartir este logro, a mi familia por brindarme su cariño, apoyo y confianza para poder seguir, también a mi abuelo que desde el cielo me cuida y me protege, sé que estás orgulloso de mi.

A mis amigos que han sido ese motor para no desvanecer en este proceso académico, a mis compañeros, maestros y todas las personas que fueron parte de mi proceso en la Universidad.

Por último, quiero agradecer a la Universidad por darme las herramientas necesarias que son de vital importancia para mi formación profesional.

*López Flores Liz Juleisy*

## RESUMEN EJECUTIVO

Para el presente proyecto de emprendimiento acerca de creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet enfocada a la población de Montecristi, se analizaron los diferentes tipos de materia prima para los accesorios, usando una metodología de tipo cuantitativo con un enfoque descriptivo basados en una investigación de campo, por medio de una encuesta online aplicado a la población activa de Montecristi.

Con este estudio se estableció el objetivo general del negocio que es determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que crea, elabora y vende accesorios tejidos a crochet, por lo que se realizó la investigación basada en el estudio de mercado, el estudio técnico, organizacional y financiero que se requiere para identificar la demanda del producto, y la capacidad de producción de este, además de medir que tan factible es su implementación.

Con información obtenida en el INEC, del último censo realizado en el año 2010 se identificó la proyección del último año que es del 2020, en donde se obtuvo una muestra de 381 personas a encuestar, en la investigación realizada se analizaron diferentes factores tanto en la materia prima a utilizar y las estrategias necesarias que son fundamentales para su comercialización, además de determinar la factibilidad del negocio.

**Palabras Claves:** Emprendimiento, crochet, financiamiento



## **ABSTRACT**

For this research project about the creation, development and sales of crochet knitted accessories focused on the population of Montecristi, the different types of raw materials for accessories will be analyzed, using a quantitative methodology with a descriptive approach based on field research, through an online survey applied to the active population of Montecristi.

With this study the general objective of the business was established, which is to determine the feasibility for the creation of a microenterprise that creates, manufactures and sells crocheted accessories, so the research was conducted based on the market study, the technical, organizational and financial study required to identify the demand for the product, and the production capacity of the same, in addition to measuring how feasible its implementation is.

Therefore, through information obtained from the INEC, the last census conducted in 2010, the projection of the last year was identified, which is 2020, where a sample of 381 people to survey was obtained, so that in the research conducted different factors were analyzed both in the raw material to be used and the necessary strategies that are essential for marketing, in addition to determining the feasibility of the business.

**Keywords:** Entrepreneurship, crochet, financing

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
RESUMEN EJECUTIVO .....	VII
ABSTRACT .....	VIII
ÍNDICE .....	10
INDICE DE TABLAS.....	14
INDICE DE FIGURAS.....	16
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	17
INTRODUCCIÓN .....	18
CAPITULO I .....	19
1. Descripción del proyecto .....	19
1.1. Planteamiento del problema .....	19
1.2. Formulación del problema.....	19
1.3. Objetivos del proyecto .....	20
1.3.1. Objetivo general.....	20
1.3.1. Objetivos específicos .....	20
1.4. Justificación del Proyecto.....	20
1.4.1. Justificación teórica .....	20
1.4.2. Justificación práctica .....	21
1.4.3. Justificación metodológica .....	21
1.5. Delimitación del Proyecto .....	22
1.5.1. Delimitación geográfica .....	22
1.5.2. Delimitación temporal .....	22
1.5.3. Delimitación Social.....	22
CAPITULO II .....	24
2. Planteamiento estratégico .....	24
2.1. Visión .....	25

2.2.	Misión .....	25
2.3.	Valores empresariales .....	25
2.4.	Políticas empresariales.....	26
2.5.	Análisis interno del Proyecto .....	27
CAPITULO III .....		30
3.	Estudio de mercadotecnia.....	30
3.1.	Análisis externo .....	30
3.2.	Segmento del mercado .....	32
3.2.1.	Criterio de segmentación .....	33
3.2.2.	Población del estudio.....	33
3.2.3.	Cálculo de la muestra .....	34
3.3.	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada 37	
3.4.	Análisis de la demanda.....	49
3.5.	Estudio de las variables de Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza) .....	49
3.5.1.	Logotipo.....	50
3.5.2.	Slogan .....	50
3.6.	Análisis competitivo Porter .....	51
CAPITULO IV .....		54
4.1.	Características de producto .....	54
4.2.	Análisis comparativo con productos similares .....	55
CAPÍTULO V .....		56
5.	Estudio técnico .....	56
5.1.	Descripción de las características de localización del negocio. ....	56
5.2.	Realización de un bosquejo del área de trabajo .....	56
5.3.	Diagrama de procesos.....	58
5.3.1.	Diagrama del proceso productivo .....	58
5.3.2.	Diagrama del proceso de venta.....	59
5.4.	Listados de máquinas, equipos y herramientas .....	60
		11

5.5. Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo	61
5.6. Listados de los proveedores de materia prima	61
CAPÍTULO VI	62
6. Estudio Organizacional	62
6.1. Organigrama estructural y funcional	62
6.1.2. Organigrama funcional	62
6.2. Funciones según la responsabilidad de cada persona	63
6.3. Previsión de RRHH	65
CAPÍTULO VII	66
7. Estudio Legal y societario	66
7.1. Marco Legal	66
7.2. Tipo de empresa	66
7.3. Requisitos para su legitimidad	66
CAPITULO VIII	68
8. Estudio económico	68
8.1. Costo unitario	68
8.2. Estructura de costos y gastos	68
8.3. Proyección de ventas	70
8.4. Plan de inversión	70
8.5. Líneas de financiamiento	71
8.6. Flujo de caja proyectado 5 años	72
8.7. Estados de resultados proyectados 5 años	73
8.8. Estado de situación financiera proyectado 5 años . ¡Error! Marcador no definido.	
CAPITULO IX	74
9. Evaluación financiera	74
9.1. Van/TIR	74
9.2. Relaciones beneficio costo	74
9.3. Razones financieras	75

9.3.1. Liquidez .....	75
9.3.2. Endeudamiento.....	75
9.3.3. Rentabilidad .....	75
CONCLUSIONES.....	76
RECOMENDACIONES .....	77
BIBLIOGRAFÍAS.....	78
ANEXOS .....	80

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Fortalezas del proyecto para la Creación de una Microempresa de accesorios tejidos a crochet.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 2: Debilidades del proyecto para la Creación de una Microempresa Tejida a crochet.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 3: Oportunidades para el proyecto de Creación de una microempresa tejido a crochet.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 4: Amenazas del Proyecto de Accesorios tejidos a crochet.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 5 Criterio de segmentación .....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 6 Cálculo del tamaño de muestra.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 7: Genero.....</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 8 : Resultados de la pregunta 1.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 9: Resultados de la pregunta 2.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 10: Resultados de la pregunta 3.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 11: Resultados de la pregunta 4.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 12: Resultados de la pregunta 5.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 13: Resultados de la pregunta 6.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 14: Resultados de la pregunta 7.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 15: Resultados de la pregunta 8.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 16: Resultados de la pregunta 9.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 17: Resultados de la pregunta 10.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 18: Resultados de la pregunta 11.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 19 Características del producto .....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 20 Maquinas, equipos y herramientas .....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 21 Cálculo de materiales.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 22 Listado de proveedores.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 23 Funciones según el departamento de Gerencia.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 24 Funciones del Departamento de Producción.....</i>	<i>64</i>

<b>Tabla 25 Funciones del Departamento de Marketing y Publicidad .....</b>	<b>64 ¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 27 Funciones del Departamento de Venta .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 28 Rol de pago presupuestado.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 29 Costo Unitario de Producción .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 30 Estructura de Costos y Gastos .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 31 Proyección de ventas.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 32 Plan de inversión.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 33 Línea de financiamiento.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 34 Amortización de crédito.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 35 Flujo de caja proyectado a 5 años.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 36 Estado de resultado proyectado a 5 años .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 37 VAN/TIR.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 38 Relaciones beneficios/costo.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 39 Liquidez.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 40 Endeudamiento.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 41 Rentabilidad .....</b>	<b>75</b>

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Valores Empresariales.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 2: Genero.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 3: Resultados de la pregunta 1.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 4: Resultados de la pregunta 2.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 5: Resultados de la pregunta 3.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 6: Resultados de la pregunta 4.....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 7: Resultados de la pregunta 5.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 8: Resultados de la pregunta 6.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 9: Resultados de la pregunta 7.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 10: Resultados de la pregunta 8.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 11: Resultados de la pregunta 9.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 12: Resultados de la pregunta 10.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 13: Resultados de la pregunta 11.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 14: Diagrama del proceso de producción.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 15: Diagrama del proceso de Venta.....</i>	<i>59</i>



## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Propuesta del Logo</i> .....	50
<i>Ilustración 2: Las 5 Fuerza de Porter</i> .....	51
<i>Ilustración 3 Localización del emprendimiento</i> .....	56
<i>Ilustración 4: Diseño del local de la Microempresa de accesorios tejidos a crochet</i> .....	57
<i>Ilustración 5 Detalles de las personas que conforman cada uno de los departamentos</i> .....	57
<i>Ilustración 6 Organigrama Estructural</i> .....	62
<i>Ilustración 7 Organigrama Funcional</i> .....	62

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de emprendimiento busca desarrollar una microempresa de accesorios tejidos a crochet por lo cual se realiza un estudio económico para medir la rentabilidad y, aceptación del producto en el mercado para así poder satisfacer la demanda de los consumidores.

Por lo que la investigación del proyecto se desglosa en varios capítulos, en el primero se encuentra el planteamiento del problema, es decir porque se realiza la investigación, cuáles son sus efectos y las situaciones negativas que existen actualmente, además se observan los objetivos, la justificación y delimitación del proyecto.

En el capítulo dos el planteamiento estratégico, su misión, visión y valores empresariales que debe tener toda organización, en el capítulo tres se observa la segmentación del mercado y el cálculo de la muestra que permite aplicar las encuestas a un número específico de personas obteniendo como resultados datos que permiten calcular la demanda del mercado y así saber cuáles son los clientes potenciales, además de que se detalla que la metodología utilizada es la cuantitativa. Por consiguiente, el capítulo cuatro detalla la descripción del producto y sus características.

En el capítulo perteneciente al estudio técnico se estructura un bosquejo del área de trabajo y el diagrama de proceso a utilizar, tanto en la producción del producto y las ventas de este, siguiendo con el estudio organizacional donde se observan el organigrama estructural y funcional y así mismo las responsabilidades de cada colaborador en el proyecto.

Por último, es el estudio legal y el financiero, se determina que tan rentable es el negocio y si es factible la producción de los accesorios.

## **CAPITULO I**

### **1. Descripción del proyecto**

#### **1.1. Planteamiento del problema**

En la actualidad hay que considerar que los productos y servicios se han vuelto más competitivos, debido a que el mundo de los negocios está en constante cambio, que los clientes cada vez son más exigentes y van en aumento, por lo que se debe de realizar un respectivo análisis de mercado para saber los gustos y preferencias del consumidor y así establecer estrategias que ayuden al crecimiento del negocio.

Por lo que se debe considerar que la investigación en este campo de emprendimiento se debe a que el cantón Montecristi destaca en lo artesanal, sin embargo, el sector Los Bajos no posee un local que comercialice estos productos, por lo que se espera que el negocio destaque de la competencia por la producción de accesorios con colores y diseños únicos agradables para los clientes.

La investigación es realizada con el propósito de crear un negocio que se dedique a la producción de accesorios tejidos a crochet en el cantón Montecristi sito Los Bajos debido a que su población va en aumento, además de que se pretende llegar a este sector siendo la primera microempresa de accesorios tejidos a crochet con diseños y colores únicos para beneficiar al sector creando plaza de empleos para los mismos moradores.

Además de que el lugar sigue en constante aumento, hay negocios que se han implementado y personas de otros lugares acuden los fines de semana para compartir con su familia, considerando que el clima es un factor que hace que el lugar sea más agradable.

#### **1.2. Formulación del problema.**

¿Es factible la creación de una microempresa que se dedique a fabricar y comercializar accesorios tejidos a crochet en el cantón Montecristi?

### **1.3. Objetivos del proyecto**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa que cree, elabore y venda accesorios tejidos a crochet en el cantón Montecristi.

#### **1.3.1. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita dar una idea de la viabilidad comercial sobre la cual se sustente la creación de una Microempresa que se dedique a la creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el cantón Montecristi.
- Elaborar el estudio técnico que justifique la alternativa técnica sobre el cual se sustente la creación de una Microempresa que se dedique a la creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el cantón Montecristi.
- Desarrollar el estudio organizacional que permita diseñar la correcta estructura que sustente la creación de una Microempresa que se dedique a la creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el cantón Montecristi.
- Elaborar un análisis económico financiero que permita evaluar los factores económicos los cuales se sustente la creación de una Microempresa que se dedique a la creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet a ubicarse en el cantón Montecristi.

### **1.4. Justificación del Proyecto**

#### **1.4.1. Justificación teórica**

Este emprendimiento se realizará con el propósito de crear accesorios tejidos a crochet para que las personas puedan utilizarlo, además de sentirse seguras de lo que usan, es artesanal porque no solo se enfoca en mostrar algo bonito si no que a través de sus cualidades de ser hecho a mano hace que este sea un producto único, por lo tanto, para su desarrollo se debe de realizar el estudio de mercado que permitirá conocer los gustos del cliente. Según el autor (Silva, 2021) define que “Un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual

de un segmento en un determinado mercado”, de acuerdo con el autor realizar un estudio de mercado va a permitir que se conozcan las posibles competencias que puede llegar a tener la empresa y a su vez las características y cualidades del producto con el objetivo de satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

Crear un emprendimiento necesita diversos factores que son primordiales para el funcionamiento del negocio, por lo que el estudio de mercado permite conocer el nicho en el cual se pretende establecer el lugar del negocio y a su vez medir que tan factible puede ser, estudiar a los posibles clientes e identificar cuáles será sus necesidades para establecer estrategias para que puedan adquirir los accesorios y si estarían dispuestos a pagarlo, además de que proporciona información sobre los precios competitivos, posibilita medir la factibilidad del negocio y por ende si esto incrementará la rentabilidad.

#### **1.4.2. Justificación práctica**

La creación de un emprendimiento que crea elabora y vende accesorios tejidos a crochet tiene como fin que los clientes puedan adquirirlos dependiendo de sus diversos colores y utilizarlos en ocasiones que ellos crean convenientes, a su vez incentivar a las personas a usarlo porque es un producto artesanal elaborado a mano y único por sus calidad y colores, este negocio se realiza con el propósito de que se valoren los accesorios artesanales además de que se crearan estrategias y contará con una página en las redes sociales en donde se subirán los accesorios disponibles, descuentos y promociones que realizará la empresa para que el proyecto sea viable.

#### **1.4.3. Justificación metodológica**

Para el desarrollo del proyecto se utilizará el método cuantitativo que desde el punto de vista de (Canas, 2020) “se llama método o investigación cuantitativos a la que se vale de los numero para examinar datos o información, números con los que puede investigar un fenómeno y obtener una conclusión numérica”. Esta herramienta permite partir desde un enfoque deductivo en el que generará conclusiones a partir de los resultados que se obtuvieron en la encuesta, se revisará y se utilizará materiales bibliográficos para la elaboración del proyecto.

Para obtener información referente al estudio del mercado se ejecutará una encuesta que cuenta de preguntas cerradas, esta permitirá desarrollar un análisis con información verídica y confiable ya que esta encuesta se ha creado en el formulario de Google Forms que facilita el link para que las personas puedan responderla y al creador le es accesible leer las preguntas, revisar los datos estadísticos proporcionados y descargar el Excel de las preguntas que fueron contestadas, se aplicará a los habitantes de Montecristi independientemente de su género porque tanto mujeres como hombres puede comprar un accesorio, esto permitirá conocer si el emprendimiento será viable.

### **1.5. Delimitación del Proyecto**

Campo: Administración

Área: Emprendimiento

Aspecto: Creación y venta de accesorios tejidos a crochet

Tema: “Creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet”

#### **1.5.1. Delimitación geográfica**

El emprendimiento tendrá ubicación en Montecristi sitio Los Bajos debido a que es un área comercial rodeada de emprendedores y diariamente acuden personas a este sitio porque con el tiempo se ha vuelto un lugar poblado.

#### **1.5.2. Delimitación temporal**

La investigación del proyecto será realizada desde el mes de abril del 2022 hasta el mes de diciembre del mismo año, con una proyección de 5 años.

#### **1.5.3. Delimitación Social**

La creación de una empresa de accesorios tejidos a crochet trae consigo beneficiar a hombres y mujeres del sector de Montecristi, Los Bajos y sectores aledaño, debido a que es una población que en la actualidad han aumentado y por este motivo se considera que ellos son los principales consumidores, además de que a través de este emprendimiento se pretende aportar a la economía del sector. Entre los beneficiarios están:

- Ejecutores del proyecto de emprendimiento.
- Productores de materia prima.
- Colaboradores
- Consumidores

Que son los beneficiarios directos porque participan en este proyecto, además de recibir apoyo y que están relacionado con la fabricación del producto.

## CAPITULO II

### 2. Planteamiento estratégico

El planteamiento estratégico es un proceso en el que se implementa los planes operativos para que la empresa u organización logre alcanzar sus objetivos y por consiguiente cumplir sus metas, por lo que es importante realizarlo para conocer los objetivos e indicadores que le permita a la empresa tener resultados eficientes para poder implementar estrategias de mejora en sus procesos.

Según (Torees, 2022) el plan estratégico de una empresa es un documento que detalla la manera en que tu negocio se va a desarrollar a corto, mediano y largo plazo. Este plan se basa en proyecciones cuantitativa y cualitativas para determinar cuáles son los paradigmas que la empresa debe seguir para lograr sus objetivos y aumentar su rentabilidad.

Por lo que el proyecto de Creación de una microempresa de creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet se fundamenta en sus indicadores tanto interno como externos del negocio para poder tener resultados de manera eficiente que le permita desarrollar estrategias ya sea a corto, mediano y largo plazo.

A su vez se logre alcanzar los objetivos propuesto mediante las actividades a realizarse, llevando una debida planificación, organización y control de cada una de sus operaciones, por lo tanto, la planeación estratégica define la situación actual de la empresa y a través de sus indicadores y estrategias determina su perspectiva hacia un futuro.

- **Nombre de la empresa**

Mundo Celeste

Es una empresa ubicada en el sitio Los Bajos de Afuera perteneciente al Cantón Montecristi, dedicada a la elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet, aportando al desarrollo económico del sector aparte de dedicarse a ofrecer productos de acuerdo con los gustos y preferencias del cliente.



### **2.1. Visión**

Ser reconocida en el año 2024 por ofrecer accesorios únicos y novedosos a nuestros clientes, brindar un excelente servicio con productos de calidad y lograr un mayor rendimiento en la creación de accesorios tejidos a crochet para llegar a más personas y crecer en el mercado.

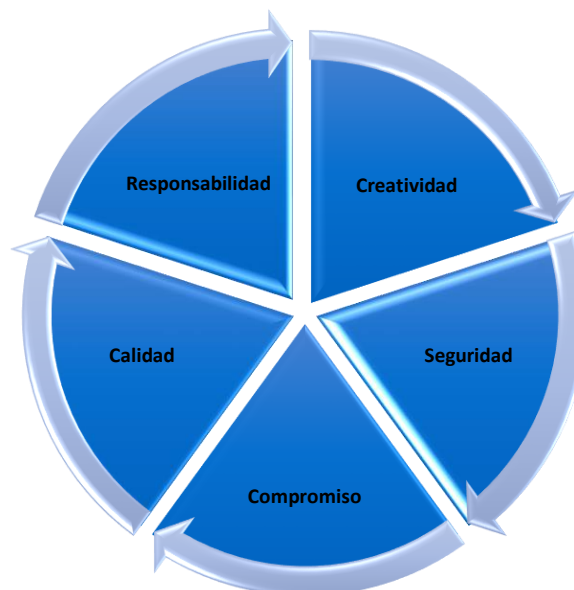
### **2.2. Misión**

Elaborar los mejores accesorios tejidos a crochet para que el cliente se sienta seguro, además de llevar un estilo único y de calidad adaptándolo a sus gustos y preferencias, trabajando e innovando en ofrecer nuevos productos y aportando al crecimiento económico de Montecristi.

### **2.3. Valores empresariales**

La Microempresa de Accesorios Tejidos a Crochet tiene el compromiso ético que representa al negocio y a todos los miembros que conforman la empresa para regir su accionar y tener como base sus valores que le permiten continuar mejorando y avanzar en equipo para lograr el éxito de la organización. Entre los valores que el emprendimiento tiene está la responsabilidad, creatividad, seguridad, compromiso y calidad, los cuales se pueden visualizar en la figura 1.

**Figura 1 Valores Empresariales**



Elaborado por: López Flores Liz

- **Responsabilidad:** Ser responsable es asumir lo que puede pasar, es decir las consecuencias de los actos, por lo que la empresa tiene como propósito realizar actividades que vayan de la mano con el cuidado ambiental y sobre todo que estos no afecten a la sociedad, siendo justo y llevando la ética por sobre todas las cosas para generar un fuerte vínculo con los clientes.
- **Creatividad:** Los accesorios tejidos pueden elaborarse de diversos colores, adaptándolos a los gustos del consumidor, crear nuevos diseños con una gama de colores que se elijan, por lo que la creatividad es un factor importante en el emprendimiento porque a través de ella se puede diferenciar de la competencia creando un accesorio único.
- **Calidad:** La calidad si bien es claro es una herramienta que permite calificar el emprendimiento y por ende los accesorios porque así el emprendedor lleva un control de los materiales que se utilizan para la elaboración del producto, el emprendimiento cuidará de este aspecto ofreciéndole a sus clientes un buen producto y adaptándolos a las necesidades del cliente.
- **Seguridad:** No solo nos relacionaremos a que el cliente se sienta seguro si no que también los colaboradores sientan esa seguridad y compromiso en un agradable ambiente laboral para poder mostrar sus habilidades y desarrollar sus destrezas y que al momento de que el cliente adquiera un producto estos sientan seguridad.
- **Compromiso:** Es dedicarse completamente a algo que se quiere lograr, poner todo el empeño y esfuerzo para que los accesorios puedan gustarles a los clientes, por lo que este emprendimiento se compromete a cumplir con la planificación que se llevará a cabo, además de hacer participé a sus clientes y en ellos enfocarnos para crecer y ser reconocidos.

#### **2.4. Políticas empresariales**

- Entorno amigable para los colaboradores de la empresa.

- Brindar precios accesibles para el consumidor.
- Productos con estándares de calidad.
- Aportar soluciones a las necesidades del cliente.

## 2.5. Análisis interno del Proyecto

Realizar el análisis interno en una empresa es de suma importancia porque a través de él se evalúa cada recursos, habilidades y competencias que posee el negocio por lo que (Sandra, 2020) define que “El análisis interno de una empresa se encarga de investigar las características de los recursos, factores, medios, habilidades y capacidades que dispone una empresa para hacer frente al entorno”. Por lo que este análisis va a permitir conocer cuáles son las fortalezas y debilidades de la empresa para así poder tomar medidas que potencien los puntos fuertes y por ende minimice los puntos débiles de la organización.

La Microempresa de accesorios tejidos a crochet en su análisis interno se identifican las fortalezas y debilidades que puede tener para su implementación en el cantón Montecristi, Los Bajos de Afuera, además de los agentes económicos, tecnológicos, materiales y ambientales que existe, así mismo los agentes políticos, sociales y culturales.

**Tabla 1:** Fortalezas del proyecto para la Creación de una Microempresa de accesorios tejidos a crochet

<b>Factores Internos</b>
<b>Fortalezas</b>
Atención personalizada.
Modelos y diseños variados e innovadores.
Ubicación geográfica.
Diseño y elaboración de prendas especializadas.
Productos de buena calidad.

Nota. Elaborado por Liz López Flores

- **Atención personalizada.** – La empresa contará una excelente atención personalizada que ayudará a que esta tenga ventajas que le permita captar la atención de los clientes, debido que entre su principal objetivo es poder satisfacer al cliente dando consejos he

indicaciones de que tipo de accesorios le iría bien de acuerdo con su tipo de piel y altura, además de que al momento de brindarle una buena atención se está contribuyendo a la mejora continua del negocio y al alcance de sus objetivos y metas.

- **Modelos y diseños variados.** - Debido a que se elaboraran accesorios de diferentes diseños y colores el emprendimiento tendrá disponibilidad del producto para que llame la atención de cliente, porque si bien es claro los colores hacen que las personas se sientan atraída, además de contar con múltiples diseños y así mismo la elaboración del producto de acuerdo con la exigencia del cliente.
- **Ubicación geográfica.** – La microempresa estará ubicado en el sitio Los Bajos, donde actualmente no existe un negocio que se dedique a lo mismo, además de ser un sector que va en constante crecimiento y está dirigido a personas de cualquier edad. La ubicación atraerá al cliente porque estará ubicado en la vía principal donde es un área transcurrida porque hay negocios que son visitados diariamente.
- **Diseño y elaboración de prendas personalizadas.** - En la actualidad los clientes buscan diseños únicos, es decir adaptar sus gustos en algo en utilizar, en tal caso es en los accesorios, haciendo modificaciones o diseñando el producto con las ideas y colores que deseen, porque la personalización permite que la combinación de varios colores y diseños le aporte una personalidad única que marca la diferencia entre el resto de las personas.
- **Productos de buena calidad.** - Los accesorios elaborados a mano aporta un valor único porque en ello destaca el arte de tejer, por lo que existen variedad de hilos, lana y algodón para la elaboración de prenda, además que cada producto contará con su etiqueta donde detalla que tipo de hilo es porque se considera que algunas personas son alérgicas y es mejor que sepan de que esta elaborado los accesorios.

**Tabla 2:** Debilidades del proyecto para la Creación de una Microempresa Tejida a crochet

---

<b>Factores Internos</b>
<b>Debilidades</b>
Falta de capital.
Competencia de vendedores con el mismo producto.
Poco reconocimiento dentro del sector.

---

Nota. Elaborado por Liz López Flores

## DEBILIDADES

- **Falta de capital.** - Todo emprendimiento se le imposibilita empezar debido a que no se cuenta con capital necesario, dado que la situación económica del país y de las personas está un poco complicada por la inflación, además de no poder adquirir un préstamo financiero con el presupuesto que uno desea, por lo tanto, a través créditos y ahorros y estudiando las competencias se pretende mejorar e incrementar la participación en el mercado para que así los clientes vayan conociendo el local.
- **Competencia con vendedores del mismo producto.** - El mercado es muy competitivo porque existen un gran número de compradores y por ende vendedores que ofrecen productos similares por lo que nos diferenciaremos del resto por ofrecer accesorios con diseños únicos además de que el cliente puede personalizarlo.
- **Poco reconocimiento dentro del sector.** - Al ser un negocio nuevo está la posibilidad de no llegar a ser reconocido por los sectores aledaño por lo que a través de las redes sociales se tendrá una página que mantendrá comunicado a los clientes para que pueda observar los diseños disponibles y los de temporada.

## CAPITULO III

### 3. Estudio de mercadotecnia

Un estudio de mercadotecnia son acciones que efectúan las organizaciones comerciales con el fin de obtener información sobre un nicho determinado en el mercado, para así conocer los factores que le permitirá conocer en profundidad a los clientes y establecer estrategia para determinar el grado de rentabilidad. Por lo que define que “Un estudio de mercado es un conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus consumidores. Es una técnica ideal para el desarrollo de producto y conocer los hábitos del público objetivo”.

El estudio de mercado cumple la función de informar a la empresa sobre el comportamiento de sus clientes para así poder establecer estrategias de marketing para captar la atención de los posibles clientes potenciales e informar acerca del producto al consumidor, además de ayudar a definir si el producto actual tendrá aceptación de los clientes y generar rentabilidad.

En la creación de una microempresa de accesorios tejidos a crochet el estudio de mercado permitirá conocer el nicho de mercado para el lanzamiento del producto, es decir de los accesorios, cuáles serán los clientes potenciales además de cuantas personas lo adquirirían y se fidelice la marca.

#### 3.1. Análisis externo

El análisis externo permite a la empresa identificar y enmarcar los factores externos para así determinar las situaciones y actividades que afectan a la productividad de la empresa, este análisis se realiza con el propósito de determinar las oportunidades y amenazas para analizar en que entorno se desenvuelve la organización.

En la creación de una microempresa de accesorios tejidos a crochet se ha analizado estos factores externos por lo que no será fácil la implementación debido a que actualmente la mayoría de las personas adquieren productos asiáticos a un menor costo, además de que hay

comerciantes informales que se puede dedicar a lo mismo, por lo que estos factores permiten determinar si es factible implementar la empresa.

Por lo que se debe considerar que la población de Montecristi está en constante aumento siendo este un factor que posibilita la creación de una Microempresa de accesorios tejidos a crochet, sin embargo, se debe considerar que al implementar un negocio se debe de realizar un estudio del entorno y determinar qué tan viable es, analizando cada uno de los factores que afectarían tanto en el ámbito económico, político, social, cultural y tecnológico.

**Tabla 3:** Oportunidades para el proyecto de Creación de una microempresa tejido a crochet

<b>Factores Externo</b>
<b>Oportunidades</b>
Materia Prima accesible
Nicho de mercado
Ventas por internet

Nota. Elaborado por Liz López Flores

- **Materia Prima.** - Pertenece a la industria textil por lo que de ahí provienen los hilos, lanas y algodón para la elaboración de los accesorios, considerando que es una oportunidad porque actualmente existe proveedores que envían a cualquier sitio los productos, además de que es fácil de conseguir.
- **Nicho de Mercado.** - Se considera una oportunidad porque se enfocará en hacer llegar la publicidad a un grupo de personas con necesidades similares.
- **Ventas por internet.** – Actualmente hay que considerar que las redes sociales son importantes, que la comunicación se desarrolla a partir de plataformas que permiten mantener informado a las personas, por lo que a pesar de contar con un local se mantiene una red social para vender de forma online, así mismo dar a conocer las promociones y diseños.
-

**Tabla 4:** Amenazas del Proyecto de Accesorios tejidos a crochet

<b>Factores Externo</b>
<b>Amenazas</b>
Competencia
Mercado informal
Productos internacionales a un bajo precio

Nota: Elaborado por Liz López

- **Competencias.** - En el sitio Los Bajos no existe un local que comercialice accesorios tejidos a crochet, sin embargo, en Montecristi hay comerciantes que venden ropa de este material, por lo que se considera que, al ser una zona conocida como la cuna de Alfaro, llegan personas de diversos lugares y es ahí donde adquieren estos productos.
- **Mercado Informal.** – Por diversas situaciones la actividad económica que realizan estas personas no sigue un marco legal en donde puedan comercializar los productos con la necesidad de estar movilizándolos de un lugar a otro.
- **Productos internacionales a un bajo precio.** – Existen paginas o plataformas que permiten comprar accesorios o todo tipo de prendas a un menor costo, cancelando las libras que tienen ciertos productos, así como Shein, que es una cadena de ropa que se diferencia del resto porque sus productos son baratos.

### 3.2. Segmento del mercado

Para (Pursell, 2022) “la segmentación de mercado es una estrategia de marketing que consiste en dividir al público de una marca o negocio en grupos más pequeños que se identifican por ciertas características que comparten entre sí”. De acuerdo con el autor se selecciona un grupo pequeño de personas que compartan las mismas características para poder crear estrategias para los consumidores.

Por lo que en el emprendimiento estará enfocado en la población de Montecristi los cuales responderán las encuestas online y permitirá conocer cada uno de los atributos o características que son necesarias para la implementación del negocio, además de que la segmentación puede ayudar a optimizar productos, marketing y ventas porque permite al negocio crear estrategias para cualquier nicho de mercado.



En este estudio la presentación de información y la recolección de datos relevantes será de carácter cuantitativo, es decir va a permitir obtener estadísticas concretas y reales con la ayuda de un cuestionario realizado en una encuesta que se compartirá de manera online, además de que se analizará cada respuesta y se realizaran los análisis pertinentes, haciendo de este medio una fuente oficial de información , puntual y oportuna, por lo que es importante recalcar que la recolección de datos estará representada por números y cuadros estadísticos, utilizando métodos lógicos y deductivos para medir los datos cuantitativos.

### 3.2.1. Criterio de segmentación

La propuesta de negocio está dirigida a todo tipo de personas, especialmente a las mujeres que le gusta comprar todo tipo de accesorio en ocasiones especiales.

**Tabla 5 Criterio de segmentación**

<b>Variables</b>	<b>Criterios</b>
Geográficas	Montecristi y sector Los Bajos
Demográficas	Población económicamente activa.
Nivel socioeconómico	Bajo, medio y alto.

**Nota:** Elaborada por Liz López

### 3.2.2. Población del estudio

La población de estudio es un grupo de personas considerada para un estudio estadístico, ya sea objeto, personas o las que tengan aspecto en común, es decir, compartan las mismas características, por lo que se toma la proyección demográfica del INEC para el año 2020. En la muestra que se utilizará para la encuesta.

### 3.2.3. Cálculo de la muestra

La muestra por tomar para el proyecto de emprendimiento de accesorios tejidos a crochet es de tipo probabilístico, para lo cual se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2(p)(q)(N)}{(N)(e)^2 + (Z)^2(p)(q)}$$

**Tabla 6 Cálculo del tamaño de muestra**

---

<b>CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>
<b>n= Tamaño de la muestra</b>
<b>Z= Nivel de confianza</b>
<b>N= Tamaño de la población</b>
<b>e= Nivel de error</b>
<b>p= Probabilidad de ocurrencia</b>
<b>q= Probabilidad de que no ocurriera</b>

---

**Nota:** Elaborado por Liz López

Para obtener la muestra se utilizará los datos del último censo del año 2010 y su proyección para el 2020 que es alrededor de 35.838 habitantes. Se considera que la población de Montecristi va en aumento porque el GAD Gobierno Autónomo Descentralizado ha generado iniciativas privadas.

De acuerdo con la totalidad de la población se segmentó por edades, considerando a las personas que conforman parte de la Población Económicamente Activa, quienes tendrán la capacidad de adquirir el producto.

**Tabla 7** Población Económicamente Activa del Cantón Montecristi

---

<b>POBLACIÓN POR EDAD DEL CANTÓN</b>	
<b>MONTECRISTI</b>	
<b>15-29 años</b>	<b>49,405</b>
<b>30-44 años</b>	<b>41,127</b>
<b>45-59 años</b>	<b>29.293</b>
<b>60-74 años</b>	<b>15,773</b>
<b>75-89</b>	<b>5,900</b>
<b>TOTAL</b>	<b>142.498</b>

---

**Nota:** Elaborado por Liz López

Aplicación de fórmula muestral

$n=?$

$N= 142.498$

$Z = 1,96$

$e= 0,05$

$p= 0,5$

$q= 0,5$

$$n = \frac{(Z)^2(p)(q)(N)}{(N)(e)^2 + (Z)^2(p)(q)} = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(142.498)}{(143.498)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{136,855,079}{358.84104} = 381$$

A través de la fórmula utilizada se determina la muestra de 381 personas que serán los clientes potenciales para la creación y ventas de accesorios tejidos a crochet, para lo cual se aplicó una encuesta online con el propósito de conocer al consumidor, sus gustos y preferencias de acuerdo con los accesorios a comercializarse, además de obtener información que es de vital importancia para la implementación de negocio que permite establecer estrategias y a su vez alianzas con los municipios para participar en ferias de emprendedores

### 3.3. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada

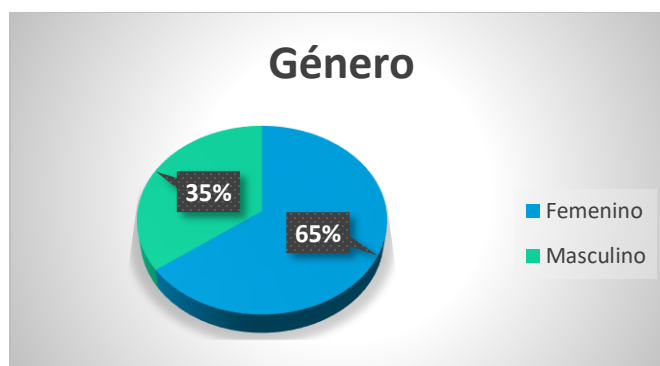
Una vez obtenida la muestra se procedió a aplicar la encuesta online compartiendo el enlace por medio de las páginas sociales lo que permitió obtener información para el desarrollo del proyecto:

**Tabla 8: Genero**

Variable	Frecuencias	Porcentaje
Masculino	133	35%
Femenino	248	65%
TOTAL	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 2: Género**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

#### Análisis e interpretación

Como se puede observar un 64,9% de los encuestados pertenece al género femenino que en su mayoría las mujeres son las que más adquieren accesorios para sí misma, ya sea para un evento especial o para el diario, mientras que el 35,1% al masculino, son pocos los hombres que compran un regalo para su esposa, comprometida o novia o en diversos casos para su mamá o hermana.

**Pregunta 1:** ¿Valora los accesorios que son realizados de manera artesanal?

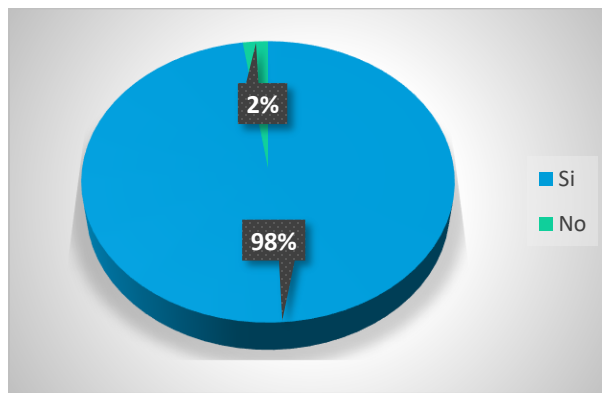
**Tabla 9 : Resultados de la pregunta 1**

Variables	Frecuencia	Porcentajes
SI	373	98%
NO	8	2%
TOTAL	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 3: Resultados de la pregunta 1**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Interpretación:**

Se puede observar que el 98% de los encuestados valoran los accesorios tejidos a crochet ya que en ellos hay compromiso, inspiración y creatividad, además de que se destaca el arte de tejer transmitiendo el amor hacia lo que se hace y el 2% no los valora ya sea por diversas situaciones o que no tiene conocimiento acerca del compromiso que estos requieren para su elaboración, por tal motivo el emprendimiento va a contar con herramientas que le facilite al cliente conocer la historia del crochet y así mismo el arte que este proporciona a las personas que se destacan elaborando productos con estos materiales

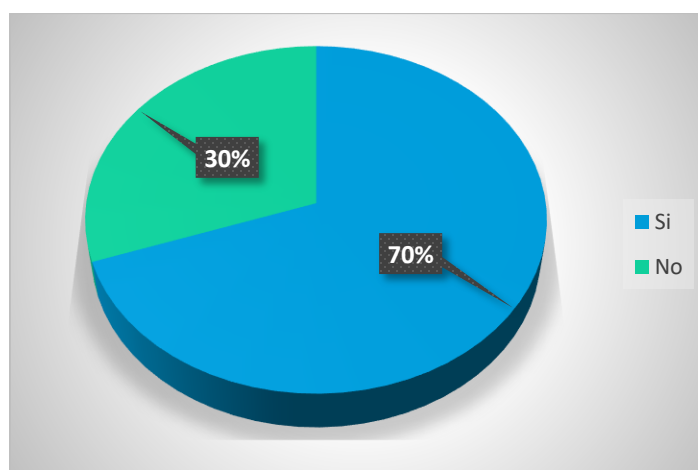
**Pregunta 2:** ¿comprarías accesorio tejido a crochet?

**Tabla 10: Resultados de la pregunta 2**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	267	70%
No	114	30%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 4: Resultados de la pregunta 2**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Interpretación:**

De acuerdo con el gráfico el 70% de los encuestados ha adquirido accesorios tejidos a crochet, mientras que el 30% no ha adquirido ya sea por diversos motivos como no contar con el recurso en ese instante, no ha tenido la oportunidad de observar un accesorio o simplemente porque no le llamó la atención, esto permite que se establezcan estrategias de comercialización dando a conocer los accesorios y a su vez describiendo de qué material está elaborado para persuadir al cliente y que ellos quieran conocer el producto.

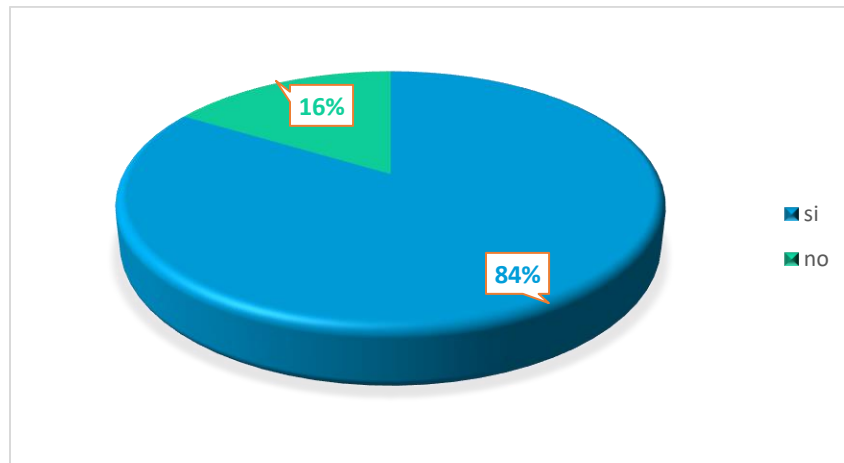
**Pregunta 3:** Si su respuesta fue sí, ¿Se sintió con confianza al usar el producto?

**Tabla 11: Resultados de la pregunta 3**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	84%
No	61	16%
TOTAL	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 5: Resultados de la pregunta 3**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

### Interpretación

De las 267 personas que respondieron que si en la pregunta anterior, el 84% se sintió con confianza al usar el producto, considerando que muchas veces el cliente lo adquiere porque lo hace sentir bien, mientras que el 16% no sintió la confianza y lo más probable es que no lo vuelva a usar además de no adquirir otro producto, teniendo en cuenta que el mayor porcentaje da la oportunidad a que el emprendimiento pueda comercializar los accesorios ya sea de manera física o electrónica que permita llegar a más personas y así ser reconocidos.



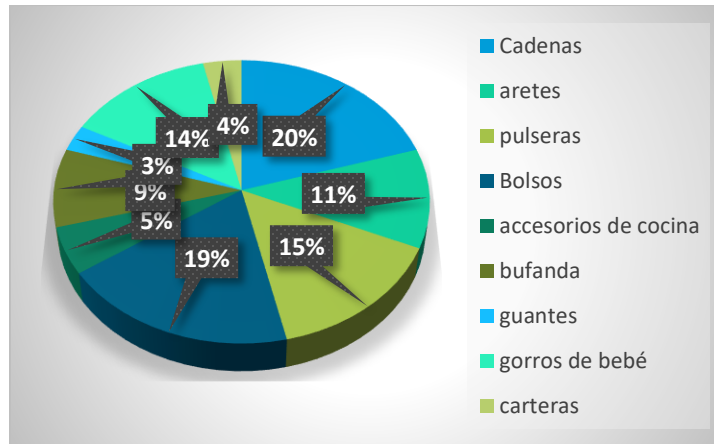
**Pregunta 4:** ¿Qué tipo de prendas tejidas a crochet comprarías?

**Tabla 12: Resultados de la pregunta 4**

Variables	Frecuencias	Porcentaje
Cadenas	76	20%
Aretes	42	11%
Pulseras	57	15%
Bolsos	73	19%
Accesorios de cocina	19	5%
Bufanda	34	9%
Guantes	11	3%
Carteras	15	4%
Gorros de bebé	54	14%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 6: Resultados de la pregunta 4**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi  
**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Interpretación:**

Entre las prendas que los encuestados compraría se encuentra en primer lugar las cadenas con un 20% lo que significa que la mayoría de clientes para los accesorios son las mujeres, siguiendo un 19% los bolsos por lo que se puede observar que es rentable este accesorio porque es utilizado diariamente, siguiendo de las pulseras con el 15% porque es un complemento para el outfit y se utiliza frecuentemente ya sea por hombres y mujeres y por supuesto de acuerdo al diseño y los colores, con un 14 % se encuentran los gorros de bebé, estos son adquiridos por padres que compran de acuerdo a la ropita del niño o niña, el 11%

representa los aretes que pueden ser diseños únicos y a su vez personalizados por el cliente y por ultimo las bufandas con el 9%, accesorios de cocina con el 5%, carteras con el 4% y finalizando los guantes con el 3%. Por lo que a través de estos datos el negocio iniciará con los 3 productos que tuvieron mayor relevancia en las respuestas obtenidas por los encuestados

**Pregunta 5:** ¿Qué tipo de material prefieres para las prendas o accesorios?

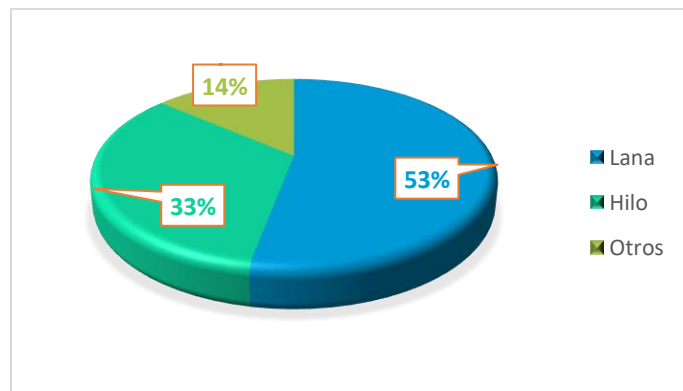
**Tabla 13: Resultados de la pregunta 5**

Variables	Frecuencias	Porcentaje
Lana	202	53%
Hilos	126	33%
Otros	53	14%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 7: Resultados de la pregunta 5**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Interpretación:**

Se observa que el 53% de las personas le gustaría adquirir prendas de lana ya que el producto es suave y en ocasiones sintéticos, mientras que el 33% adquiriría accesorios elaborados con hilo, ya serían las pulseras y aretes, y el 14% accesorios de otro tipo como el algodón o macramé, teniendo en cuenta que la lana es hecha de fibra más amigables con el medio ambiente, lo cual genera un menor impacto ambiental.

**Pregunta 6:** ¿Qué factores consideras al momento de adquirir un accesorio?

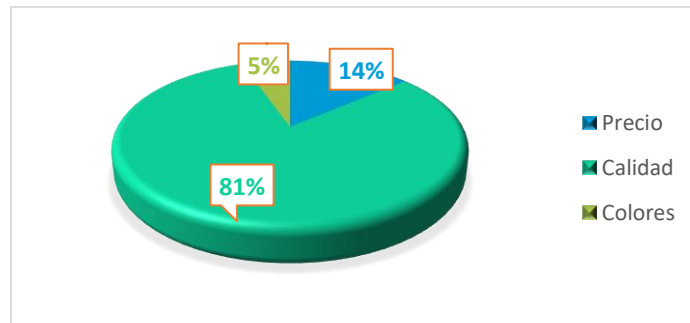
**Tabla 14: Resultados de la pregunta 6**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	53	14%
Calidad	309	81%
Colores	19	5%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 8: Resultados de la pregunta 6**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

### Interpretación:

En el gráfico se observa que el 81% de los encuestado adquirirían accesorios que sean de buena calidad, es decir que satisfagan sus necesidades por lo que el cliente al momento de comprar un producto observará de que material está elaborado, el 14% se fijará en el precio, por lo que el producto debe estar al alcance del bolsillo de los clientes y por último el 5% que es de acuerdo con los colores que estarán elaborados los accesorios, considerando que de esta manera se puede fortalecer estrategias que incentive a los clientes a comprar los accesorios.

### Pregunta 7: ¿Con que frecuencia comprarías un accesorio?

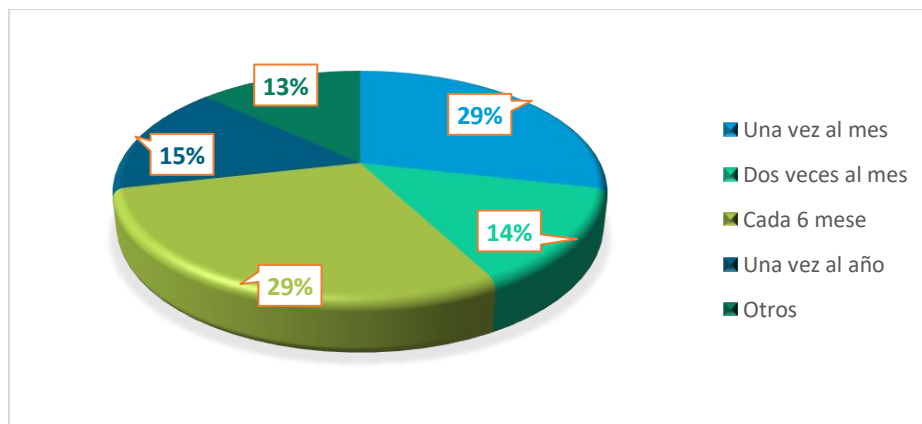
**Tabla 15: Resultados de la pregunta 7**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al mes	110	29%
Dos veces al mes	53	14%
Cada 6 meses	110	29%
Una vez al año	58	15%
Otros	50	13%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 9: Resultados de la pregunta 7**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

### Interpretación:

Se puede observar que el 29% de los clientes comprarían el producto una vez al mes dependiendo para que ocasión necesita el producto, además de que hay un empate porque el otro 29% adquirirían productos cada 6 meses, el 15% una vez al año, el 14% dos veces al mes y por último el 13% perteneciente a otros son de clientes que en cualquier momento podrían adquirir un accesorio, ya sea semanal, mensual o anual, de esta manera habrían clientes que compren una vez al mes en ocasiones importantes o en eventos de mayor relevancia.

**Pregunta 8:** ¿Conoces una empresa que se dedique a comercializar y vender accesorios tejidos a crochet?

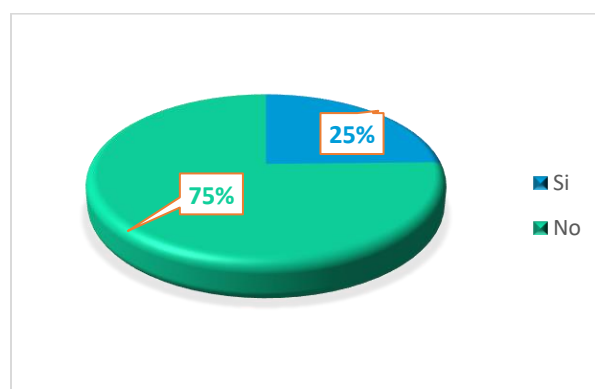
**Tabla 16: Resultados de la pregunta 8**

Variables	Frecuencias	Porcentaje
Si	95	25%
No	286	75%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 10: Resultados de la pregunta 8**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

### Interpretación:

A través de los datos obtenidos el 75% de los encuestados no conocen una empresa que comercialicen estos productos, considerando que es una ventaja al momento de implementar el negocio, mientras que el 25% si conoce un emprendimiento que realice los accesorios.

Por lo que se puede observar que al implementar un negocio este tendría aceptación dentro del mercado, además de que al ser nueva las personas por curiosidad visitarían las páginas web del negocio.

**Pregunta 9:** ¿En qué ocasiones le gustaría usar los accesorios tejidos a crochet?

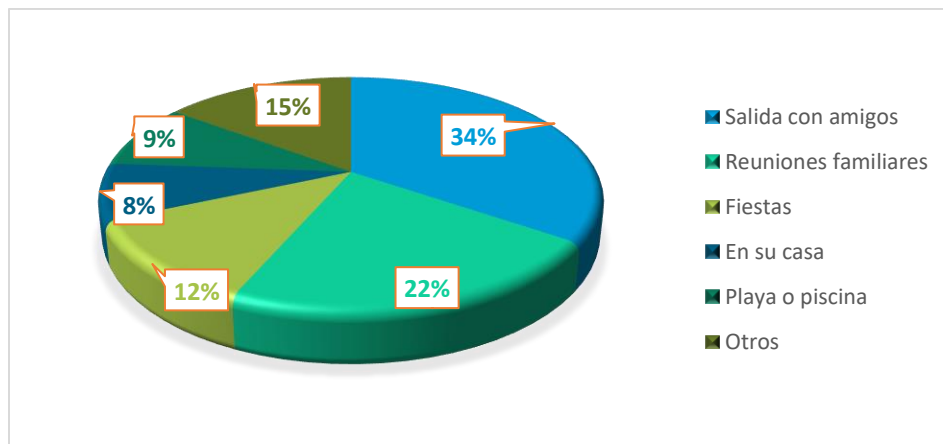
**Tabla 17: Resultados de la pregunta 9**

Variables	Frecuencias	Porcentaje
Salida con amigos	129	34%
Reuniones familiares	84	22%
Fiestas	46	12%
Casa	31	8%
Playa o piscina	35	9%
Otros	56	15%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 11: Resultados de la pregunta 9**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

## Interpretación

En la gráfica se observa que el 34% de los encuestados usaría los accesorios para salir con los amigos a disfrutar o pasear, mientras que el 22% en reuniones familiares, esto se debe a que más le agrada compartir en familia, el 15% en eventos de cualquier índole o también para sentirse bien consigo misma, considerando que al momento de tener un evento adquirirían un accesorio de acuerdo con el lugar que asistirán.

**Pregunta 10:** ¿En qué plataforma le gustaría enterarse de que existe una nueva empresa que se dedique a la elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet?

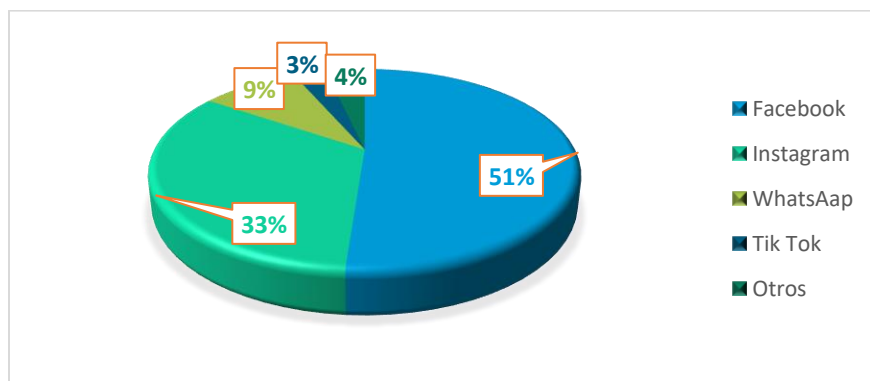
**Tabla 18: Resultados de la pregunta 10**

Variables	Frecuencias	Porcentaje
Facebook	194	51%
Instagram	125	33%
WhatsApp	34	9%
Tik Tok	13	3%
Otros	15	4%
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 12: Resultados de la pregunta 10**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

### Interpretación:

Se observa que el 51% de los encuestados le gustaría enterarse de que existen una nueva empresa que elabora y vende accesorios por medio de la página de Facebook, ya que es una red social que comunican a millones de personas, seguido de la página de Instagram con un 33% en cuanto a la publicidad, mientras que el 9% por medio de WhatsApp, el 4% a través de cualquier red social y por último el 3% en Tik Tok.

**Pregunta 11:** ¿Le gustaría que la nueva empresa ofrezca promociones?

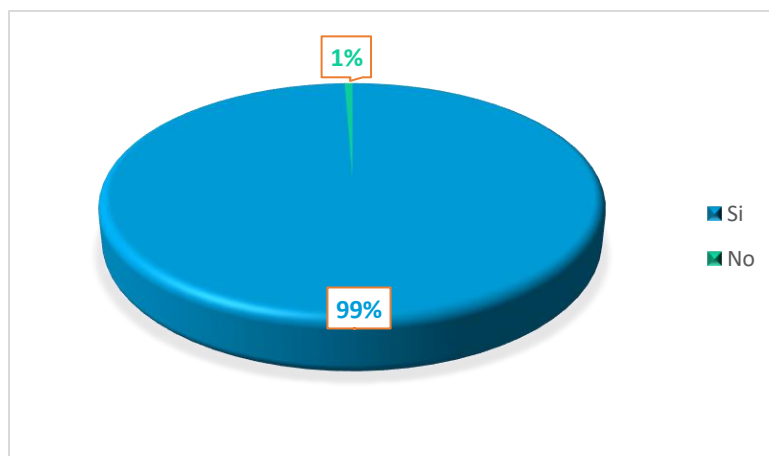
**Tabla 19: Resultados de la pregunta 11**

Variables	Frecuencias	Porcentajes
Si	378	99%
No	3	1%
total	381	100%

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López

**Figura 13: Resultados de la pregunta 11**



**Fuente:** Encuesta aplicada a la población del Cantón Montecristi

**Responsable:** Elaborado por Liz López



### **Interpretación:**

Se puede observar que el 99% de los encuestados le gustaría que el emprendimiento realice promociones de los accesorios que se disponen, por lo que a través de estos datos se pueden establecer estrategias para los clientes, mientras que al 1% no le gustaría que haya descuentos dentro del local, teniendo como estrategias hacer promociones o dar oferta por adquirir ciertos accesorios.

### **3.4. Análisis de la demanda**

Para (Torres, 2022) “El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados”. Por lo que realizar este análisis permite a la empresa tomar decisiones acerca del cliente porque facilita información de los clientes potenciales.

### **3.5. Estudio de las variables de Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)**

El marketing Mix es la manera en la que se lanzará un producto o servicio al mercado, siendo una estrategia que cuenta con cuatro variables o también conocidas como 4P. Por lo que para Creación de una Microempresa de accesorios tejidos a crochet se debe conocer la situación actual del mercado, por lo que el estudio del marketing Mix permite analizar cada uno de los elementos necesarios para asegurarse de que se ofrecerá un producto que satisfaga las necesidades del cliente.

#### **Productos:**

- Cadenas
- Aretes
- Pulseras
- Carteras

#### **Precio:**

A través de la encuesta realizada a las personas del sector Los Bajos se determina el precio que es valor determinado a través del costo de producción, los gastos y los beneficios que se desean obtener.

**Promoción:**

- Aplicar descuentos a partir de una docena de accesorios.
- Realizar promociones mensuales o en temporadas de fiestas para que el cliente se motive a adquirir un producto.
- Usar redes sociales para dar a conocer las promociones del local.

**Plaza:**

Es la manera que se utiliza para que el producto llegue a su destino por lo que dentro del sector se pueden hacer las entregas del producto.

**3.5.1. Logotipo**

Propuesta del logo a utilizar en el negocio:

***Ilustración 1 Propuesta del Logo***



Nota: Elaborado por Liz López

**3.5.2. Slogan**

Es la representación que tendrá el negocio plasmado en lo que quiere llegar a ser, por lo que se considera el siguiente slogan:

**“Una muestra de cariño tejidas con amor”**

### 3.6. Análisis competitivo Porter

Para (9001:2015, 2020) “El modelo de las 5 fuerzas de Porter del análisis competitivo, es un enfoque que se utiliza para desarrollar estrategias en diferentes industrias, donde la intensidad de la competencia entre organizaciones varía mucho de una industria a otra, pero se observa como factor común que la intensidad de la competencia es más alta en industrias de bajas ganancias”

*Ilustración 2: Las 5 Fuerza de Porte*



**Imagen perteneciente a:** Oscar Villacampa

- **Amenaza de nuevos competidores**

En el mercado actual existen nuevas empresas que se le hace factible entrar al mercado, por lo tanto, genera una mayor amenaza a las organizaciones, debido a que existen necesidades que se presentan diariamente entre las familias y las empresas que buscan satisfacerlas. Por lo que el emprendimiento al momento de iniciar aprovechará cada una de las oportunidades que se presenten para disminuir la amenaza que puedan llegar a surgir, por lo que una estrategia para incrementar las ventas es utilizar las redes sociales tales como; Facebook, Instagram, Tik Tok para dar a conocer los accesorios que están disponibles, a su vez mostrar las características de cada uno de ellos.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Al existir diversa cantidad de materia prima en cuanto al producto, los proveedores podrán aumentar el precio y así reducir su calidad, por lo que este poder permite analizar la influencia que ellos dan a los productos y como mejoran las condiciones de este, además de cómo puede llegar a afectar la rentabilidad de la empresa, por lo que al momento de aumentar los precios se pueden crear alianzas con los proveedores para que estos no afecten directamente a los clientes.

- **Poder de negociación de los clientes**

Hace referencia a que los clientes son exigentes y ellos deciden donde y cuando adquirir un servicio o consumir un producto ya que son ellos los que impondrán el precio, la calidad o el servicio, por lo que es importante identificar a los clientes frecuentes y así establecer una relación solididad con ellos, poniendo en ofertas o promociones ciertos productos o dando un descuento por la compra de varios accesorios, esto hará que el cliente se sienta contento y vuelva a adquirir los accesorios.

- **Amenaza de nuevos productos sustitutos**

Actualmente las personas aumentan y los mercados buscan reemplazar un producto o servicio que cumpla las mismas especificaciones de otros, pero con un valor menor, por lo que importante medir la amenaza de las empresas con sus productos y así poder establecer estrategias que permitan tener la acogida de este. A través de estrategias por medio del municipio o ferias de emprendimientos se pretende dar a conocer el producto, por lo que al ser accesorios tejidos brinda la oportunidad de tener ventas.

- **Rivalidad entre competidores**

Los competidores cada vez son más en el mercado debido a que utilizan estrategias de acuerdo con su precio en los productos o servicios que hace los consumidores no sean solidos dentro de una empresa. La diferenciación vendrá en la buena atención que se le brindará al cliente, en la elaboración de accesorios personalizados y con colores de acuerdo con sus gustos y preferencias, además de ser activos en las redes sociales.

## CAPITULO IV

### 4. Descripción del producto

La empresa realizará diferentes productos tejidos a manos, como son los accesorios (cadenas, aretes, pulseras), además de carteras, que se obtienen del tejido a crochet ya sea de lana, algodón, hilo o macramé.

#### 4.1. Características de producto

Los productos que el emprendimiento dispondrá estarán categorizados en accesorios complementarios para los clientes, entre ellos están:

**Tabla 20 Características del producto**

Producto	Características
<b>Cadenas</b> 	Hilos de diversos colores, lana o macramé para su elaboración, además de ganchillos y cadenas para dar un toque más exclusivo.
<b>Aretes</b> 	Elaborado a través de hilos de varios colores y texturas, con aguja de crochet de la medida del grosor del hilo para lo cual se puede elaborar de diferentes diseños y añadiendo materiales que marquen la diferencia.
<b>Pulseras</b> 	Para la elaboración de las pulseras se puede utilizar lana, macramé fino de buena calidad, para que vayan teniendo una textura suave y mantengan los nudos en su lugar.
<b>Cartera</b> 	Para realizar las carteras se debe utilizar hilo Omega ya que da un acabado perfecto y es super pulido para realizar estos accesorios.

**Nota:** Elaborado por Liz López

**Fuentes:** Imágenes obtenidas de Google

#### **4.2. Análisis comparativo con productos similares**

En la actualidad hay pequeños negocios que se dedican a comercializar prendas de este tipo de material, considerando que el cantón Montecristi es conocido por elaborar y vender productos artesanales lo que también es una competencia directa hacia el emprendimiento, pero como toda organización al implementarse debe ganarse a los clientes estableciendo diferentes estrategias que permita vender el producto y obtener ingresos.

Entre los principales productos que pueden incidir sobre las ventas del negocios están las prendas fabricadas con hilo, lana o demás materiales que se utilizan para su elaboración, tales como prendas de algodón o poliestireno, también como gorros, bufandas, abrigos que son los más adquiridos en temporada fría, blusas pequeñas o trajes de baños tejidos que son vendidos en temporada de verano, por lo que el Cantón Montecristi representa en lo artesanal sin dejar atrás los sombreros de paja toquilla y materiales elaborados con tagua, destacando el arte de tejer en cada uno de sus productos, por tal motivo al realizar el análisis competitivo se establece estrategias que nos diferencie de la competencia como es el uso de herramientas digitales o medios de comunicación para dar a conocer los accesorios.

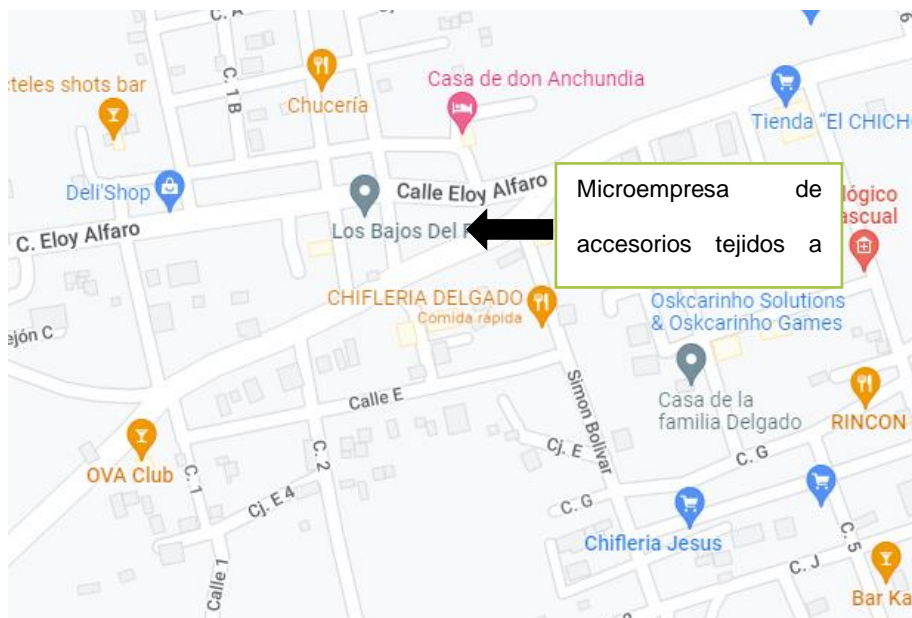
## CAPÍTULO V

### 5. Estudio técnico

#### 5.1. Descripción de las características de localización del negocio.

La microempresa de accesorios tejidos a crochet estará focalizada en Montecristi, sector Los Bajos, en la vía principal en donde estará visible para los moradores del sector y personas de sectores aledaños.

**Ilustración 3 Localización del emprendimiento**

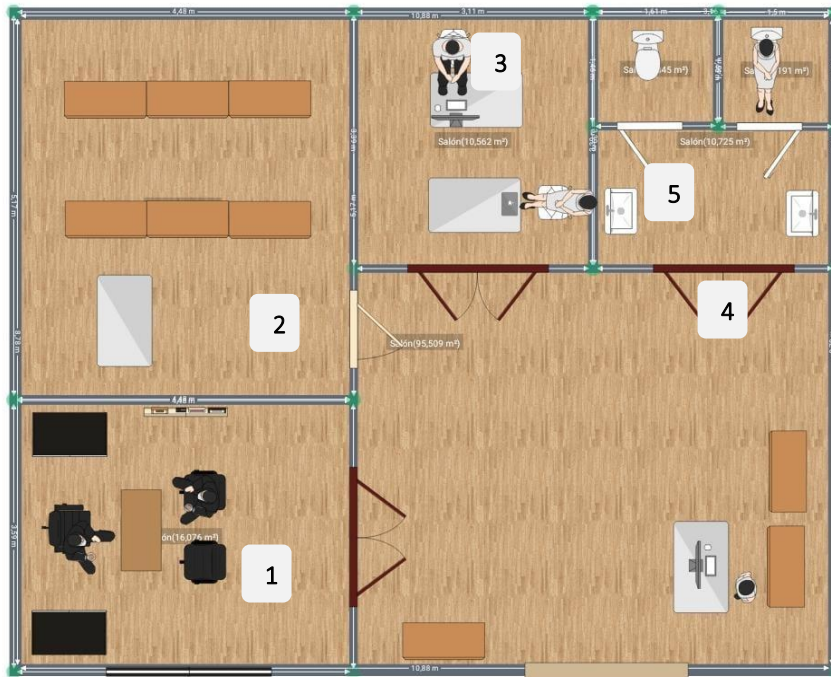


#### 5.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo

La microempresa de accesorios tejidos a crochet cuenta con 3 departamentos: Administrativo, Producción y Ventas y en cada una de ellas se definen las actividades y procesos para la elaboración del producto y a su vez de su correcto funcionamiento. En la ilustración se puede visualizar de 2 formas tanto en 2 D como en 3D.



**Ilustración 4:** Diseño del local de la Microempresa de accesorios tejidos a crochet

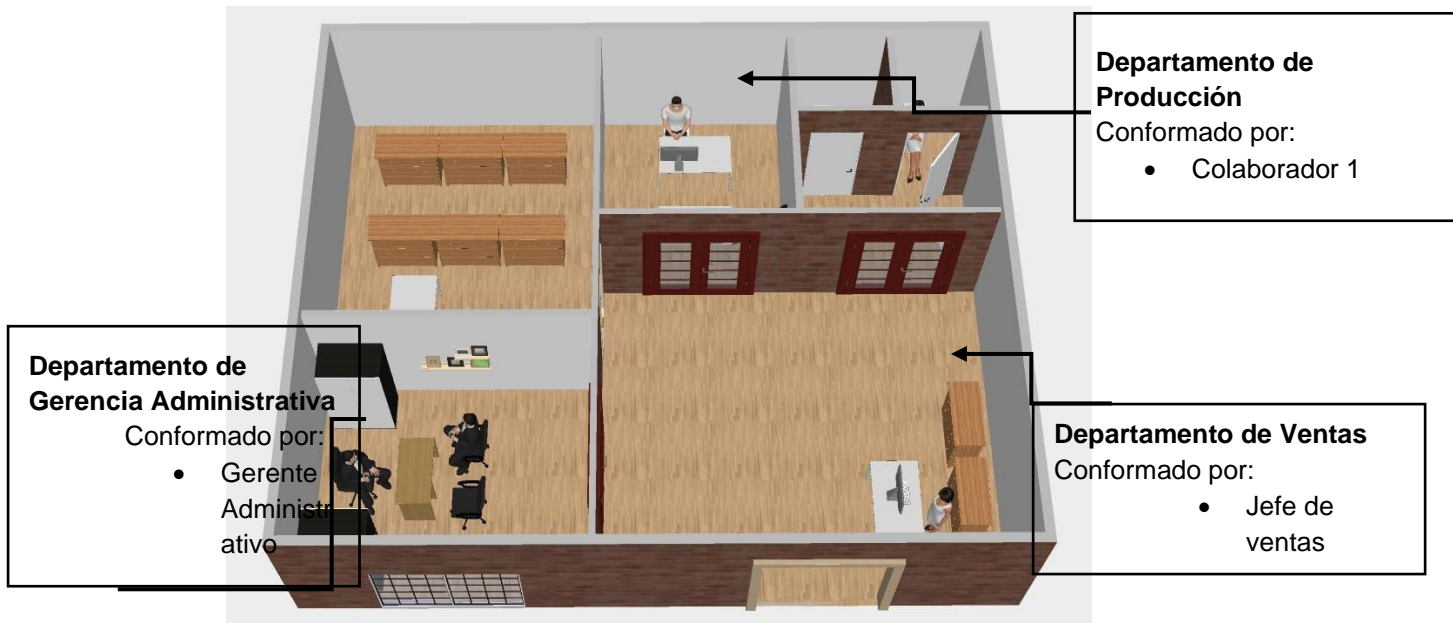


1. Departamento de Gerencia Administrativa.
2. Bodega
3. Departamento de Producción.
4. Departamento de Ventas
5. Baños

Nota: Elaborado por Liz López

En la ilustración 4 se puede observar de forma 3D como estará conformado la Microempresa de accesorios tejidos a crochet.

**Ilustración 5** Detalles de las personas que conforman cada uno de los departamentos



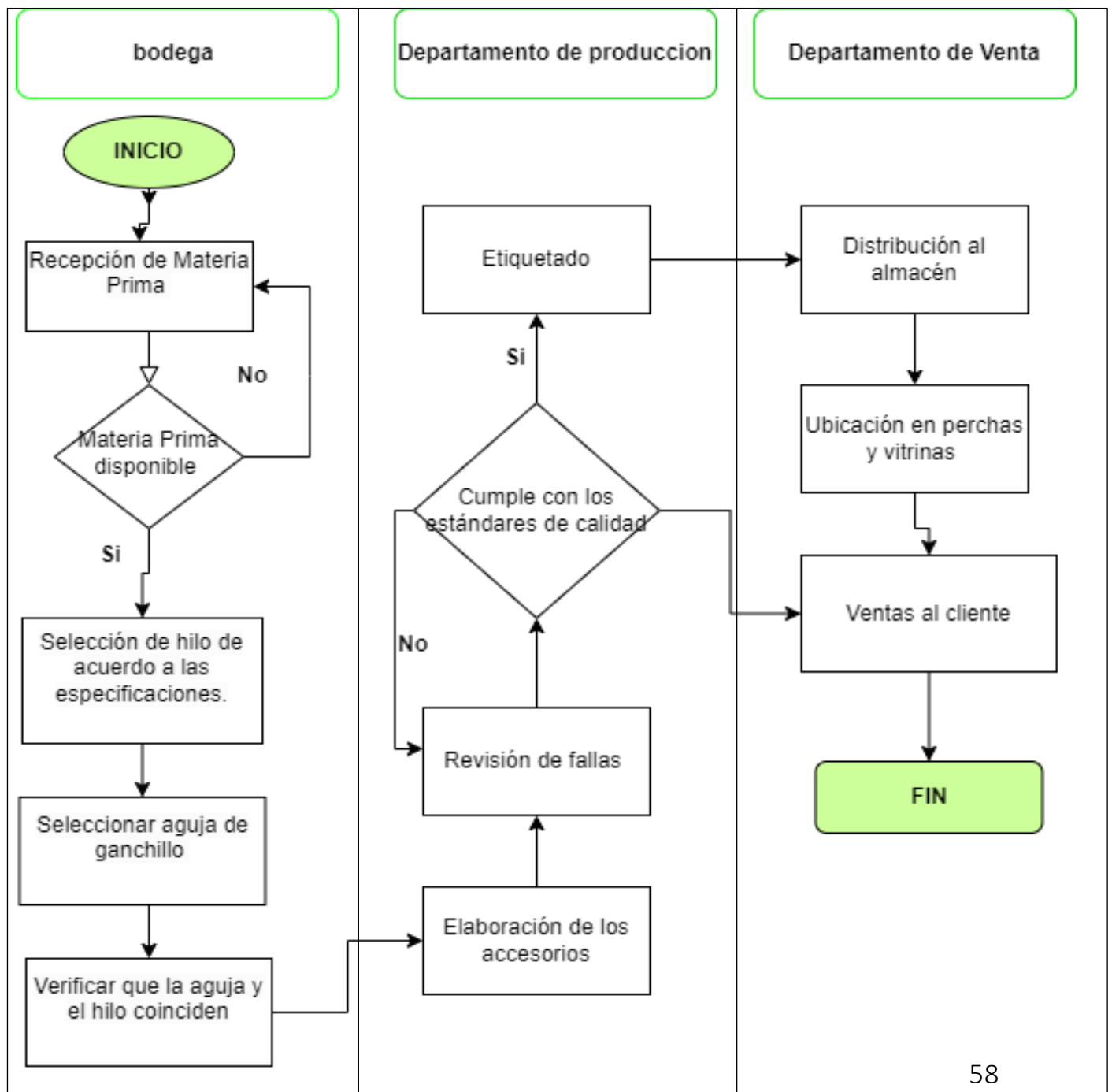
Nota: Elaborado por Liz López

### 5.3. Diagrama de procesos

Un diagrama de proceso es una representación gráfica de los procesos que efectúa cada empresa, en ellos se muestran tanto el procesos productivo o administrativo de la organización, mostrando las secuencias a través de diferentes símbolos que detallan la actividad de cada proceso en cada uno de los departamentos que conforman a una organización.

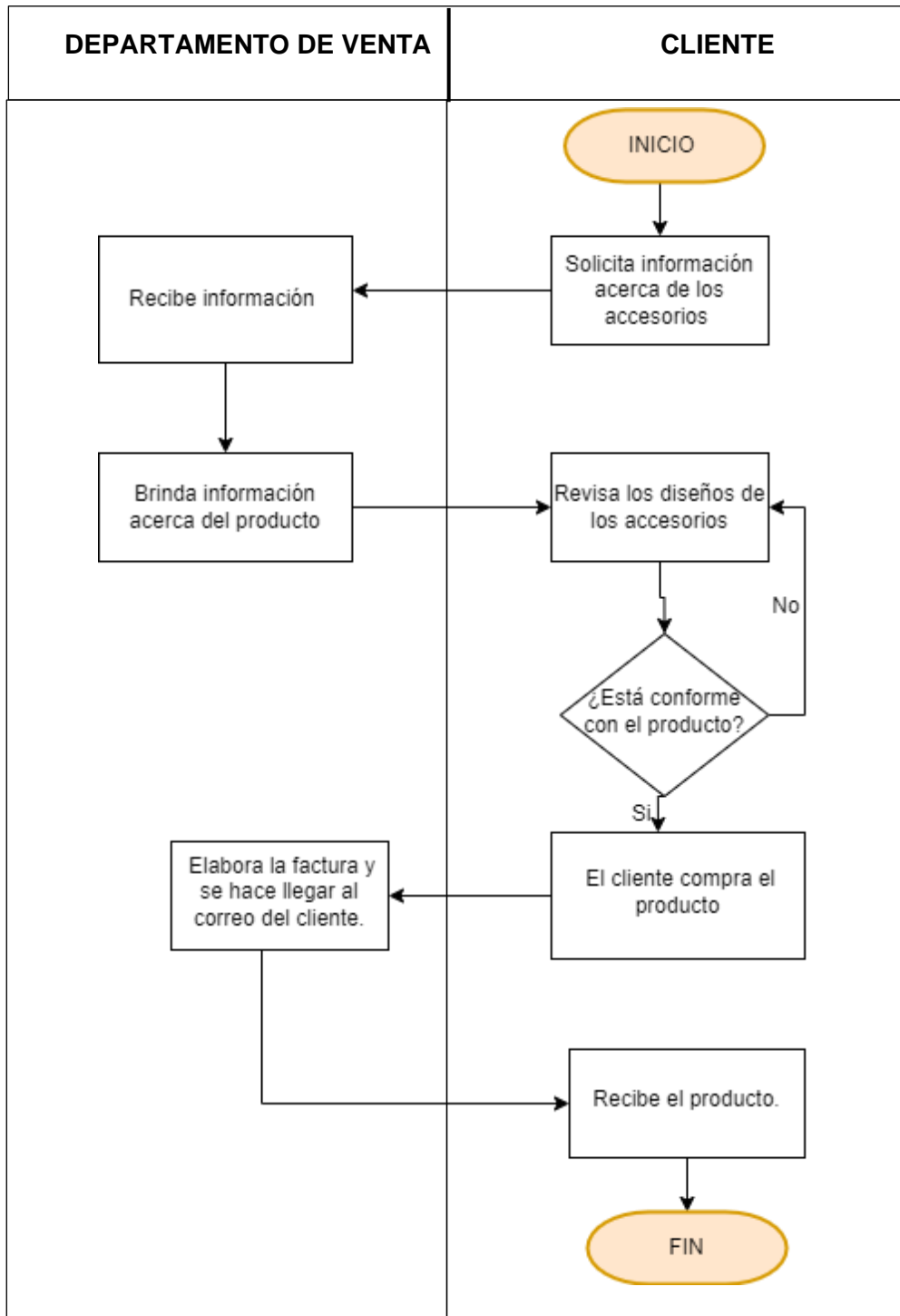
#### 5.3.1. Diagrama del proceso productivo

**Figura 14: Diagrama del proceso de producción**



### 5.3.2. Diagrama del proceso de venta

Figura 15: Diagrama del proceso de Venta



Nota: Elaborado por Liz López

#### 5.4. Listados de máquinas, equipos y herramientas

La microempresa de accesorios tejidos a crochet con la finalidad de poder brindar un producto de calidad y un excelente servicio optará con las siguientes máquinas, equipos y herramientas.

**Tabla 21 Máquinas, equipos y herramientas**

Descripción	Cantidad
<b>Laptops Lenovo</b>	<b>2</b>
<b>Impresora</b>	<b>1</b>
<b>Teléfono</b>	<b>1</b>
<b>Aire acondicionado Indurama</b>	<b>1</b>
<b>Resma de papel Bond</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**Tabla 22 Materia prima**

Descripción	Cantidad
Hilo	5
Lana	5
Algodón	5
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**Tabla 23 Insumos del proceso de producción**

Descripción	Cantidad
Aguja crochet	5
Ganchillo o sujetadores	20
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**5.5. Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo**

**Tabla 24 Cálculo de materiales, materia prima y equipo tecnológico**

<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo anual</b>	
Ovillo de algodón	5	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 210,00	
Ovillo de hilo	5	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 210,00	
Ovillo de Lana	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 120,00	
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>\$ 9,00</b>	<b>\$ 45,00</b>	<b>\$ 540,00</b>	
<b>INSUMOS</b>					
Aguja crochet	5	\$ 0,20	\$ 1,00	\$ 12,00	
Ganchillos o sujetadores	20	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 12,00	
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>\$ 18,25</b>	<b>\$ 92,00</b>	<b>\$ 24,00</b>	
<b>TOTAL, MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>				<b>\$ 564,00</b>	

<b>EQUIPOS TECNOLOGICOS Y MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Laptop Lenovo	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Aire Acondicionado	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Resma de papel	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Plumas	12	\$ 0,50	\$ 6,00
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>\$ 1.330,50</b>	<b>\$ 1.791,00</b>

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**5.6. Listados de los proveedores de materia prima**

**Tabla 25 Listado de proveedores**

<b>Proveedores</b>	<b>Dirección</b>	<b>Materiales</b>
Lunitas plus	Lanería virtual Guayaquil	Lana, trapillo, macramé y más.
Selenita	Manta Av. 14 y calle 11	Telas, lanas, agujas crochet y demás materiales.

Nota. Elaborado por Liz López Flores

## CAPÍTULO VI

### 6. Estudio Organizacional

#### 6.1. Organigrama estructural y funcional

##### 6.1.1. Organigrama estructural

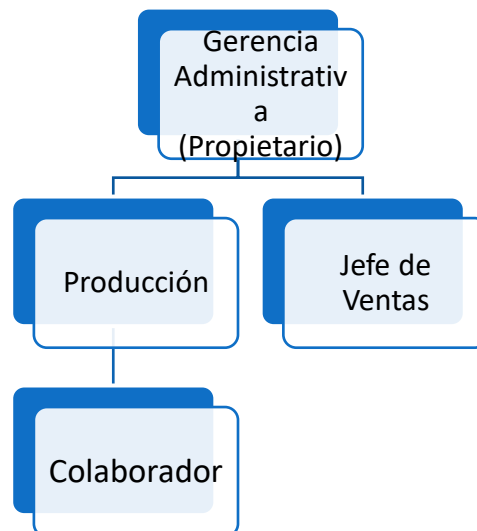
*Ilustración 6 Organigrama Estructural*



Nota: Elaborado por Liz López

##### 6.1.2. Organigrama funcional

*Ilustración 7 Organigrama Funcional*



Nota: Elaborado por Liz López

## 6.2. Funciones según la responsabilidad de cada persona

*Tabla 26 Funciones según el departamento de Gerencia*

---

MANUAL DE FUNCIONES	
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>Gerencia Administrativa</b>
<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Gerente Administrativo
<b>OBJETIVO DEL PUESTO</b>	Organizar y controlar el funcionamiento de la microempresa cumpliendo con las actividades previstas para el logro de los objetivos.
<b>FUNCIONES</b>	Gestionar las tareas de la microempresa. Coordinar los procedimientos de la organización. Analizar los estados financieros y llevar control del presupuesto. Dirigir y cuidar los recursos de la organización. Conocimiento de áreas administrativas
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	Sexo indistinto Ser mayor de 24 años Experiencia de 1 año

---

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**Tabla 27 Funciones del Departamento de Producción**

DEPARTAMENTO	<b>Departamento de producción</b>
NOMBRE DEL CARGO	Colaboradores
OBJETIVO DEL PUESTO	Son los encargados del proceso de producción, de elaborar los diseños de acuerdo con las especificaciones del cliente, además de verificar que el producto cumpla con su proceso de calidad.
FUNCIONES	Controlar la mercadería Verificar el control del inventario. Elaborar los accesorios
PERFIL DEL CARGO	Título Universitario o Bachiller Sexo indistinto Edad de 18 años en adelante

Nota. Elaborado por Liz López Flores

**Tabla 28 Funciones del Departamento de ventas**

DEPARTAMENTO	<b>Ventas</b>
NOMBRE DEL CARGO	<b>Jefe de ventas</b>
OBJETIVO DEL PUESTO	Planificar estrategias que permitan incrementar las ventas, además de brindar una buena atención al cliente.
FUNCIONES	Definir objetivos de ventas a alcanzar Formar al personal de venta que ha sido seleccionado para el área. Brindar y mantener una buena relación con los clientes.
PERFIL DEL CARGO	Sexo indistinto Ser mayor de 18 Experiencia mínima de 1 año en ventas

Nota. Elaborado por Liz López Flores



### 6.3. Previsión de RRHH

**Tabla 29 Rol de pago presupuestado**

AREA	CANT.	SALARIO	TOTAL	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE PERSONAL	TOTAL, MENSUAL	TOTAL, ANUAL
GERENTE	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 18,75	\$ 50,18	\$ 42,53	\$ 586,82	\$ 7.041,80
JEFE DE VENTAS	1	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 556,18	\$ 6.674,20
COLABORADOR 1	1	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 556,18	\$ 6.674,20
<b>TOTAL =</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1.300,00</b>	<b>\$ 1.300,00</b>	<b>\$ 108,33</b>	<b>\$ 108,33</b>	<b>\$ 106,25</b>	<b>\$ 54,17</b>	<b>\$144,95</b>	<b>122,85</b>	<b>\$ 1.699,18</b>	<b>\$ 20.390,20</b>

## **CAPÍTULO VII**

### **7. Estudio Legal y societario**

#### **7.1. Marco Legal**

Las empresas pequeñas, medianas y grandes deben sustentarse a través de normas y leyes que garanticen que se está operando legalmente. Por lo que una empresa sin un estudio legal tiene la posibilidad de enfrentarse a normas que son permisivas y prohibiciones que le afecten, por lo que los problemas legales son uno de los principales motivos por lo cual fracasa una empresa

#### **7.2. Tipo de empresa**

La empresa cuando está por constituirse legalmente debe considerar las obligaciones y requisitos que se realizan al momento de poder iniciar sus actividades, con el propósito de afianzar contratos por las disposiciones establecidas en la Ley, por lo que la empresa será de Sociedad Limitada.

#### **7.3. Requisitos para su legitimidad**

Por carácter general se deben seguir los siguientes pasos:

- Decidir qué tipo de empresa se va a constituir.
- Escoger el nombre de tu empresa
- Reservar el nombre de la empresa.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria que se desea.
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, elevar a escritura pública la constitución de la compañía.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración de capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañía después de esperar 48 horas.
- Publicar en el periódico los datos indicados por la Superintendencia de Compañía y adquirir 3 ejemplares de este.

- Marginar la resolución para el registro Mercantil en la misma notaria donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- Presentar en la Superintendencia de Compañía los documentos: Escritura inscrita en el registro civil y los demás requisitos que se piden.
- Esperar que la Superintendencia revise los documentos y le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionista y oficio al banco.
- Entregar en el SRI, toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías para la obtención del RUC.
- Se debe de registrar en el IESS aportando copia del RUC, copia de C.I y papeleta de representante legal, copia de nombramiento de este, copia de contrato de trabajo legalizado en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Obtener permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bombero.

## CAPITULO VIII

### 8. Estudio económico

El estudio del proyecto consiste en la creación de una microempresa de accesorios tejidos a crochet para lo cual se efectuará el estudio económico y poder determinar qué tan viable es el emprendimiento.

#### 8.1. Costo unitario

**Tabla 30** Costo Unitario de Producción

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		
COSTOS FIJOS	Marketing	\$ 216,00
	Servicios Básicos	\$ 354,96
	Gastos generales administrativos	\$ 2.580,00
	Materiales de oficina	\$ 10,00
	Equipos tecnológicos	\$ 1.775,00
	Sueldos	\$ \$20.137,25
	<b>Total</b>	<b>\$ 25,078.21</b>
COSTOS VARIABLES	Materia Prima	\$ 1.128,00
	<b>Total</b>	<b>\$ 1.128,00</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 26,206.21</b>
<b>N° DE VENTAS AL AÑO</b>		<b>2580</b>
<b>COSTO TOTAL UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 2,00</b>

**Nota:** Elaborado por Liz López

De acuerdo con los costos totales de producción, es decir que a través de los costos fijos y variables se obtiene el costo de producción que es de \$2.

#### 8.2. Estructura de costos y gastos

**Tabla 31** Estructura de Costos y Gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS				
MATERIA PRIMA				
Detalle	Cantidad	Costo	Costo Mensual	Costo anual
Ovillo de algodón	5	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 210,00
Ovillo de hilo	5	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 210,00
Ovillo de Lana	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>\$ 9,00</b>	<b>\$ 45,00</b>	<b>\$ 540,00</b>

		INSUMOS			
Aguja crochet	5	\$ 0,20	\$ 1,00	\$ 12,00	
Ganchillos o sujetadores	20	\$ 0,05	\$ 1,00	\$ 12,00	
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>\$ 18,25</b>	<b>\$ 92,00</b>	<b>\$ 24,00</b>	
<b>TOTAL, MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>				<b>\$ 564,00</b>	
SERVICIOS BÁSICOS					
Detalle			Costo total mensual	Costo total anual	
Energía eléctrica			\$ 17,58	\$ 210,96	
Agua			\$ 12,00	\$ 144,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 29,58</b>	<b>\$ 354,96</b>	

#### GASTOS

GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS			
Detalle	Costo Mensual		Costo anual
Telefonía	\$ 15,00		\$ 180,00
Internet	\$ 25,00		\$ 300,00
Arriendo	\$ -		\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40,00</b>		<b>\$ 480,00</b>
GASTOS DE MARKETING			
Detalle	Costo Mensual		Costo total
<b>Publicidad y promoción</b>	<b>\$ 20,00</b>		<b>\$ 240,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20,00</b>		<b>\$ 240,00</b>
MATERIALES DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Plumas	12	\$ 0,50	\$ 6,00
<b>Total</b>			<b>\$ 6,00</b>
EQUIPOS TECNOLOGICOS			
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Total
Laptop Lenovo	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Aire Acondicionado	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1.325,00</b>	<b>\$ 1.775,00</b>

Nota: Elaborado por Liz López

### 8.3. Proyección de ventas

**Tabla 32** Proyección de ventas

Incremento volumen				5%	5%	5%	5%	
Incremento precios				2%	2%	2%	2%	
Producto	Cantidad	Precio	Total mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Accesorios tejidos	360	\$ 2,00	\$ 720,00	\$ 4.320,00	\$ 5.526,36	\$ 5.918,73	\$ 6.338,96	\$ 6.789,03
<b>Totales \$</b>			\$ 720,00	\$ 4.320,00	\$ 5.526,36	\$ 5.918,73	\$ 6.338,96	\$ 6.789,03
<b>Totales unidades</b>	<b>360</b>			<b>2.580</b>	<b>2709</b>	<b>2844</b>	<b>2987</b>	<b>3136</b>
<b>Pvp Promedio</b>		\$ 2,00		\$ 2,00	\$ 2,04	\$ 2,08	\$ 2,12	\$ 2,16

Nota: Elaborado por Liz López

Para ello se puede crear estrategias como las alianzas con municipios para participar en ferias de emprendedores, a su vez por medio de las redes sociales crear página del negocio para tener más alcance de personas y llegar a ser reconocidos, considerando que por medio de las aplicaciones se puede realizar publicidad y marketing y visualizar a cuantas personas ha llegado y el alcance que ha logrado obtener.

### 8.4. Plan de inversión

**Tabla 33** Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSIÓN	VALOR	PARTICIPACIÓN
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Activo corriente	\$ 8.390,25	76%
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Equipos tecnológicos	\$ 1.775,00	16%
Materiales de oficina	\$ 10,00	
Materiales de limpieza	\$ 18,82	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Inversión Diferida	\$ 835,00	8%
<b>TOTAL</b>	\$ 11.029,07	100%

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
APLICACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión fija	\$ 1.803,82	16%
Inversión diferida	\$ 835,00	8%

Capital de operación	\$	8.390,25	76%
<b>TOTAL</b>	\$	<b>11.029,07</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Liz López

## 8.5. Líneas de financiamiento

**Tabla 34** Línea de financiamiento

DESTINO	LINEA DE FINANCIAMIENTO	MONTO	AÑOS	% INTERES	TIPO DE PAGO	CUOTA FIJA	%
CAPITAL	CREDITO BAN ECUADOR	\$ 6.000,00	3	10,21%	MESUAL	\$ 143,15	54%
	CAPITAL PROPIO	\$ 5.029,07					
<b>TOTAL</b>		\$ 11.029,07					

Nota: elaborado por Liz López

**Tabla 35** Amortización de crédito

PERIODOS	CUOTA	PAGO DE INTERES	PAGO DE CAPITAL	CAPITAL PENDIENTE
0				\$ 6.000,00
1	\$ 194,20	\$ 51,05	\$ 143,15	\$ 5.856,85
2	\$ 194,20	\$ 49,83	\$ 144,36	\$ 5.712,49
3	\$ 194,20	\$ 48,60	\$ 145,59	\$ 5.566,90
4	\$ 194,20	\$ 47,37	\$ 146,83	\$ 5.420,07
5	\$ 194,20	\$ 46,12	\$ 148,08	\$ 5.271,99
6	\$ 194,20	\$ 44,86	\$ 149,34	\$ 5.122,65
7	\$ 194,20	\$ 43,59	\$ 150,61	\$ 4.972,04
8	\$ 194,20	\$ 42,30	\$ 151,89	\$ 4.820,15
9	\$ 194,20	\$ 41,01	\$ 153,18	\$ 4.666,97
10	\$ 194,20	\$ 39,71	\$ 154,49	\$ 4.512,48
11	\$ 194,20	\$ 38,39	\$ 155,80	\$ 4.356,68
12	\$ 194,20	\$ 37,07	\$ 157,13	\$ 4.199,55
13	\$ 194,20	\$ 35,73	\$ 158,46	\$ 4.041,09
14	\$ 194,20	\$ 34,38	\$ 159,81	\$ 3.881,27
15	\$ 194,20	\$ 33,02	\$ 161,17	\$ 3.720,10
16	\$ 194,20	\$ 31,65	\$ 162,54	\$ 3.557,56
17	\$ 194,20	\$ 30,27	\$ 163,93	\$ 3.393,63
18	\$ 194,20	\$ 28,87	\$ 165,32	\$ 3.228,31
19	\$ 194,20	\$ 27,47	\$ 166,73	\$ 3.061,58

20	\$	194,20	\$	26,05	\$	168,15	\$	2.893,44
21	\$	194,20	\$	24,62	\$	169,58	\$	2.723,86
22	\$	194,20	\$	23,18	\$	171,02	\$	2.552,84
23	\$	194,20	\$	21,72	\$	172,47	\$	2.380,37
24	\$	194,20	\$	20,25	\$	173,94	\$	2.206,42
25	\$	194,20	\$	18,77	\$	175,42	\$	2.031,00
26	\$	194,20	\$	17,28	\$	176,91	\$	1.854,09
27	\$	194,20	\$	15,78	\$	178,42	\$	1.675,67
28	\$	194,20	\$	14,26	\$	179,94	\$	1.495,73
29	\$	194,20	\$	12,73	\$	181,47	\$	1.314,26
30	\$	194,20	\$	11,18	\$	183,01	\$	1.131,25
31	\$	194,20	\$	9,63	\$	184,57	\$	946,68
32	\$	194,20	\$	8,05	\$	186,14	\$	760,54
33	\$	194,20	\$	6,47	\$	187,72	\$	572,81
34	\$	194,20	\$	4,87	\$	189,32	\$	383,49
35	\$	194,20	\$	3,26	\$	190,93	\$	192,56
36	\$	194,20	\$	1,64	\$	192,56	\$	0,00

Nota: elaborado por Liz López

## 8.6. Flujo de caja proyectado 5 años

**Tabla 36** Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
PERIODOS (en años)						
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos Operativos</b>						
Ventas netas		\$ 61.920,00	\$ 66.316,32	\$ 71.024,78	\$ 76.067,54	\$ 81.468,33
<b>Total Ingresos Operativos</b>		<b>\$ 61.920,00</b>	<b>\$ 66.316,32</b>	<b>\$ 71.024,78</b>	<b>\$ 76.067,54</b>	<b>\$ 81.468,33</b>
<b>Egresos operativos</b>						
Costos de fabricación		\$ 1.128,00	\$ 1.144,92	\$ 1.162,09	\$ 1.179,53	\$ 1.197,22
Gastos de venta		\$ 216,00	\$ 219,24	\$ 222,53	\$ 225,87	\$ 229,25
Gastos Generales		\$ 2.580,00	\$ 2.618,70	\$ 2.657,98	\$ 2.697,85	\$ 2.738,32
<b>Total Egresos Operativos</b>		<b>\$ 3.924,00</b>	<b>\$ 3.982,86</b>	<b>\$ 4.042,60</b>	<b>\$ 4.103,24</b>	<b>\$ 4.164,79</b>
<b>Superavit o (D) Operat. Año</b>		<b>\$ 57.996,00</b>	<b>\$ 62.333,46</b>	<b>\$ 66.982,18</b>	<b>\$ 71.964,30</b>	<b>\$ 77.303,54</b>
<b>Superavit o (D) Operat. Acu,</b>		<b>\$ 57.996,00</b>	<b>\$ 120.329,46</b>	<b>\$ 187.311,64</b>	<b>\$ 259.275,94</b>	<b>\$ 336.579,47</b>
<b>Ingresos No Operativos</b>						
Crédito	\$ 6.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 5.029,07	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos No Operativ.</b>	<b>\$ 11.029,07</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Egresos No operativos</b>						
Inversion fija	\$ 1.803,82	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion diferida	\$ 835,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización principal	\$ -	\$ 1.500,00	\$ 937,54	\$ 1.100,23	\$ 1.262,91	\$ 1.425,60
Gastos financieros	\$ -	\$ 673,80	\$ 511,12	\$ 348,43	\$ 185,75	\$ 23,06
<b>Total Egresos No Operativos</b>	<b>\$ 2.638,82</b>	<b>\$ 2.173,80</b>	<b>\$ 1.448,66</b>	<b>\$ 1.448,66</b>	<b>\$ 1.448,66</b>	<b>\$ 1.448,66</b>
<b>Superavit o (D) no operat. Año</b>	<b>\$ 8.390,25</b>	<b>\$ (2.173,80)</b>	<b>\$ (1.448,66)</b>	<b>\$ (1.448,66)</b>	<b>\$ (1.448,66)</b>	<b>\$ (1.448,66)</b>
<b>Superavit o (D) no operat. Acum</b>	<b>\$ 8.390,25</b>	<b>\$ 6.216,45</b>	<b>\$ 4.767,79</b>	<b>\$ 3.319,13</b>	<b>\$ 1.870,47</b>	<b>\$ 421,81</b>
<b>Superavit o (D) Total. Año</b>	<b>\$ 8.390,25</b>	<b>\$ 55.822,20</b>	<b>\$ 60.884,80</b>	<b>\$ 65.533,52</b>	<b>\$ 70.515,64</b>	<b>\$ 75.854,88</b>
<b>Superavit o (D) Total. Acum</b>	<b>\$ 8.390,25</b>	<b>\$ 64.212,45</b>	<b>\$ 125.097,25</b>	<b>\$ 190.630,77</b>	<b>\$ 261.146,41</b>	<b>\$ 337.001,28</b>

Nota: elaborado por Liz López



## 8.7. Estados de resultados proyectados 5 años

**Tabla 37** Estado de resultado proyectado a 5 años

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por ventas	\$ 61.920,00	\$ 66.316,32	\$ 71.024,78	\$ 76.067,54	\$ 81.468,33
Costo de producción	\$ 1.128,00	\$ 1.144,92	\$ 1.162,09	\$ 1.179,53	\$ 1.197,22
<b>Margen Bruto</b>	<b>\$ 60.792,00</b>	<b>\$ 65.171,40</b>	<b>\$ 69.862,69</b>	<b>\$ 74.888,01</b>	<b>\$ 80.271,11</b>
<b>Gastos Operativos</b>					
Sueldos y salarios	\$ 20.390,20	\$ 21.409,71	\$ 22.480,20	\$ 23.604,21	\$ 24.784,42
Materiales de oficina	\$ 10,00	\$ 10,15	\$ 10,30	\$ 10,46	\$ 10,61
Equipos Tecnológicos	\$ 1.775,00	\$ 1.801,63	\$ 1.828,65	\$ 1.856,08	\$ 1.883,92
Gastos Administrativos	\$ 2.580,00	\$ 2.618,70	\$ 2.657,98	\$ 2.697,85	\$ 2.738,32
Gastos de marketing	\$ 200,00	\$ 203,00	\$ 206,05	\$ 209,14	\$ 212,27
Materiales de limpieza	\$ 11,12	\$ 11,29	\$ 11,46	\$ 11,63	\$ 11,80
<b>Total, gastos operativos</b>	<b>\$ 24.966,32</b>	<b>\$ 26.054,47</b>	<b>\$ 27.194,63</b>	<b>\$ 28.389,36</b>	<b>\$ 29.641,34</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 35.825,68</b>	<b>\$ 39.116,93</b>	<b>\$ 42.668,06</b>	<b>\$ 46.498,66</b>	<b>\$ 50.629,77</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interes sobre préstamo	\$ 673,80	\$ 511,12	\$ 348,43	\$ 185,75	\$ 23,06
<b>Utilidad antes de participe e impto.</b>	<b>\$ 35.151,88</b>	<b>\$ 38.605,81</b>	<b>\$ 42.319,63</b>	<b>\$ 46.312,91</b>	<b>\$ 50.606,71</b>
15% Participación de empleados	\$ 5.272,78	\$ 5.790,87	\$ 6.347,94	\$ 6.946,94	\$ 7.591,01
<b>Utilidad antes del impuesto</b>	<b>\$ 29.879,10</b>	<b>\$ 32.814,94</b>	<b>\$ 35.971,68</b>	<b>\$ 39.365,97</b>	<b>\$ 43.015,70</b>
10% Impuesto a la Renta	\$ 2.987,91	\$ 3.281,49	\$ 3.597,17	\$ 3.936,60	\$ 4.301,57
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 26.891,19</b>	<b>\$ 29.533,44</b>	<b>\$ 32.374,52</b>	<b>\$ 35.429,38</b>	<b>\$ 38.714,13</b>

Nota: elaborado por Liz López

## CAPITULO IX

### 9. Evaluación financiera

#### 9.1. Van/TIR

**Tabla 38 VAN/TIR**

AÑO	(1+i)^		Flujo neto efectivo
0		\$	-6.832,89
1	4.232,20	\$	4.729,91
2	5.015,69	\$	6.264,74
3	5.690,19	\$	7.943,02
4	6.266,98	\$	9.776,96
5	6.756,23	\$	11.779,76
	<b>TOTAL</b>	\$	<b>40.494,39</b>
	<b>VAN</b>		<b>\$33.661,50</b>

**7%**

Nota: elaborado por Liz López

Para realizar el cálculo de los valores de los flujos actuales se utilizó una tasa porcentual, es decir que una parte del capital se obtiene de un préstamo bancario y el restante de financiamiento propio

#### 9.2. Relaciones beneficio costo

**Tabla 39 Relaciones beneficios/costo**

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	
VAN	\$ 33.661,50
INVERSIÓN	\$ 6.832,89
TOTAL	\$ 4,93

Nota: Elaborado por Liz López

Se puede observar en la tabla de relación beneficio/costo que el proyecto tendrá viabilidad debido a que sus beneficios son más altos a los costos, lo que se considera como un beneficio para el microemprendimiento.

### 9.3. Razones financieras

#### 9.3.1. Liquidez

**Tabla 40** *Liquidez*

LIQUIDEZ		
Act. Cte	\$	8.390,25
Pas. Cte	\$	6.000,00
<b>Total</b>		<b>139,84%</b>

Nota: elaborado por Liz López

#### 9.3.2. Endeudamiento

**Tabla 41** *Endeudamiento*

ENDEUDAMIENTO		
Pas. Largo Plazo	\$	6.000,00
Patrimonio Neto	\$	5.028,00
<b>Total</b>		<b>119,33%</b>

Nota: elaborado por Liz López

#### 9.3.3. Rentabilidad

**Tabla 42** *Rentabilidad*

RENTABILIDAD		
Utilidad neta	\$	4.729,91
Ventas netas	\$	61.920,00
<b>Total</b>		<b>8%</b>

Nota: elaborado por Liz López

Por cada venta existe una ganancia neta de 0,08 dólares.

## **CONCLUSIONES**

- El presente proyecto de creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet es factible y a la vez rentable, por lo que se logra el cumplimiento de los objetivos propuestos que va a permitir tener viabilidad comercial.
- Luego de elaborar el estudio técnico se considera que el proyecto es favorable porque es sostenible y rentable la creación, elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet.
- Realizado el estudio organizacional se observa el organigrama estructural, funcional y el rol de pago de cada colaborador por lo que es factible tener los departamentos y a su vez a los colaboradores.
- Después de realizar el análisis económico se pudo determinar que el proyecto de creación de accesorios tejidos a crochet tendrá una gran acogida entre el cliente por lo que a través de la evaluación de los factores económicos se considera que es rentables el negocio.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el negocio porque es factible, además tiene viabilidad comercial en la creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet.
- Se recomienda que en el apartado del estudio técnico se analicen los materiales y procesos para la elaboración de los accesorios tejidos a crochet y mostrar en los diagramas las secuencias o procesos para la elaboración de los productos.
- Es importante especificar las funciones de cada departamento al momento de contratar personal a su vez darle a conocer la filosofía empresarial de la organización.
- Se recomienda que la creación de este emprendimiento revise en el análisis económico las proyecciones de ventas que se tienen propuestas para ver el cumplimiento de cada una y poder establecer estrategias en cuanto a los clientes potenciales.

## BIBLIOGRAFÍAS

- 9001:2015, I. (05 de 05 de 2020). *Nuevas ISO*. Obtenido de Nuevas ISO: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/05/que-es-el-modelo-de-las-5-fuerzas-de-porter-y-como-se-realiza-un-analisis-competitivo-con-este-modelo/#:~:text=El%20modelo%20de%20las%205%20fuerzas%20de%20Porter%20del%20an%C3%A1lisis,competencia%20es%20m%C3%A1s>
- Canas, M. A. (24 de 11 de 2020). *Tendencias.com*. Obtenido de Tendencias.com: <https://tendencias.com/life/que-es-el-metodo-cuantitativo/>
- North, P. (23 de 03 de 2022). *Inboundcycle*. Obtenido de Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-variables-del-marketing-mix-que-debes-conocer>
- Pursell, S. (26 de 09 de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>
- Sandra, P. (02 de 04 de 2020). *Grupo Pya*. Obtenido de Grupo Pya: <https://grupo-pya.com/analisis-interno-de-una-empresa-parametros-a-estudiar-y-herramientas/>
- Silva, D. d. (04 de 04 de 2021). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/#:~:text=Un%20estudio%20de%20mercado%20es,tambi%C3%A9n%20su%20grado%20de%20rentabilidad.>
- Torees, D. (18 de 01 de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>
- Torres, D. (18 de 04 de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20demanda%20es%20el%20proceso%20de%20entender,y%20generar%20los%20resultados%20esperados.>

Vélez, J. (27 de 06 de 2022). *El Diario*. Obtenido de El Diario:

<https://www.pressreader.com/ecuador/el-diario-ecuador/20220727/281668258721954>

Villacampa, O. (19 de 10 de 2019). *Ondho*. Obtenido de Ondho: [https://www.ondho.com/que-son-las-](https://www.ondho.com/que-son-las-5-fuerzas-de-porter/)

[5-fuerzas-de-porter/](https://www.ondho.com/que-son-las-5-fuerzas-de-porter/)

## ANEXOS

### Encuesta aplicada a la población de Montecristi

#### CREACIÓ, ELABORACIÓN Y VENTA DE ACCESORIOS TEJIDOS A CROCHET

El objetivo de la encuesta es obtener información referente a la creación, elaboración y venta de accesorios tejidos a crochet para evaluar la percepción del cliente al momento de adquirir un accesorio y determinar el grado de factibilidad que puede tener el emprendimiento.

#### Genero

Masculino

Femenino

**¿Valora los accesorios que son realizados de manera artesanal?**

Si

No

**¿Ha comprado en algún momento un accesorio tejido a crochet?**

Si

No

**Si su respuesta fue sí, ¿Se sintió con confianza al usar el producto?**

Si

No

**¿Qué tipo de prenda tejidos a crochet comprarías?**

Aretes

Carteras

Accesorios de cocina

Bolsos

Bufandas

Guantes

Gorros de bebé

Cadena



**¿Qué tipo de material prefieres para los accesorios?**

Lana

Hilo

Otros

**¿Qué factores consideras al momento de adquirir un accesorio?**

Precio

Calidad

Colores

**¿Con que frecuencia comprarías un accesorio?**

Una vez al mes

Dos veces al mes

Cada 6 meses

Una vez al año

Otros

**¿conoces una empresa que se dedique a comercializar y vender accesorios**

**tejidos a crochet?**

Si

No

**¿En qué ocasiones le gustaría usar los accesorios tejidos a crochet?**

Salida con amigos

Reuniones familiares

Fiestas

En su casa

Playa o piscina

Otros

**¿En qué plataforma le gustaría enterarse de que existe una nueva empresa que se dedica a la elaboración y ventas de accesorios tejidos a crochet?**

Facebook

Instagram

WhatsApp

Tik Tok

Otros

**¿Le gustaría que la nueva empresa ofrezca promociones?**

Si

No