

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y

BIENESTAR

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA IMPORTADORA DE ARTICULOS DE VESTIR
DESDE CHINA**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

AUTORA:

MARÍA FIORELLA MERO ESPINAL

DIRECTOR:

ING. CARLOS EDUARDO MUÑOZ RODRIGUEZ, Mgs.

MANTA- MANABÍ- ECUADOR

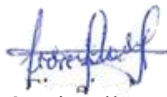
2024 (1)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA


Declaro que el presente proyecto de inversión: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA DE ARTICULOS DE VESTIR DESDE CHINA”** es absolutamente original, auténtico, personal, se ha citado las fuentes correspondientes y en su ejecución se respetaron las disposiciones que protegen los derechos del autor vigente.

Los análisis, conclusiones y recomendaciones obtenidas en el presente proyecto de inversión es aporte intelectual y netamente responsabilidad del autor de los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera universitaria.

Atentamente,



María Fiorella Mero Espinal

 Uleam <small>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT- 01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 3 de 118

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la carrera de Economía de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

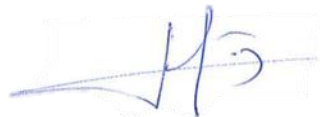
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es ““**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA DE ARTICULOS DE VESTIR DESDE CHINA**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita **Mero Espinal María Fiorella** estudiante de la carrera de Economía, período académico 2023-2024, quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 15 de julio de 2024.

Lo certifico,



Ing. Carlos Eduardo Muñoz Rodríguez, Mgs.
Docente Tutor
Área: Economía

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer en primer lugar a mis padres, que siempre han estado ahí para apoyarme en cada etapa de mi vida, brindándome el soporte económico y material para concentrarme en mis metas y nunca abandonarlas. A mis hermanas y mis abuelos por los constantes consejos y el tiempo que me entregan para escucharme, sin ustedes nada sería posible.

Resulta importante reconocer que gracias a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí no sería posible obtener mi título como economista, sobre todo por abrirme las puertas y hacer de mí una profesional. Agradezco especialmente a mi Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar por el contaste apoyo, su disposición para ayudarme ha sido fundamental para la finalización de esta tesis.

Estoy muy agradecida con mi tutor por su enorme paciencia, todas aquellas correcciones precisas las cuales me ayudaron enormemente a llegar a esta instancia tan esperada. Todas aquellas recomendaciones estarán presentes en mi futuro profesional.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN.....	15
INTRODUCCION.....	16
CAPÍTULO 1: ESTUDIO ESTRATÉGICO.....	18
1.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	18
1.1.1. Análisis del Macroentorno.....	18
1.1.1.1. Factor Político y Legal.....	19
1.1.1.2. Factor Económico.....	20
1.1.1.3. Factor Social.....	22
1.1.1.4. Factor Competencia.....	23
1.1.2. Análisis de la Industria.....	23
1.1.2.1. <i>Amenaza de Nuevos Competidores</i>	23
1.1.2.2. <i>Producto Sustituto</i>	24
1.1.2.3. <i>Rivalidad de los Competidores</i>	24
1.1.2.4. <i>Poder de Negociación de los Proveedores</i>	24
1.1.2.5. <i>Poder de Negociación de los Compradores</i>	24
1.1.3. Análisis interno.....	24
1.1.3.1 <i>VRÍO</i>	24
1.1.4. <i>Análisis FODA</i>	25
1.2. Planteamiento Estratégico.....	26
1.2.1 Visión y Misión.....	26

	6
1.2.2. Objetivos Estratégicos.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivos Específicos.....	26
1.2.3. Valores Institucionales.....	27
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO.....	28
2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA.....	28
2.1.1. Análisis y Cuantificación de la Demanda Actual y Futura.....	28
2.1.2. Análisis y Cuantificación de la Oferta Actual y Futura.....	31
2.1.3. Cuantificación de la Demanda Insatisfecha Actual y Futura.....	33
2.1.4. Determinación de la Demanda que atenderá el Proyecto.....	35
2.2. PLAN COMERCIAL.....	35
2.2.1. Objetivos del Plan Comercial.....	35
2.2.2. Segmentos del Mercado.....	35
2.2.2.1. <i>Definición de la Muestra Poblacional</i>	36
2.2.2.1.1. <i>Diseño de la Muestra</i>	36
2.2.3. Producto.....	53
2.2.4. Precio.....	54
2.2.5. Plaza o Distribución.....	54
2.2.6. Promoción.....	55
2.2.7. Presupuesto de Marketing.....	55
CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO-ORGANIZACIONAL.....	56
3.1. ESTUDIO TÉCNICO.....	56

3.1.1.	Tamaño del Proyecto Capacidad de producción.....	56
3.1.2.	Plan de producción.....	56
3.1.3.1.	Macro Localización.....	58
3.1.3.2.	Micro Localización.....	59
3.1.4.	Ingeniería del Proyecto.....	60
3.1.4.1.	Proceso de Importación.....	61
3.1.4.2.	Proceso de Transporte.....	62
3.1.4.3.	Proceso de Comercialización.....	63
3.1.5.	Requerimiento de materia prima, insumos y materiales.....	64
3.1.6.	Requerimiento de mano de obra directa e indirecta.....	67
3.1.7.	Requerimiento de activos fijos para área operativa.....	67
3.1.8.	Distribución de Instalaciones (Layout).....	68
3.2.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	69
3.2.1.	Datos Generales de la Empresa.....	69
3.2.2.	Arquitectura Organizacional: Organigrama.....	69
3.2.3.	Distribución de Funciones y Responsabilidades.....	70
3.2.4.	Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.....	72
3.2.5.	Requerimiento de personal para áreas administrativas.....	73
3.3.	ESTUDIO LEGAL.....	73
CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN FINANCIERA.....		76
4.1.	Horizonte De Tiempo Del Plan Financiero.....	76
4.2.	Plan de Inversión.....	76

4.2.1.	<i>Flujo de Depreciaciones, Amortizaciones y Valor de Salvamento ...</i>	77
4.4.	Proyecciones de Ingresos Operacionales.....	82
4.5.	Proyecciones de costos y gastos operacionales.....	85
4.6.	Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	88
4.7.	Balance General Proyectado.....	89
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN FINANCIERA.....		91
5.1.	EVALUACIÓN.....	91
5.1.1.	Ratios Financieros Y Puntos De Equilibrio.....	91
5.1.2.	Flujos De Fondos Del Proyecto.....	93
5.1.3.	Costo Promedio Ponderado De Capital (WACC).....	97
5.1.4.	Evaluación Financiera Del Proyecto (VAN, TIR, PAY BACK).....	97
5.1.5.	Análisis De Sensibilidad y/o Escenarios (Análisis De Riesgos Del Proyecto).	98
5.1.6.	Análisis E Interpretación De Los Resultados De La Evaluación Financiera.	99
5.2.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	103
5.2.1.	Flujos De Fondos Ecnómicos Del Proyecto.....	103
5.2.2.	Evaluación economica del proyecto (VAN, TIR, PAY BAACK)...	107
5.2.3.	Analisis de sensibilidad y/o escenarios.....	107
5.2.4.	Análisis e interpretacion de los resultados de la evaluacion económica.	108
5.3.	EVALUACION AMBIENTAL.....	109

5.3.1. Identificación del impacto ambiental.....	109
5.3.2. Plan de manejo ambiental.....	110
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
BIBLIOGRAFIA.....	113

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas Importadoras de prendas de Vestir, en la provincia de Manabí.	23
Tabla 2 Análisis FODA.....	25
Tabla 3 Población de la ciudad de Manta, Censo 2022.....	28
Tabla 4 Población segmentada por Edad, ciudad de Manta.....	28
Tabla 5 Gasto de Bienes y Servicios en la ciudad de Manta 2023.....	29
Tabla 6 Importaciones de Bienes de consumo (Millones de dólares) 2016-2022.	30
Tabla 7 Ventas del Sector Textil en Millones de dólares.....	32
Tabla 8 Demanda de Prendas de vestir de la población Mantense entre 15-30 años.....	34
Tabla 9 Demanda Insatisfecha en la ciudad de Manta, mercado de referencia 15- 30 años.....	34
Tabla 10.....	40
Tabla 11.....	41
Tabla 12.....	42
Tabla 13.....	42
Tabla 14.....	43
Tabla 15.....	44
Tabla 16.....	45
Tabla 17.....	46
Tabla 18.....	47
Tabla 19.....	47
Tabla 20.....	48

Tabla 21.....	49
Tabla 22.....	49
Tabla 23.....	50
Tabla 24.....	51
Tabla 25.....	52
Tabla 26.....	53
Tabla 27 Precios referenciales de las prendas de vestir.....	54
Tabla 28 Pronóstico de unidades a Vender por año.....	57
Tabla 29 Unidades por importar Vestidos.....	64
Tabla 30 Unidades por importar Blusas.....	64
Tabla 31 Unidades por importar Camisas.....	65
Tabla 32 Unidades por importar camisetas.....	65
Tabla 33 Unidades por importar Chaquetas.....	65
Tabla 34 Unidades por importar Faldas.....	65
Tabla 35 Unidades por importar pantalón.....	66
Tabla 36 Unidades por importar Shorts.....	66
Tabla 37 Unidades por importar Ropa interior.....	66
Tabla 38 Gastos.....	66
Tabla 39 Costos Indirectos.....	67
Tabla 40 Rol personal operativo.....	67
Tabla 41 Activos Fijos para área operativa.....	67
Tabla 42 Responsabilidades y Funciones del personal.....	70
Tabla 43 Requerimiento de Activos Fijos.....	73
Tabla 44 Requerimiento de personal administrativo.....	73
Tabla 45 Inversión financiada.....	76

Tabla 46 Inversión propia.....	77
Tabla 47 Depreciación de activos Fijos operativos.....	78
Tabla 48 Depreciación activos fijos administrativos.....	79
Tabla 49 Pronóstico de la demanda insatisfecha en la ciudad de Manta.....	82
Tabla 50 Capacidad del proyecto.....	83
Tabla 51 Precio unitario.....	83
Tabla 52 Unidades por vender por año.....	84
Tabla 53 Ingresos por prendas anuales.....	84
Tabla 54 Proyección de la tasa de inflación anual Ecuador.....	85
Tabla 55 Proyección Gastos anuales.....	85
Tabla 56 Proyección de Costos Indirectos anuales.....	86
Tabla 57 Pago de nómina anual proyectado.....	86
Tabla 58 Costo de las prendas a importar desde China.....	87
Tabla 59 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	88
Tabla 60 Balance General proyectado.....	89
Tabla 61 Ratios financieros.....	91
Tabla 62 Punto de Equilibrio.....	91
Tabla 63 Flujo de caja financiero proyectado.....	93
Tabla 64 WACC.....	97
Tabla 65 Evaluación financiera.....	97
Tabla 66 Análisis de Sensibilidad.....	98
Tabla 67 Análisis de sensibilidad Escenario.....	99
Tabla 68 Flujo de caja económico proyectado.....	103
Tabla 69 Evaluación económicas.....	107
Tabla 70 Escenarios de sensibilidad.....	107

Tabla 71 Análisis de Sensibilidad.....	108
Tabla 72 Impacto ambiental.....	109

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Edad.....	40
Ilustración 2 SEXO.....	41
Ilustración 3.....	41
Ilustración 4.....	42
Ilustración 5.....	43
Ilustración 6.....	44
Ilustración 7.....	45
Ilustración 8.....	45
Ilustración 9.....	46
Ilustración 10.....	47
Ilustración 11.....	48
Ilustración 12.....	48
Ilustración 13.....	49
Ilustración 14.....	50
Ilustración 15.....	50
Ilustración 16.....	51
Ilustración 17.....	52
Ilustración 18.....	53
Ilustración 19 Mapa de Manta.....	58
Ilustración 20 Mapa de Micro localización.....	60
Ilustración 21 Diagrama proceso de Importación.....	62

Ilustración 22 Diagrama de proceso de Transporte.....	63
Ilustración 23 Diagrama proceso de comercialización.....	64
Ilustración 24 Locación.....	68
Ilustración 25 Layout.....	68
Ilustración 26 Organigrama de la empresa.....	69

RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad examinar la factibilidad de desarrollar una microempresa dedicada a la importación de prendas de vestir desde China. De acuerdo a varias investigaciones realizadas en Ecuador, arrojan como resultado que la población culturalmente se caracteriza por la compra de prendas de vestir importada, especialmente del país del continente asiático como es China, convirtiéndose así; como uno de los principales proveedores de vestimenta en el país.

El presente proyecto, ha sido analizado para implementarse en el mercado de la ciudad de Manta, por lo que se ha levantado información al respecto de la población comprendida entre los 15 hasta los 30 años de edad.

Según información obtenida por el INEC y el Banco Central, la ciudad de Manta es considerada como generadora de grandes aportes económicos al PIB del país, debido a su puerto pesquero, grandes industrias acentuadas en el cantón y pymes comerciales.

Como ya se mencionó, el proyecto estará dirigido a un mercado comprendido por la población joven, de edades comprendidas entre los 15 hasta los 30 años, debido a que es un mercado fácil de captar e influir a través de la tecnología y la moda.

Este estudio cuenta con cinco capítulos en los que cada uno detallan los diversos análisis realizados como estudio situacional, segmentación de mercado, estudio técnico, análisis económico y financiero.

Palabras Claves: Microempresa, factibilidad, prendas de vestir, Manta.

INTRODUCCION

El sector textil es uno de los más representativos económicamente en el mundo, debido a que es generador de múltiples plazas de empleo y de recursos fiscales para los distintos países que mantengan la actividad. En el caso de Ecuador la industria textil es considerada como un pilar fundamental para la economía nacional, los ecuatorianos compran por lo menos una prenda de vestir al mes y las mujeres compran un mínimo de dos artículos por mes, debido a las tendencias actuales; generando así que aumente el ingreso per Cápita por año.

Hay que tener en cuenta que la vestimenta está considerada como una de las necesidades básicas según Maslow, puesto que; el ser humano necesita de alimentación, educación, vivienda, salud y vestimenta para tener una vida digna.

Por esta razón en Ecuador, las familias destinan recursos a la compra de prendas de vestir, especialmente a aquellas que son importadas, a causa de un tema cultural, el país siempre ha sido considerado un pionero en la exportación de materias primas más no de productos finales; razón por la cual la población ecuatoriana afirma que no existe especialización técnica y prefieren comprar productos importados porque tienen una mejor calidad, especialmente la proveniente del país chino.

El presente proyecto de inversión tiene como finalidad evaluar la factibilidad de la creación de una microempresa importadora de artículos de vestir desde China, proyecto que está dirigido a un segmento de mercado comprendido entre los 15 hasta los 30 años de edad, en la ciudad de Manta.

El presente estudio se encuentra dividido en cinco capítulos los cuales detallan un análisis más profundo y permite examinar la factibilidad de la creación de una microempresa importadora de artículos de vestir desde China.

En el primer capítulo se realiza un estudio estratégico, en el que se investigan los diferentes entornos externos e internos a los cuales se enfrenta el proyecto detallando un marco político, tecnológico, social, económico y de la misma manera a las oportunidades que se presentan y sus ventajas para competir en el mercado actual.

En el segundo capítulo se estudia el mercado en donde se situará el proyecto así mismo la oferta, demanda y la demanda insatisfecha, esta última fundamental ya que se atenderá una porción de acuerdo a la capacidad instalada del proyecto, en este capítulo se presentan los resultados obtenidos de las encuestas para determinar las necesidades del mercado y la creación de estrategias para poderlo atender.

En el tercer capítulo se detalla el estudio técnico, en este apartado se examina el sector donde se desarrollará de manera física la microempresa, de igual forma los procesos tecnológicos, financieros y el talento humano para que el proyecto pueda operar.

En el cuarto capítulo, se aplica una valoración financiera con la finalidad de analizar la rentabilidad del proyecto en un horizonte de tiempo de cinco años, por último, el quinto capítulo, muestra la evaluación del presente estudio de manera financiera por lo tanto se valoran los indicadores financieros para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa importadora de artículos de vestir desde China.

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA DE ARTICULOS DE VESTIR DESDE CHINA

CAPÍTULO 1: ESTUDIO ESTRATÉGICO

1.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

1.1.1. Análisis del Macroentorno

De acuerdo a la investigación realizada por Valdivieso, Siluk y Michelin (2022), detallan que el sector textil en el mundo representa una de las actividades representativas en cuanto a la generación de ingresos económicos, sumándole a esta actividad el impacto social generando beneficios como la creación de muchas plazas de empleo permitiendo el poder adquisitivo en la sociedad.

En Ecuador no es la excepción, este sector se mantiene entre los principales generadores de recursos económicos, a pesar de que en los últimos años han registrado reducciones significativas en sus utilidades, posicionándose como uno de los sectores con crecimiento a largo plazo (Valdivieso, Siluk y Michelin, 2022). Esto último originado por la pandemia, “(...) el sector ha representado durante los últimos años entre el 1 y el 1.1% del PIB nacional, teniendo una caída hasta el 0,8% en 2020 (...)” (ICEX, 2021, p.5).

Adicional, el Ecuador es conocido como productor y exportador de materias primas, por lo que citando a Villegas, Salazar, Fernández y Mendoza (2019), determinan lo siguiente:

En el caso del consumo de los hogares, la industria nacional de Bienes de consumo final enfrenta una alta competencia proveniente del exterior y existe una alta propensión a importar por parte de los hogares ecuatorianos incluso de bienes que son producidos internamente. (parr. 25)

Es decir, en el país existe una alta preferencia de consumo a productos importados frente a los producidos en Ecuador, por parte de las distintas familias, una de las principales causas es debido a que el Ecuador no tiene la especialización técnica y a que siempre se ha caracterizado por producir y exportar la materia prima a los productores, forjando de esta manera que la población se acostumbre al consumo de productos importados.

1.1.1.1. Factor Político y Legal.

Desde el punto de vista de Primicias (2023), el gobierno endureció los controles de importación de prendas de vestir, debido a que existía competencia desleal y la subvaloración al producto nacional, a razón de que en Ecuador se importaba la tela para elaborar la prenda, generando un mayor costo que la importación de la prenda por tal motivo el gobierno emite el acuerdo Ministerial 2023-003.A, el 03 Julio de 2023; para regularizar esta situación frente al productor nacional. El “Ministerio de Comercio Exterior fijó precios mínimos de \$4,00 y \$20,00 por Kilo para las importaciones de ropa, para evitar la Subvaloración” (Primicias, 2023, parr. 1).

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, para realizar actividades de importación, lo pueden ejecutar todas las personas naturales y jurídicas, radicadas en el país, siempre y cuando estén registrados en el sistema ECUAPASS y cuenten con la aprobación del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Por otro lado, el Banco Central del Ecuador (2024) menciona que, entre Ecuador y China, se está revisando un acuerdo comercial, TLC; Tratado de Libre Comercio, el cual tiene como objetivo fomentar la expansión del comercio entre ambos países y motivar el crecimiento de la economía.

1.1.1.2. Factor Económico

La situación económica actual del Ecuador se encuentra de la siguiente manera, según los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador (2023), muestra lo siguiente:

En el primer trimestre de 2023, el Producto Interno Bruto (PIB), presentó un crecimiento interanual del 0,7% en comparación con el mismo periodo del 2022, impulsado por la variación positiva de Consumo de los Hogares en 1,6%; Gasto de Gobierno en 0,5%; y Exportaciones en 0,4%. Por otro lado, la Formación Bruta de Capital Fijo se contrajo en 5,2%, y las Importaciones disminuyeron en 1,3%. (BCE, 2023, parr.1)

Como señala el Banco Central, se estima que para finalizar el año 2023, va existir un crecimiento en las importaciones y el consumo en los hogares aproximadamente del 3%, adicional provee que la economía crezca el 2,6%, en comparación al año anterior (Banco Central del Ecuador, 2023).

El Ecuador está atravesando por una situación de incertidumbre por lo que de acuerdo a Primicias (2023), revela que el país mantiene actualmente 1971 puntos, en el indicador de riesgo país considerado uno de los más altos en los últimos tiempos; panorama que afecta la economía del país frente a los demás países, restándole competitividad a Ecuador originando que seamos menos atractivos a la inversión extranjera. Una de las razones principales es la incertidumbre gubernamental originado por actos de corrupción, seguido de la situación social actual; los altos índices de delincuencia y sicariatos, inciden en que este indicador aumente perjudicando de manera negativa la economía del país.

A inicios del año 2024, el Ecuador y China iniciaron un proceso de revisión del acuerdo comercial Tratado de Libre Comercio, este de ser firmado traería muchos beneficios al país de acuerdo a la apreciación del al Banco Central del Ecuador establece:

Esto se conseguiría al permitir el acceso de productos nacionales a un mercado conformado por alrededor de 1400 millones de consumidores, con un ingreso per cápita anual estimado de USD 19841 por paridad de poder adquisitivo, según el Fondo Monetario Internacional. Cabe destacar que, de acuerdo con estimaciones de este mismo organismo, para 2024, la actividad económica de China crecería en 4,2%, y este dinamismo, se mantendría alrededor del 3,8% en promedio, para el periodo 2025-2028. (parr.1)

Citando a Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca (2023):

El Acuerdo Comercial con China permitirá eliminar las barreras arancelarias para productos actuales y potenciales de interés exportable para Ecuador, a la vez que flexibiliza y hace más expeditas las medidas sanitarias, técnicas o administrativas. También, permitirá a los sectores productivos garantizar un mayor acceso a insumos, bienes intermedios, maquinaria, equipo y tecnología de punta no producida a través de facilidades y abaratamiento de importaciones. Por parte del consumidor habrá una mejora en el bienestar por disponer de una mayor variedad de productos finales de calidad no producidos localmente, a precios competitivos. (p.4)

Se puede argumentar a lo anteriormente mencionado, que el mercado Chino cada vez más expande sus preferencias hacia más insumos y productos del Ecuador como los originarios por la pesca, madera, flores, frutas y metales, posicionando así la

marca ecuatoriana en las perchas chinas y permitiendo que esta a su vez sean más competitivas (Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca, 2023, p.4)

De la misma manera, China se ha convertido en uno de los principales proveedores del país, así lo asegura el Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca (2023): “(...) Alrededor del 77% de las importaciones están justamente concentradas en estos grandes rubros que ahora podrán ingresar a Ecuador en mejores condiciones, con beneficios para los dos lados, incrementando y mejorando su competitividad” (p.4).

1.1.1.3. Factor Social

De acuerdo a ICEX (2021), la mayoría de la población ecuatoriana, tiene una mayor tendencia a la compra de productos importados, el consumidor ecuatoriano tiende a pensar que los productos importados son de mejor calidad y les brinda status ante las demás personas.

Analizando el segmento de mercado especialmente el juvenil, se puede determinar que este segmento de mercado se ve influenciado por las redes sociales, por tal razón tienen una tendencia marcada a la compra de prendas de vestir de marcas extranjeras y a través de medios como las páginas web (ICEX, 2021).

Otro dato importante dentro de la sociedad ecuatoriana según ICEX (2021), el género femenino son las principales consumidoras, de acuerdo a la investigación realizada por el autor las prendas que mayormente consumen son: opa interior, blusas, camisas, pantalones y chaquetas.

Por último, el consumidor a la hora de comprar ropa siempre busca calidad relacionada con la comodidad, los detalles como la tela y el diseño de la prenda otorga ciertas características especiales a la ropa que el ecuatoriano compra (Abad, 2009).

1.1.1.4. *Factor Competencia*

En el país existen muchas empresas dedicadas a la importación, distribución y venta de ropa, sin embargo; en la provincia de Manabí, específicamente en la ciudad de Manta donde se llevará a cabo el estudio existen las siguientes empresas:

Tabla 1 Empresas Importadoras de prendas de Vestir, en la provincia de Manabí.

NOMBRE	CIU
CAZZANOVA S.A.S.	G4641.21
ORAMWEAR S.A.	G4641.21
IMPORTADORA PLATANOSPORTS S.A.	G4641.21
BARO S.A.A.	G4641.21
GALE & ZAMBRANO CASA JEANS S.A. CASAJEANSGULEZA	G4641.21
EL GRAN REMATE GARDOSGRAN S.A.	G4641.21

Fuente: Superintendencia de Compañías (2022)

Elaborado por: Autora.

1.1.2. **Análisis de la Industria**

1.1.2.1. *Amenaza de Nuevos Competidores.*

Ingresar al sector textil especialmente a la importación de prendas de vestir tiene una puntuación baja, debido a que se puede observar que la importación de ropa va en aumento año tras año, aunque existen leyes arancelarias que hacen que el producto se encarezca para que pueda competir con la industria textil nacional no es obstáculo para la cultura del consumidor ecuatoriano que hace que adquiera más bienes importados que nacionales.

Otro punto a tomar en cuenta es el contrabando que existe en el mercado y la informalidad, siendo un punto desfavorable para la actividad debido a que las prendas de vestir pueden encontrarse a un menor precio porque no pasaron por el control de la SENA, lo cual hace que sea más atractiva la oferta al mercado.

1.1.2.2. Producto Sustituto.

Actualmente, existen muchos productos sustitutos en el mercado y muchas empresas extranjeras multinacionales invirtiendo en esta actividad económica, debido a factores como experiencia dentro del mercado, cuentan con toda una cadena de producción y distribución que les han permitido un posicionamiento sostenible, así mismo; factores característicos como la innovación y diferenciación juegan un rol importante para ingresar a este mercado.

1.1.2.3. Rivalidad de los Competidores

Como se menciona anteriormente en este sector existen muchos competidores con productos sustitutos, adicional existe la competencia desleal, hay un factor desfavorable como el contrabando que hacen que el sector se encuentre desvalorizado.

1.1.2.4. Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores poseen un poder de negociación bajo, los precios de adquisición son muy accesibles, la mano de obra del país chino es muy económica abaratando el costo, por lo que permiten poder competir con un buen precio en el mercado ecuatoriano.

1.1.2.5. Poder de Negociación de los Compradores

El poder de negociación con los compradores es alto, existen muchos sustitutos en el mercado, por lo que el consumidor optará por una opción que les ofrezca un buen precio, buena calidad y sobre todo una prenda que este acorde a la tendencia actual.

1.1.3. Análisis interno.

1.1.3.1 VRÍO

El análisis VRIO permite realizar una reflexión de los recursos que mantiene el proyecto y en qué forma se pueden aprovechar estos para que pueda ser competitivo en el tiempo.

El presente proyecto cuenta con una ventaja competitiva financiera, se ha realizado un estudio financiero previo en el que se plantea una estructura de costos y se contará con un stock de mercadería que permitirá abastecer la demanda insatisfecha, siendo estas ventajas competitivas que permitirán generar rendimientos a largo plazo.

A demás, se mantendrá un control de inventarios y capital humano capacitado, considerados como una igualdad competitiva frente a la competencia, sin embargo; estos recursos son muy importantes dentro de los negocios debido a que son un factor clave para el crecimiento del proyecto en el tiempo.

Por último, el proyecto contará con una ventaja competitiva organizacional, debido a que posee recursos organizacionales como: Plan de marketing, procesos de planificación estratégica y estructuras organizacionales que permitirán ingresar al mercado y a través de tácticas para que éste sea sustentable en el tiempo.

1.1.4. Análisis FODA

Tabla 2 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Innovación y estrategias de diferenciación para poder ingresar al mercado.	Expectativa de que se reduzcan los costos de importación.
Conocimiento de mercado amplio que proporciona información importante respecto a las preferencias del consumidor.	Producto importado a bajos costos, debido a que la mano de obra es económica.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de experiencia de la microempresa en la participación del sector de comercialización de ropa importada.	Inseguridad Social por temas como la delincuencia, sicariato y extorción a negocios.

Poco Capital	Incertidumbre Política
	Competencia desleal
	Amplia presencia de empresas competidoras y productos sustitos.

Elaborado por: Autora

1.2. Planteamiento Estratégico

1.2.1 Visión y Misión

Visión

Ser una empresa referente a través del tiempo en la importación de prendas de vestir, reconocida a nivel provincial, manteniéndose dentro de los estándares de la ética y la sostenibilidad.

Misión

Somos una empresa dedicada a la venta de ropa importada, en la ciudad de Manta, ofertando productos con los mejores precios del mercado y de alta calidad.

1.2.2. Objetivos Estratégicos

Objetivo General

Analizar la factibilidad de la creación de una microempresa importadora de prendas de vestir desde China.

Objetivos Específicos

Realizar un estudio de Mercado.

Identificar las preferencias y necesidades de los consumidores de la ciudad de Manta.

Elaborar un Estudio técnico para la creación de una microempresa importadora de prendas de vestir desde China.

Elaborar un análisis financiero en un horizonte de 5 años, para la creación de una microempresa importadora de prendas de vestir desde China.

1.2.3. Valores Institucionales

Los valores Institucionales están basados en poder formar una microempresa fuerte en ética, transparencia y respeto, teniendo siempre presente nuestra misión, visión y objetivos.

CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA

La microempresa estará ubicada en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, en este apartado se analizarán las tendencias del consumidor, a través de encuestas realizadas a la población de Manta, ciudad de referencia de estudio; y se realizará una segmentación de mercado, tomando en cuenta a hombres y mujeres en un intervalo de edad de 15 a 30 años, debido a que éste será el mercado al cual está enfocado el producto a comercializar.

Tabla 3 Población de la ciudad de Manta, Censo 2022

	Sector	Hombre	Mujer	Total
MANTA	MANTA	108.677	112.445	221.122
	SAN LORENZO	1.374	1.273	2.647
	SANTA MARIANITA	1.352	1.356	2.708
	Total	111.403	115.074	226.477

Fuente: INEC. Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento.

Elaborado por: Autora.

Tabla 4 Población segmentada por Edad, ciudad de Manta

	0-6	7-17	18-29	30-59	60	80+
2023	21.891	25.535	26.242	93.412	40.900	9.572

Fuente: INEC, Población de la ciudad de Manta 2023.

Elaborado por: Autora.

2.1.1. Análisis y Cuantificación de la Demanda Actual y Futura.

Para poder realizar un análisis de la demanda actual, se ha recopilado información por parte de fuentes como el INEC y el Banco Central del Ecuador, a

continuación, se adjunta la siguiente tabla con información respecto al gasto que realizan los hogares en vestimenta, en la ciudad de Manta:

Tabla 5 Gasto de Bienes y Servicios en la ciudad de Manta 2023

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Variación Mensual (%)	Costo Actual en dólares	Distribución del ingreso actual**	Restricción / Excedente en el consumo	
					En dólares	% del Costo
21	INDUMENTARIA	4,18	40,52	170,77	-130,24	-21,00
22	Telas, hechuras y accesorios	0,00	4,03	9,52	-5,49	-0,89
23	Ropa confeccionada hombre	2,57	20,54	62,48	-41,94	-6,76
24	Ropa confeccionada mujer	8,19	15,95	98,76	-82,81	-13,35

Fuente: INEC. Canasta familiar vital

Elaborado por: Autora

Ahora bien, se ha podido observar mediante la tabla 5 que la vestimenta comprende un gasto de \$170.77, de acuerdo; al salario básico actual del país representa el 38% de los ingresos de una familia.

Según la balanza comercial, las importaciones representan cada año un crecimiento, factor que permite determinar el consumo de la población, a continuación; se adjunta la tabla de las importaciones de bienes de consumo:

Tabla 6 Importaciones de Bienes de consumo (Millones de dólares) 2016-2022.

Importaciones	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Bienes de consumo	3.375,1	4.410,3	5.016,4	4.945,9	4.117,0	5.132,9	6.057,4
No duraderos	2.066,1	2.412,2	2.615,5	2.745,3	2.610,6	2.956,9	3.370,5
Duraderos (5)	1.309,0	1.998,1	2.400,9	2.200,6	1.506,4	2.176,1	2.686,9

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) (2023).

Elaborado por: Autora.

Según las apreciaciones del Banco Central del Ecuador (2023), la vestimenta se encuentra dentro del rubro de Bienes de consumo duraderos, se puede observar en el año 2022, hubo un incremento de \$510.9 millones de dólares correspondientes al 123% de crecimiento de este rubro.

De acuerdo a la investigación de Líderes (2023), donde cita a Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), determina “(...) La venta en centros comerciales, la relación de venta de ropa y textiles estimada es de 60% importados y 40% nacionales” (pf.18).

Es decir que existe una alta demanda de vestimenta importada por parte de las familias mantenses y ecuatorianas, lo cual se ve reflejado en las cifras de importaciones y en el gasto que realizan las familias de la ciudad de Manta.

2.1.2. Análisis y Cuantificación de la Oferta Actual y Futura

Como se ha manifestado anteriormete el sector textil es uno de los mas importantes dentro del Ecuador, debido a su alta representación en la economía del país y es uno de los principales generadores de empleo.

De acuerdo a ICEX (2021), en Ecuador existen aproximadamente 280 empresas dedicadas a la fabricación textil y venta de prendas de vestir.

Citando a ICEX (2021), determina que:

Durante la primera mitad de 2021, las ventas en comercios crecieron un 9,7% respecto al mismo periodo del año anterior y en concreto en el sector manufacturero, del que forma parte la industria textil, esta cifra alcanzó un 16,6% con 7.302 millones USD en ventas, por lo que es previsible que, (...) la recuperación del sector se vaya dando de forma progresiva. (p.15)

De acuerdo a Revista Gestión (2023), se citan los siguientes datos, correspondientes a las ventas anuales del sector textil en el Ecuador.

Tabla 7 Ventas del Sector Textil en Millones de dólares

PERIODO	VENTAS EN MILLONES DE DÓLARES	
2016	\$	1.248,0
2017	\$	1.404,0
2018	\$	1.450,0
2019	\$	1.387,0
2020	\$	886,0
2021	\$	1.000,0
2022	\$	1.143,0

Fuente: Revista Gestión

Elaborado por: Autora

Según ICEX (2021), “el país chino es uno de los principales países proveedores de prendas textiles en los últimos cinco años, representando 202 y 143 millones de dólares importados, seguido de Bangladesh y Vietnam que han importado 27 y 22 millones respectivamente” (p.17).

En el país existen las siguientes empresas, consideradas como las principales representantes en el mercado de venta de ropa, de acuerdo a ICEX (2021):

Empresas de origen local:

- De Prati. _ Empresa ecuatoriana con Sede en Guayaquil y 78 años de experiencia como retail de moda y hogar, cuenta con 14 tiendas en todo el país, importe neto de \$208,951,975.

- Etafashion. _ Empresa ecuatoriana con sede en Quito, es una tienda especializada en el sector retail con 9 tiendas en el país, ingresos de \$76,961,060.
- Pasa. _ Empresa ecuatoriana con sede en la ciudad de Cuenca, con ingresos de \$11,963,727
- Super éxito. _ Empresa ecuatoriana con más de 31 años en el mercado, contando con 18 almacenes distribuidos a nivel nacional en ciudades como Guayaquil, Durán, Quito, Quevedo, Machala, Manta, Portoviejo y Santo Domingo (Superéxito, 2023).

Empresas de Origen extranjero

- Tommy Hilfiger. _ Empresa de textil norteamericana, fundada en Nueva York, está localizada en los principales centros comerciales del país.
- Adidas. _ Empresa textil, cuenta con locales comerciales en las ciudades del país.
- Zara. _ Es una empresa internacional dedicada a la moda, cuenta con tiendas propias dedicadas a la distribución de las prendas de vestir (Zara, 2023).
- Tommy. _ Empresa textil estadounidense, fundada por Thomas Jacob Hilfiger, desde donde se ha expandido a muchos lugares en el mundo (Vogue, 2023).
- Forever 21. _ Es una marca Líder de la industria textil la cual está al alcance todos, cuenta con muchas tiendas a nivel nacional e internacional (Forever 21, 2023).

Los consumidores adquieren principalmente los productos textiles especialmente en almacenes y boutiques, de acuerdo a ICEX (2021).

2.1.3. *Cuantificación de la Demanda Insatisfecha Actual y Futura*

La demanda Insatisfecha se estableció, tomando en cuenta el crecimiento de la población segmentada en este estudio, la representación del gasto en las familias mantenses y la oferta de los competidores:

Tabla 8 Demanda de Prendas de vestir de la población Mantense entre 15-30 años

Periodo	Población Segmentada Manta	SBU	Representación Del Gasto En Vestimenta Sobre El SBU 33%	Gastos De La Población Entre 15-30 Años En Vestimenta
2016	73.498	\$ 366,00	\$ 139,08	\$ 10.222.087
2017	76.888	\$ 375,00	\$ 142,50	\$ 10.956.526
2018	75.125	\$ 386,00	\$ 146,68	\$ 11.019.347
2019	78.514	\$ 394,00	\$ 149,72	\$ 11.755.101
2020	87.213	\$ 400,00	\$ 152,00	\$ 13.256.335
2021	88.049	\$ 400,00	\$ 152,00	\$ 13.383.390
2022	88.049	\$ 425,00	\$ 161,50	\$ 14.219.852
2023	75.130	\$ 450,00	\$ 171,00	\$ 12.847.230

Fuente: Banco Central del Ecuador 2016-2023.

Elaborado por: Autora.

Tabla 9 Demanda Insatisfecha en la ciudad de Manta, mercado de referencia 15-30 años.

Año	Oferta De Prendas De Vestir En La Ciudad De Manta	Demanda Prendas De Vestir	Demanda Insatisfecha
2020	35627,1	87213	51586
2021	44516,1	88049	43533
2022	55622,8	85370	29747
2023	29737,0	74737	45000
2024	43418,0	90668	47250
2025	39625,0	91600	51975

Fuente: Ludeña, Serdán y Romero (2022)

Elaborado por: Autora.

Tomado como referencia la base de datos presentada, se puede analizar que en la ciudad de Manta existe demanda insatisfecha que se debe cubrir, con la finalidad de satisfacer a la población mantense entre 15 a 30 años de edad.

2.1.4. Determinación de la Demanda que atenderá el Proyecto

El proyecto atenderá el 15% de la demanda insatisfecha durante el primer año de operatividad, a partir de cada año se estima que el proyecto aumente en un 2% la demanda a atender, ya que se espera que el proyecto tenga mayor experiencia y posicionamiento en el mercado, y de ésta manera su capacidad aumente cada año.

2.2. PLAN COMERCIAL

2.2.1. Objetivos del Plan Comercial.

Posicionar la microempresa en el mercado de la ciudad de Manta en las edades de 15 y 30 años.

Innovar el mercado con prendas de vestir, que permitan que los clientes se sientan cómodos y en tendencia a la moda con buenos precios.

Lograr relaciones sólidas con los clientes, a través de una buena asesoría ya sea presencial y virtual.

Incrementar el volumen de ventas en un 10% a partir del segundo año de inicio del proyecto.

2.2.2. Segmentos del Mercado.

El proyecto estará dirigido a la población mantense, especialmente a un mercado juvenil que comprende entre los 15 a 30 años de edad. Se decide atender este segmento de mercado debido a que se cuenta con clientes que les gusta comprar prendas de vestir más de dos veces al año porque les gusta lucir bien y estar a la moda.

2.2.2.1. Definición de la Muestra Poblacional

En el presente proyecto se utiliza como método de investigación la encuesta para poder obtener resultados más claros en lo que respecta a la investigación de mercado. La encuesta está enfocada a la población de la ciudad de Manta desde los 15 años hasta los 30 años de edad.

Para poder definir la muestra de nuestro estudio para una población finita se utiliza la siguiente fórmula:

Ecuación 1 Fórmula para calcular la muestra

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

Donde:

N= Tamaño de la población.

Z= Nivel de confianza del 95%.

σ^2 = Desviación estándar de la población.

e= Límite aceptable del error muestral

2.2.2.1.1. Diseño de la Muestra

Tamaño del Universo: 77684,4 ciudadanos con edades entre 15 hasta 30 años, radicados en la ciudad de Manta (INEC, 2024).

$$n = \frac{77684 * 0,5^2 * 1,96^2}{(77684 - 1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

n = 382 personas a encuestar.

CUESTIONARIO

La presente encuesta está dirigida a personas de 15 a 30 años de edad.

1. ¿Edad?

2. Sexo

Femenino Masculino Otro

3. ¿Compra usted ropa importada?

SI NO

4. ¿Con que frecuencia adquiere sus prendas de vestir?

1 a 5 veces al año

6 a 10 veces al año

11 a más veces al año

5. ¿Qué cantidad de dinero destina en cada compra de prendas de vestir?

\$ 5,00 a \$ 50,00

\$ 51,00 a \$ 100,00

\$ 101,00 a \$200,00

\$201,00 a más

6. ¿En qué lugares prefiere adquirir sus prendas de vestir?

Centros Comerciales

Boutiques

Almacenes

Internet

7. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?

Precio

Marca

Calidad

Diseño

Comodidad **8. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa importada desde china?** SI NO**9. ¿Qué prendas de vestir compra usted con mayor frecuencia?**Vestidos Blusas Camisas Camisetas Chaquetas Faldas Pantalón Shorts Ropa Interior **10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?**

Prendas	Precio	Precio	Precio
Vestidos	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 30
Blusas	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25
Camisas	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 17
Camisetas	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 30
Chaquetas	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 35
Faldas	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 18	<input type="checkbox"/> 25
Pantalón	<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 23
Shorts	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/> 18
Ropa Interior	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/> 16

11. ¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de las promociones y productos que ofrecerá la empresa?

Televisión

Radio

Internet

Revista

Catálogos

12. ¿De qué forma preferiría pagar sus compras?

Contado

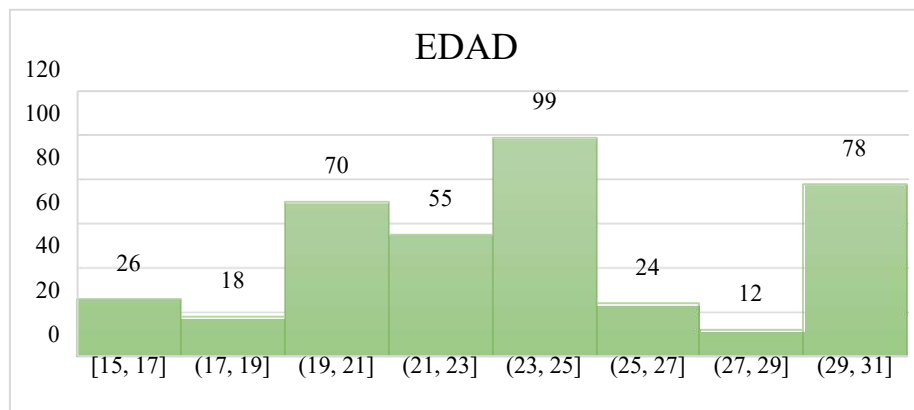
Tarjeta de crédito

Crédito 30 días

ANALISIS DE RESULTADOS

1. ¿Edad?

Ilustración 1 Edad



Elaborado por: Autora

Análisis: La encuesta estuvo enfocada a un grupo de personas entre los 15 a 30 años de la ciudad de Manta, Manabí; por lo que una vez tabulados los datos se obtuvo la siguiente información: 99 personas respondieron que cuentan con una edad entre 23 a 25 años, representando al 25% de encuetados de la ciudad.

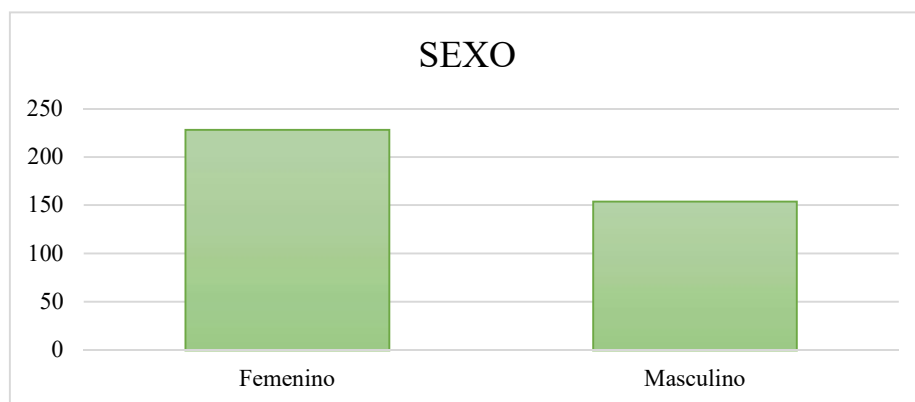
2. Sexo

Tabla 10

Sexo	Total
Femenino	228
Masculino	154

Elaborado por: Autora

Ilustración 2 SEXO



Elaborado por: Autora

Análisis: en la encuesta realizada a la población de la ciudad de Manta, entre 15 a 30 años de edad se puede observar que el sexo femenino predomina en las encuestas realizadas con un porcentaje del 60%.

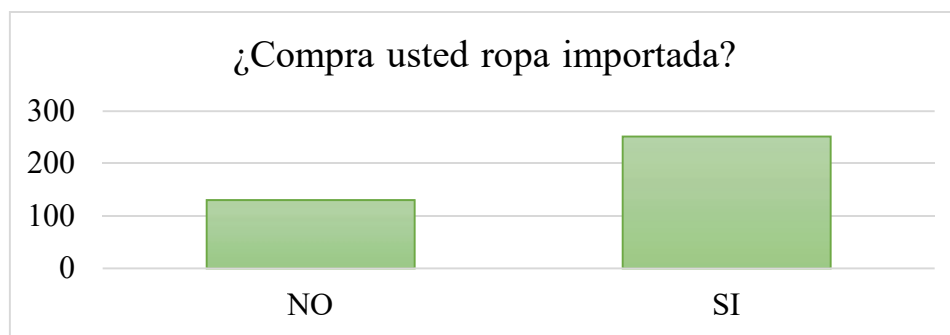
3. ¿Compra usted ropa importada?

Tabla 11

¿Compra usted ropa importada?	Total
NO	130
SI	252

Elaborado por: Autora

Ilustración 3



Elaborado por: Autora

Análisis: Se obtuvo como respuesta que el 66% de encuestados compran ropa importada.

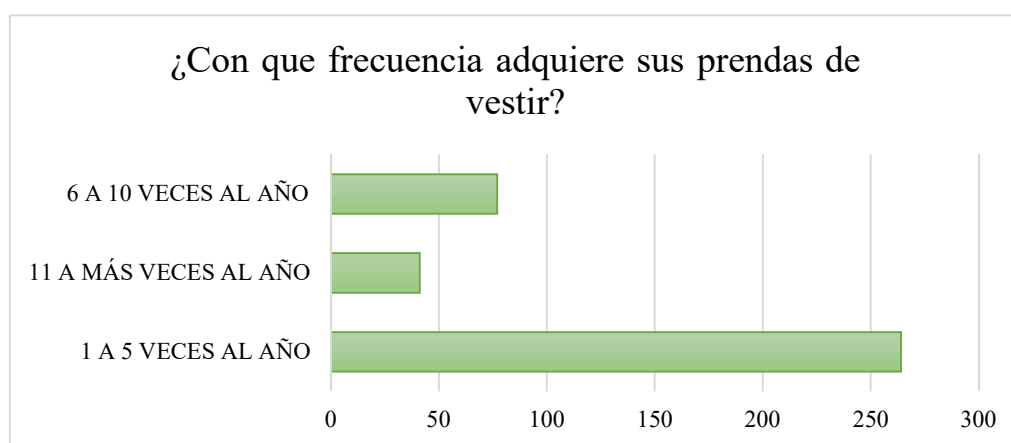
4. ¿Con que frecuencia adquiere sus prendas de vestir?

Tabla 12

¿Con que frecuencia adquiere sus prendas de vestir?	Total
1 a 5 veces al año	264
11 a más veces al año	41
6 a 10 veces al año	77

Elaborado por: Autora

Ilustración 4



Elaborado por: Autora

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada el 70% respondió que 1 a 5 veces al año realizan compras de prendas de vestir, luego el 20% respondió que de 6 a 10 veces en el año y por último el 11% respondió que realizan sus compras de 11 a más veces en el año.

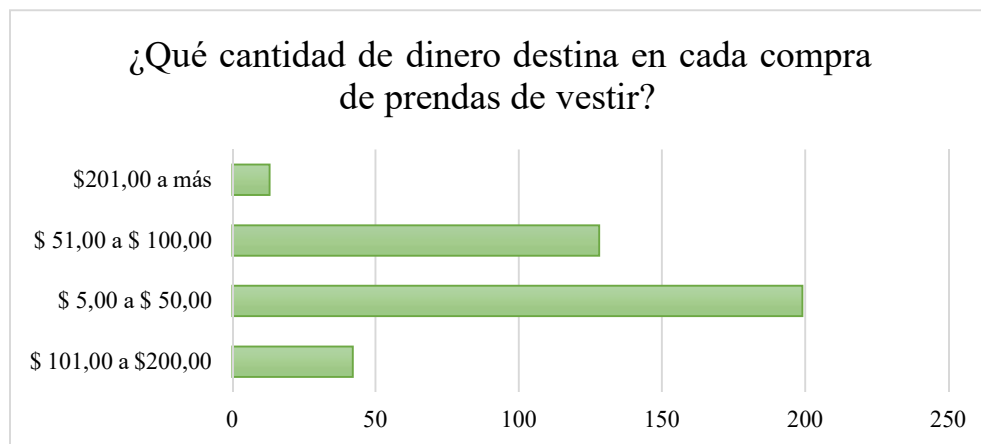
5. ¿Qué cantidad de dinero destina en cada compra de prendas de vestir?

Tabla 13

¿Qué cantidad de dinero destina en cada compra de prendas de vestir?	Total
\$ 101,00 a \$200,00	42
\$ 5,00 a \$ 50,00	199
\$ 51,00 a \$ 100,00	128
\$201,00 a más	13

Elaborado por: Autora

Ilustración 5



Elaborado por: Autora

Análisis: El 52% de los encuestados respondió que destinan de 5,00 a 50,00 dólares a sus compras de prendas de vestir, el 33% destina del 51,00 a 100,00 dólares mensuales a la compra de prendas de vestir, el 10% destina de 100,00 a 200, 00 mensuales a la compra de prendas de vestir.

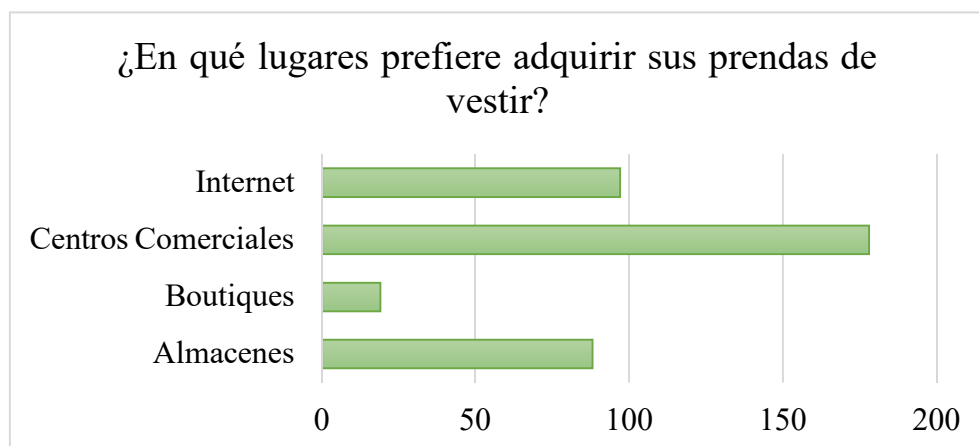
6. ¿En qué lugares prefiere adquirir sus prendas de vestir?

Tabla 14

¿En qué lugares prefiere adquirir sus prendas de vestir?	Total
Almacenes	88
Boutiques	19
Centros Comerciales	178
Internet	97

Elaborado por: Autora

Ilustración 6



Elaborado por: Autora

Análisis: El 46% de los encuestados respondió que prefieren realizar sus compras en centros comerciales, el 25% a través de internet y el 23% a través de almacenes.

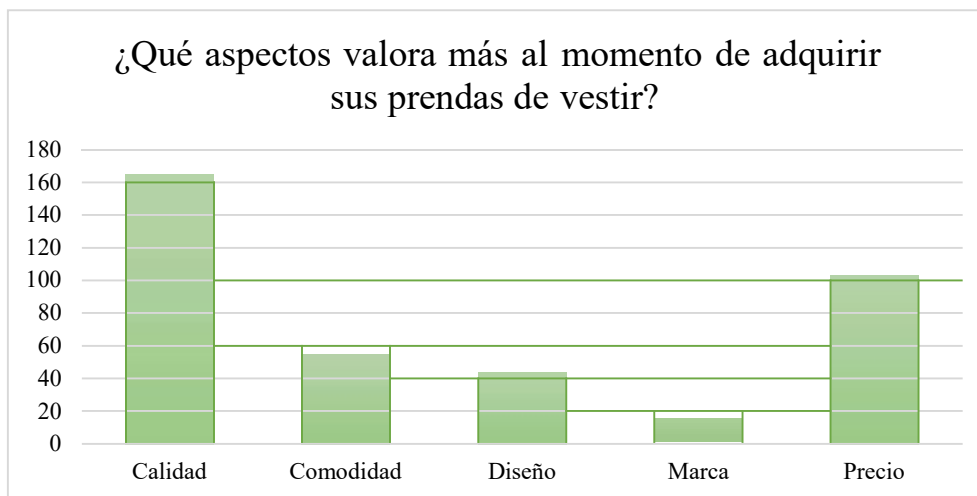
7. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?

Tabla 15

¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?	Total
Calidad	165
Comodidad	55
Diseño	44
Marca	15
Precio	103

Elaborado por: Autora

Ilustración 7



Elaborado por: Autora

Análisis: El 43% de los encuestados respondió que valoran más la calidad a la hora de elegir sus prendas, el 26% determinó que el precio es un factor importante y el 14% la comodidad.

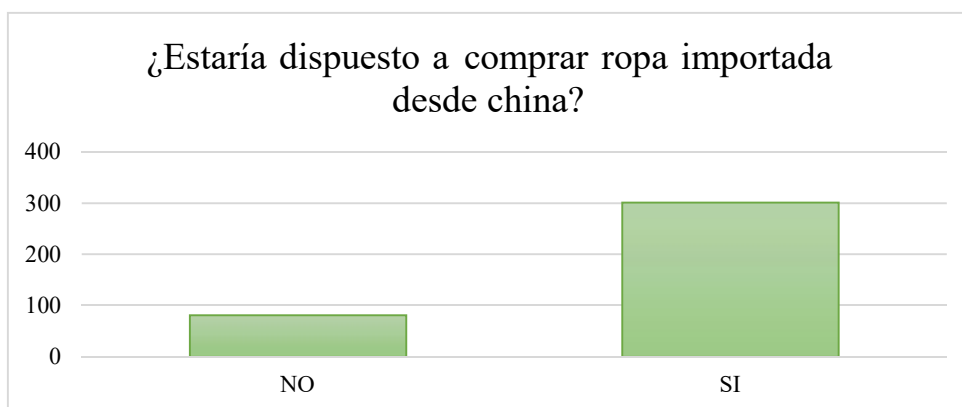
8. ¿Estaría dispuesto a comprar ropa importada desde china?

Tabla 16

¿Estaría dispuesto a comprar ropa importada desde china?	Total
NO	81
SI	301

Elaborado por: Autora

Ilustración 8



Elaborado por: Autora

Análisis: El 79% de los encuestados respondió que si estarían dispuestos a comprar ropa importada desde el país China, mientras que el 21% respondió que no.

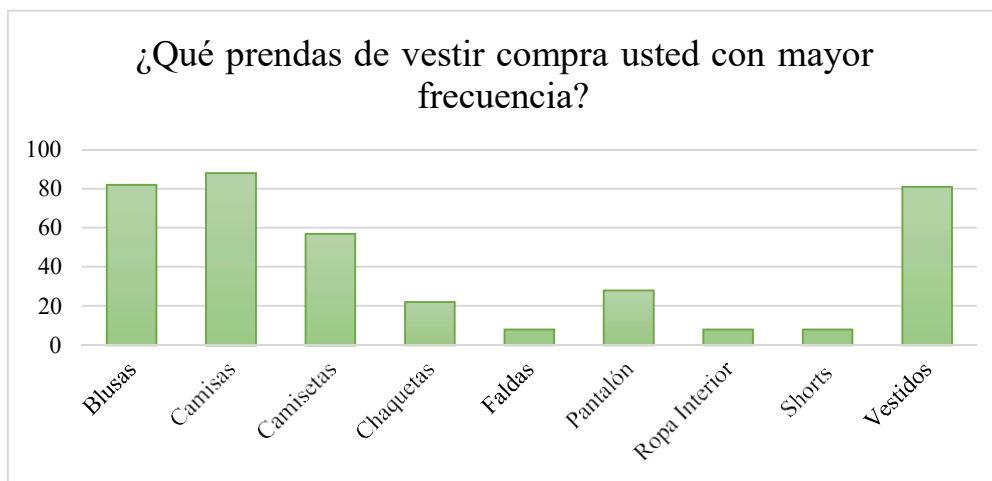
9. ¿Qué prendas de vestir compra usted con mayor frecuencia?

Tabla 17

¿Qué prendas de vestir compra usted con mayor frecuencia?	Total
Blusas	82
Camisas	88
Camisetas	57
Chaquetas	22
Faldas	8
Pantalón	28
Ropa Interior	8
Shorts	8
Vestidos	81

Elaborado por: Autora

Ilustración 9



Elaborado por: Autora

Análisis: El 23% de los encuestados respondió que compran con mayor frecuencia camisas, el 21% compran Blusas, seguido de los vestidos, el 14% de los encuestados respondió que compran camisetas, y el 0,07% pantalones respectivamente.

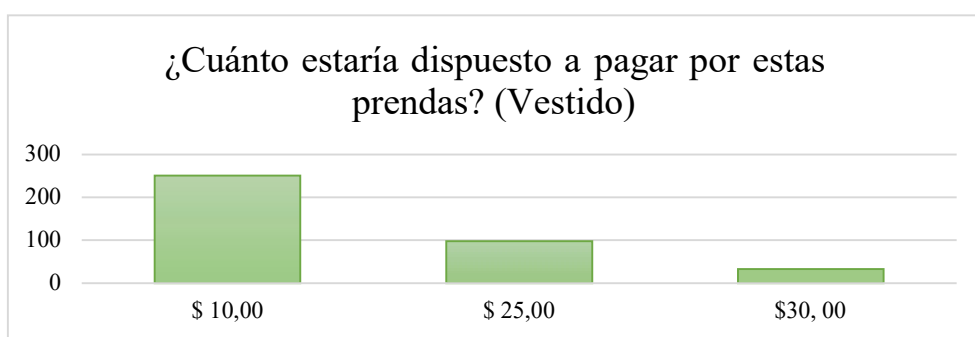
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas?

Tabla 18

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Vestido)	Total
\$ 10,00	251
\$ 25,00	98
\$30, 00	33

Elaborado por: Autora

Ilustración 10



Elaborado por: Autora

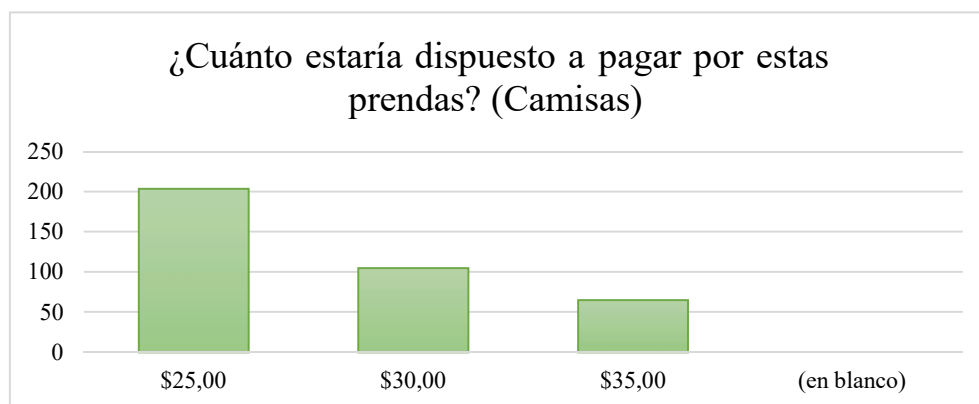
Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos el 65% respondió que está dispuesto a pagar por un vestido \$10,00; el 25% respondió que estaría dispuesto pagar \$25,00 y el 0,8% está dispuesto a pagar por un vestido \$30,00.

Tabla 19

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Camisas)	Total
\$10,00	229
\$13,00	112
\$17,00	37

Elaborado por: Autora

Ilustración 11



Elaborado por: Autora

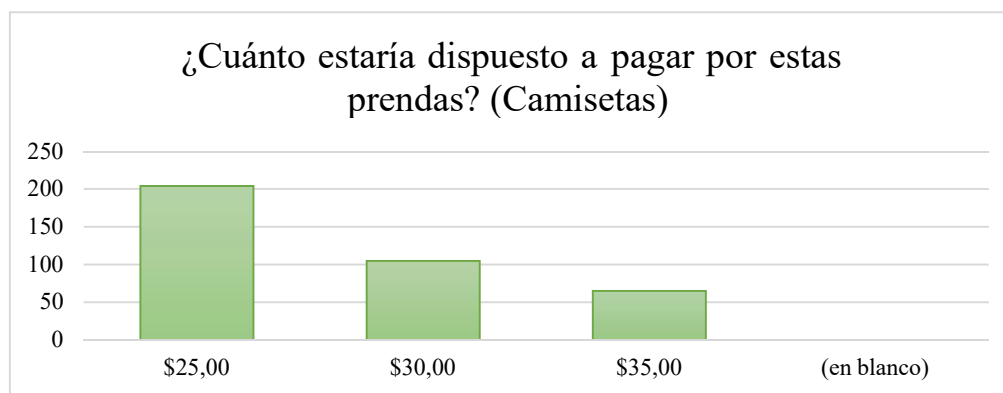
Análisis: El 60% de los encuestados respondió que estaban dispuestos a pagar por una camisa \$25,00; el 29% respondió que estaban dispuestos a pagar \$30,00 y el 0,9% estaría dispuesto a pagar \$35,00.

Tabla 20

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Camisetas)	Total
\$20,00	296
\$25,00	55
\$30,00	19

Elaborado por: Autora

Ilustración 12



Elaborado por: Autora

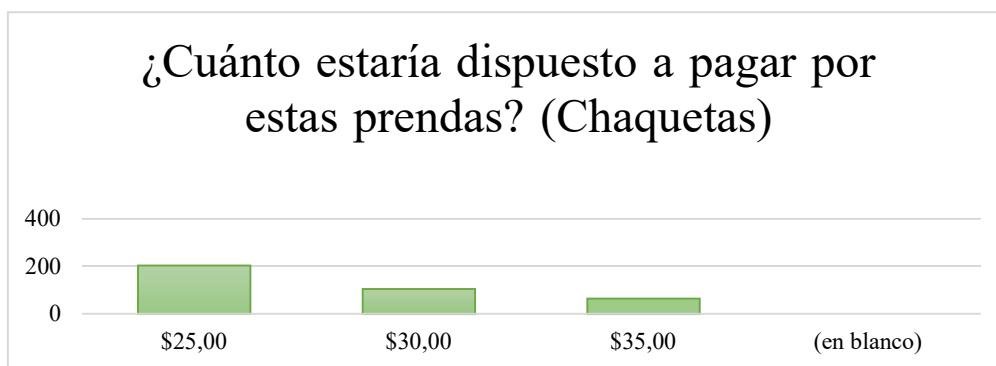
Análisis: las encuestas realizadas dieron como resultado que el 70% de encuestados están dispuestas a pagar \$25,00 por una camiseta, el 14% está dispuesto a pagar \$30,00 y el 0,4%, está dispuesto a pagar por \$35,00 por cada camisa.

Tabla 21

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Chaquetas)	Total
\$25,00	204
\$30,00	105
\$35,00	65

Elaborado por: Autora

Ilustración 13



Elaborado por: Autora

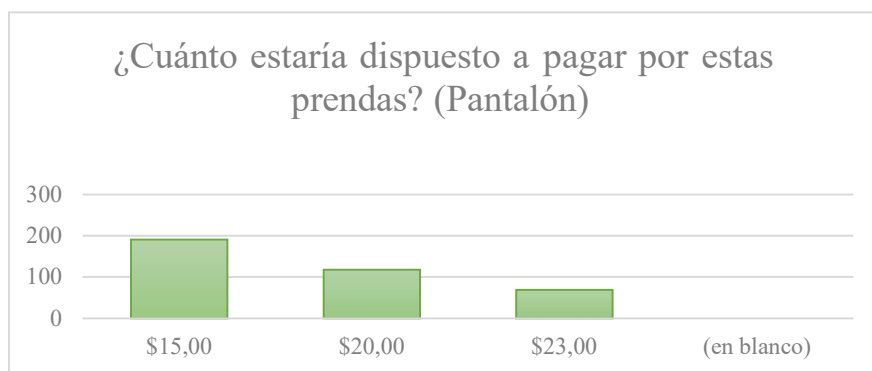
Análisis: El 53% respondió que están dispuestos a pagar por una chaqueta \$25,00, el 27% está dispuesto a pagar por una chaqueta \$30,00.

Tabla 22

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Pantalón)	Total
\$15,00	191
\$20,00	118
\$23,00	69

Elaborado por: Autora

Ilustración 14



Elaborado por: Autora

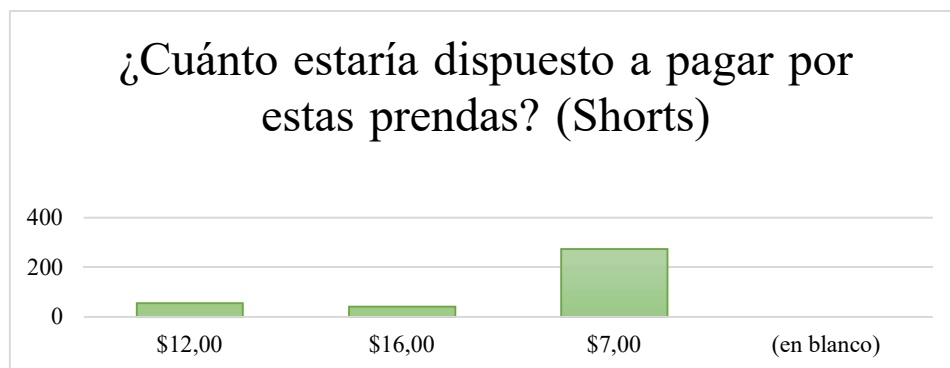
Análisis: el 50% de los encuestados respondió que están dispuestos a pagar \$15,00 por un pantalón de \$20,00 el 30% y el 18% respondió que estaría dispuesto a cancelar \$23,00.

Tabla 23

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Shorts)	Total
\$13,00	106
\$18,00	29
\$7,00	239

Elaborado por: Autora

Ilustración 15



Elaborado por: Autora

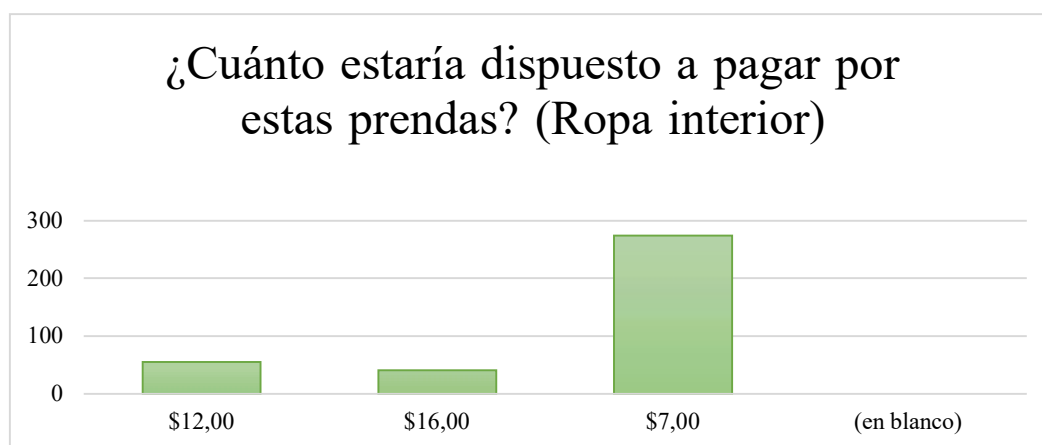
Análisis: el 63% de los encuestados respondió que están dispuestos a pagar \$7,00 por un Short, el 27% está dispuesto a cancelar por un short \$12,00 y el 0,7% respondió que estaría dispuesto a cancelar 16,00 por un short.

Tabla 24

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas? (Ropa Interior)	Total
\$12,00	55
\$16,00	41
\$7,00	274

Elaborado por: Autora

Ilustración 16



Elaborado por: Autora

Análisis: el 71% de los encuestados respondió que están dispuestos a pagar \$7,00 por ropa interior, el 14% está dispuesto a cancelar por opa interior \$12,00 y el 11% respondió que estaría dispuesto a cancelar 16,00 por ropa interior.

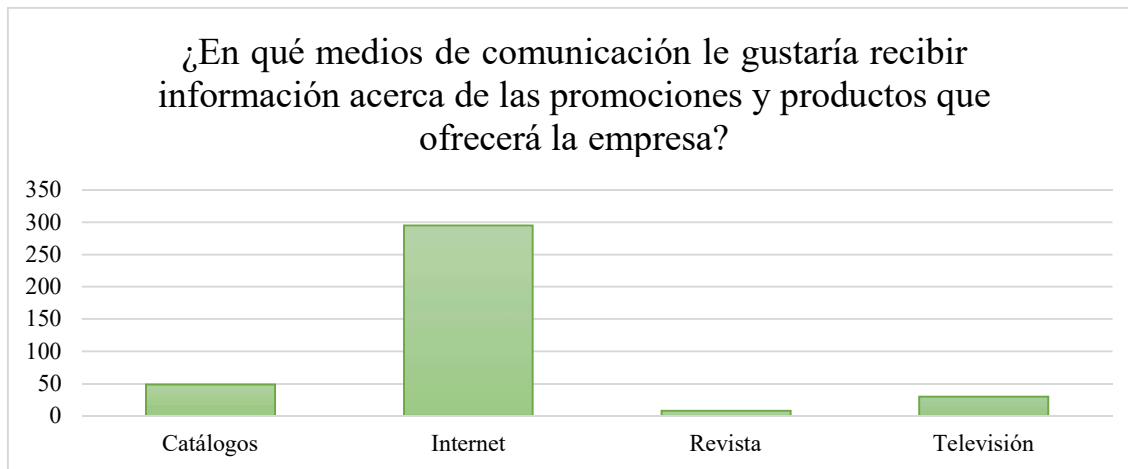
11. ¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de las promociones y productos que ofrecerá la empresa?

Tabla 25

¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de las promociones y productos que ofrecerá la empresa?	¿En qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de las promociones y productos que ofrecerá la empresa?
Catálogos	49
Internet	295
Revista	8
Televisión	30

Elaborado por: Autora

Ilustración 17



Elaborado por: Autora

Análisis: El 77% de los encuestados respondió que prefiere recibir las promociones y publicidad a través de internet, el 13% mediante catálogos y el 0,7% mediante televisión.

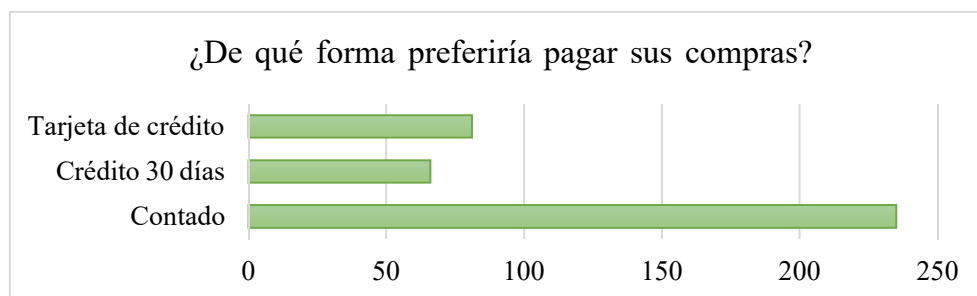
12. ¿De qué forma preferiría pagar sus compras?

Tabla 26

12. ¿De qué forma preferiría pagar sus compras?	Cuenta de 12. ¿De qué forma preferiría pagar sus compras?
Contado	235
Crédito 30 días	66
Tarjeta de crédito	81

Elaborado por: Autora

Ilustración 18



Elaborado por: Autora

Análisis: de acuerdo a las encuestas realizadas, los encuestados respondieron el 61% que prefieren para sus compras de prendas de vestir al contado, el 21% con tarjeta de crédito y el 17% prefiere solicitar crédito a 30 días.

2.2.3. Producto.

El proyecto comercializará los siguientes productos con la finalidad de satisfacer la demanda insatisfecha del mercado:

- Vestidos
- Blusas
- Camisas
- Camisetas
- Chaquetas
- Faldas

- Pantalón
- Shorts
- Ropa Interior

Los mismos que serán importados directamente desde China y que están en la última tendencia de la moda.

2.2.4. Precio.

Se ha realizado el respectivo análisis de mercado, se ha podido observar que los productos que a continuación se detallan cuentan con los siguientes precios:

Tabla 27 Precios referenciales de las prendas de vestir

Precios	De Prati	Etafashion
Vestido	\$ 49,99	\$ 45,99
Chaqueta	\$ 59,99	\$ 55,90
Camisa	\$ 35,99	\$ 35,09
Falda	\$ 35,99	\$ 35,99
Pantalón	\$ 39,99	\$ 42,99

Fuente: Ices (2021)

Elaborado por: Autor

2.2.5. Plaza o Distribución.

Según el levantamiento de información realizado a través de las encuestas, arrojaron como resultado que los consumidores tienen una alta preferencia por realizar sus compras en almacenes o Boutiques, la microempresa utilizará el canal de distribución directo, a través de una tienda física en la ciudad de Manta, que permita establecer contacto inmediato con los clientes debido a que esto permitirá poder asesorarlos y brindar una atención de calidad.

A la par se implementará una tienda virtual como un segundo canal de distribución para aquellos clientes que por temas de estudio o trabajo no puedan acercarse a la tienda física y puedan hacer sus compras desde la comodidad de sus hogares, y esto va a generar mucha satisfacción ya que se atiende a un mercado joven que está a la vanguardia de las tecnologías.

2.2.6. Promoción.

La estrategia a utilizar dentro del proyecto para poder captar y fidelizar a los clientes, es realizar descuentos según los volúmenes de compra que realice nuestro comprador o la forma de pago que utilice.

Las redes sociales son un gran aliado, se han convertido en parte de nuestra cotidianidad por lo que será un medio de comunicación eficaz y eficiente para poder promocionar y dar a conocer el producto.

2.2.7. Presupuesto de Marketing.

El presente proyecto contará con marketing el cual será tercerizado a través de la prestación de servicios con una agencia de marketing, para ello se cuenta con un presupuesto de \$150,0 mensuales representando \$1800,0 anuales.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO-ORGANIZACIONAL

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

Dentro de este capítulo se definen todos los recursos que van a necesitarse para poder ejecutar el proyecto de inversión para la venta de prendas de vestir, importadas desde China, en la ciudad de Manta, con la finalidad de cuidar los recursos y saberlos aprovechar de esta forma se cuida la inversión y el capital del proyecto generando una mayor rentabilidad.

3.1.1. Tamaño del Proyecto Capacidad de producción.

En cuanto al tamaño del proyecto este se definirá de acuerdo a la capacidad de venta y necesidades de la población estudiada y segmentada anteriormente, esto a través de la investigación realizada al mercado objetivo a través de la observación. El mercado que se atenderá corresponde a uno muy versátil por lo que es importante estar a la vanguardia siempre de la mano de la tecnología y las redes sociales.

De igual forma, los recursos financieros y la tecnología son un factor determinante del proyecto, sin embargo; se cuentan con recursos limitados para satisfacer las necesidades de un mercado.

3.1.2. Plan de producción

Vega (citado en Bohórquez, 2023) destaca el plan de producción como lo siguiente:

“Dentro del proceso productivo se lleva a cabo las operaciones de elaboración de un bien o servicio, identificando cada etapa importante para obtener el resultado deseado” (p.27).

El proceso productivo de cualquier organización representa un factor importante puesto que se establece una cadena desde el origen del producto hasta que el mismo genere un resultado favorable, es decir; que el producto final llegue a satisfacer al cliente.

En este apartado se detalla la planificación del proceso interno de producción, en este caso de importación y comercialización hasta que el producto llegue desde China hasta el consumidor final en excelentes condiciones.

1. Se realiza un pronóstico anual de las cantidades de prendas a vender.

Tabla 28 Pronóstico de unidades a Vender por año.

Periodo	2025	2026	2027	2028	2029
Vestidos	1.543	1.790	2.046	2.312	2.587
Blusas	1.122	1.302	1.488	1.681	1.999
Camisas	912	1.058	1.209	1.366	1.411
Camisetas	561	651	744	841	941
Chaquetas	491	570	651	736	823
Faldas	772	895	1.023	1.156	1.294
Pantalón	1.052	1.220	1.395	1.576	1.764
Shorts	351	407	465	525	588
Ropa Interior	210	244	279	315	353
TOTAL	7.015	8.136	9.301	10.509	11.761

Fuente: Autora.

2. Se realiza la negociación para la compra de las prendas de vestir con varios proveedores de China.
3. Se realiza la importación.
4. Se cuenta y se revisa la mercadería.
5. Se traslada la mercadería a bodega.
6. Se contabiliza, se revisa y se percha para poder venderla.

3.1.3. Localización

Para determinar la localización del proyecto se realizó un estudio de macro localización y micro localización, el objetivo es definir y analizar el mejor lugar para satisfacer las necesidades de un sector; contribuir con el empleo y recursos para un lugar en concreto.

3.1.3.1. *Macro Localización*

La microempresa estará localizada en la ciudad de Manta, ubicada en la provincia de Manabí, Ecuador.

Manta se caracteriza por estar en un lugar estratégico debido a que posee un gran puerto y es una localidad desarrollada gracias a su ubicación; en la ciudad existen múltiples industrias y el gran desarrollo comercial que día a día va en aumento, así mismo las actividades relacionadas al turismo han permitido el rápido crecimiento de la ciudad; por lo que existe un gran poder adquisitivo a la población que les permite comprar ropa y demás bienes (Gobierno de Manabí, 2023).

Ilustración 19 Mapa de Manta



Fuente: https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Manab%C3%AD_-_Manta.png

3.1.3.2. *Micro Localización*

Una vez definida la ubicación macro del proyecto, se procede a analizar la ubicación específica del mismo dentro de la urbe, a través de análisis de distintos factores económicos, físicos e infraestructura.

Cercanía del Mercado Objetivo

El mercado objetivo del presente proyecto es la población de 15-30 años de edad, por lo que en la ciudad podemos encontrar esta concentración de personas con estas características alrededor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, ya que los posibles clientes acuden desde distintos sitios a este sector con la finalidad de estudiar; adicional existen negocios y empresas cercanas para quienes trabajan, de la misma manera existe la facilidad de transporte todas la línea de buses pasan por esta parte de la ciudad.

Vías de acceso y transporte

La ciudad de Manta cuenta con distintos medios de transporte: público y privado. Todas las líneas de buses se dirigen hacia la ciudadela universitaria, especialmente a la universidad por la razón de que muchas personas vienen desde muy lejos a estudiar a la universidad. El estudio es un derecho gratuito y una herramienta fundamental para la sociedad, el Gad municipal se enfoca en que existan los medios para que la población pueda acceder a este servicio con ayuda de vías en buen estado y el transporte activo (Manta, 2023).

Desarrollo del Sector

En los alrededores de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se puede observar que existen múltiples negocios y locales comerciales, especialmente de alimentos, materiales y suministros electrónicos y de papelería, existen muy pocos locales comerciales enfocados a la

venta de prendas de vestir importadas aun cuando es fundamental debido a que los estudiantes necesitan de las prendas de vestir para poder asistir a sus clases.

Infraestructura y Servicios Básicos

De acuerdo a las investigaciones realizadas en el sector, se pudo observar que, al ser un sector concurrido de la ciudad, se encuentra con todos los servicios básicos necesarios y en los alrededores de la universidad existen locales en alquiler para poder montar la microempresa.

3.1.3.2.2. Plano de Micro Localización

El proyecto estará ubicado en la calle 12, en las afueras de la Universidad Laica Eloy Alfaro, a continuación, se muestra el plano de la ubicación:

Ilustración 20 Mapa de Micro localización



Fuente: Google Maps.

3.1.4. Ingeniería del Proyecto.

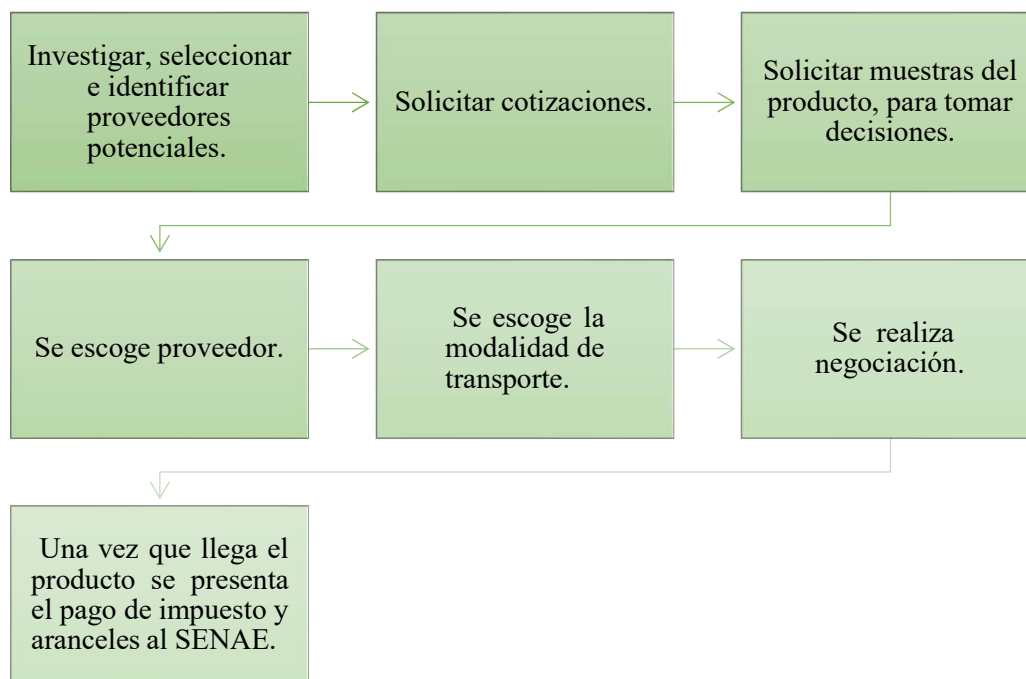
A continuación, se detalla el proceso que se aplicará para poder llevar el producto final al cliente, mediante distintos procesos que se aplicarán.

3.1.4.1. *Proceso de Importación*

Todo empieza con la importación del producto, en este caso las prendas de vestir desde el país de origen China, el proceso es el que a continuación se detalla:

1. Investigar, seleccionar e identificar proveedores potenciales a través de las distintas plataformas en línea o aquellas que estén a disposición, las cuales se deben verificar que sean confiables.
2. Solicitar cotizaciones con la finalidad de verificar precios, plazos de entrega, condiciones de pagos, entre otras características.
3. Consultar a cerca de la entrega de muestras para verificar que lo que se busca es lo indicado.
4. Se selecciona proveedor.
5. Determinar la modalidad de transporte que se ajuste a la necesidad de la importación a realizar.
6. Se realizan las negociaciones de compra.
7. Una vez que llega el producto al país se debe presentar el pago de impuestos y aranceles a cancelar por parte del importador los cuales serán presentado al SENA, para que se pueda liberar el producto. (Siatigroup, 2023, p.3)

Ilustración 21 Diagrama proceso de Importación



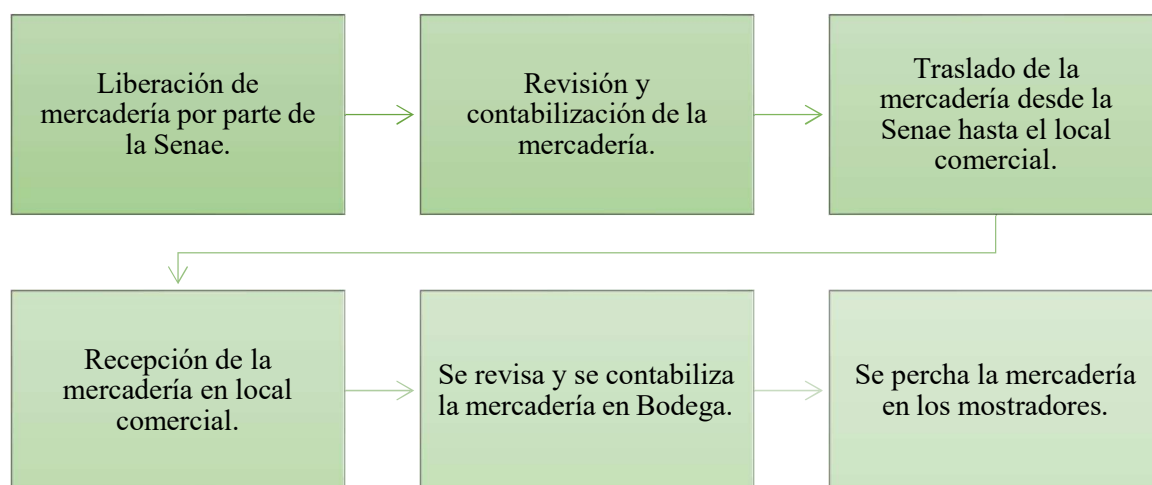
Elaborado por: Autora.

3.1.4.2. *Proceso de Transporte*

Una vez que la mercadería se encuentra en el país y ha sido liberada por el SENA E, se necesita realizar un subproceso que es la transportación hacia el lugar comercial, para poder entregarla a la última etapa que es el cliente.

1. Revisión y recepción de la mercadería.
2. Una vez que todo se encuentre correcto, se procede con el traslado de la mercadería, desde el SENA E hasta las Instalaciones del proyecto.
3. Se receipta la mercadería.
4. Se revisa que esta se encuentre en correcto estado.
5. Se percha la mercadería (Abad, 2009).

Ilustración 22 Diagrama de proceso de Transporte.



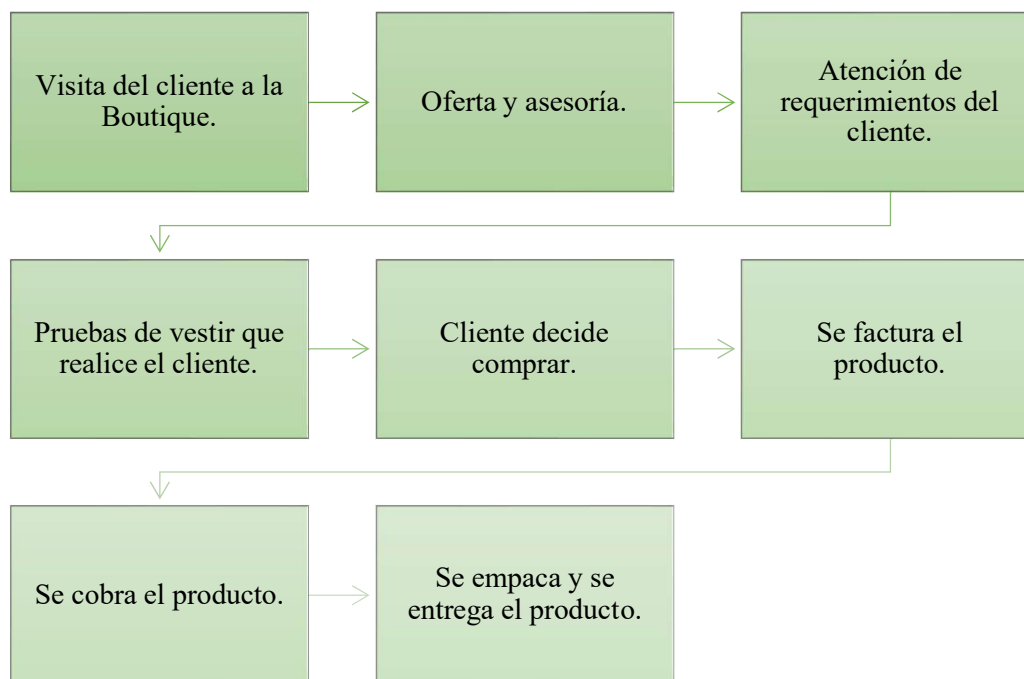
Elaborado por: Autora.

3.1.4.3. *Proceso de Comercialización*

Establecer el siguiente proceso, permitirá realizar las ventas del producto de forma eficiente con el objetivo de prestar un buen servicio al cliente.

1. Visita del cliente a la boutique.
2. Oferta y asesoría personalizada de las prendas.
3. Atención de requerimientos del cliente.
4. Verificación, pruebas de vestir que realice el cliente.
5. El cliente acepta la compra, se procede con la facturación.
6. Se recibe el cobro del producto vendido.
7. Se empaqueta el producto y se entrega (Abad, 2009).

Ilustración 23 Diagrama proceso de comercialización



Elaborado por: Autora.

3.1.5. Requerimiento de materia prima, insumos y materiales

Tabla 29 Unidades por importar Vestidos

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Vestidos	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	1.543	1.790	2.046	2.312	2.587
(+) Inv. Final PT	77	89	102	116	129
(-) Inv. Inicial PT		77	89	102	116
Unidades por importar	1.620	1.802	2.059	2.325	2.601

Elaborado por: Autora.

Tabla 30 Unidades por importar Blusas

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Blusas	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	1.122	1.302	1.488	1.681	1.999
(+) Inv. Final PT	56	65	74	84	100
(-) Inv. Inicial PT		56	65	74	84
Unidades por importar	1.179	1.311	1.497	1.691	2.015

Elaborado por: Autora.

Tabla 31 Unidades por importar Camisas

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Camisas	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	912	1.058	1.209	1.366	1.411
(+) Inv. Final PT	46	53	60	68	71
(-) Inv. Inicial PT		46	53	60	68
Unidades por importar	958	1.065	1.217	1.374	1.414

Elaborado por: Autora.

Tabla 32 Unidades por importar camisetas

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Camisas	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	912	1.058	1.209	1.366	1.411
(+) Inv. Final PT	46	53	60	68	71
(-) Inv. Inicial PT		46	53	60	68
Unidades por importar	958	1.065	1.217	1.374	1.414

Elaborado por: Autora.

Tabla 33 Unidades por importar Chaquetas

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Chaquetas	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	491	570	651	736	823
(+) Inv. Final PT	25	28	33	37	41
(-) Inv. Inicial PT		25	28	33	37
Unidades por importar	516	573	655	740	828

Elaborado por: Autora.

Tabla 34 Unidades por importar Faldas

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Faldas	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	772	895	1.023	1.156	1.294
(+) Inv. Final PT	39	45	51	58	65
(-) Inv. Inicial PT		39	45	51	58
Unidades por importar	810	901	1.029	1.163	1.301

Elaborado por: Autora.

Tabla 35 Unidades por importar pantalón

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Pantalón	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	1.052	1.220	1.395	1.576	1.764
(+) Inv. Final PT	53	61	70	79	88
(-) Inv. Inicial PT		53	61	70	79
Unidades por importar	1.105	1.229	1.404	1.585	1.773

Elaborado por: Autora.

Tabla 36 Unidades por importar Shorts

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Shorts	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	351	407	465	525	588
(+) Inv. Final PT	18	20	23	26	29
(-) Inv. Inicial PT		18	20	23	26
Unidades por importar	368	410	468	528	591

Elaborado por: Autora.

Tabla 37 Unidades por importar Ropa interior

CEDULAS PRESUPUESTARIAS: UNIDADES A VENDER POR AÑO					
Ropa Interior	2025	2026	2027	2028	2029
Unidades por vender	210	244	279	315	353
(+) Inv. Final PT	11	12	14	16	18
(-) Inv. Inicial PT		11	12	14	16
Unidades por importar	221	246	281	317	355

Elaborado por: Autora.

Tabla 38 Gastos

	Costo Mensual
Servicios Básicos	\$ 55,0
Arriendo	\$ 400,0
Marketing digital	\$ 150,0
Suministros de Oficina	\$ 20,0
Total	\$ 625,0

Elaborado por: Autora.

Tabla 39 Costos Indirectos

	Costo Mensual
Insumos	\$ 25,0
Transporte	\$ 150,0
Impuestos	5%

Elaborado por: Autora.

3.1.6. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta.

Tabla 40 Rol personal operativo

Cargo	Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	IESS	Sueldo Total a recibir
				11,15%	9,45%	
Cajero Vendedor	\$ 460,0	\$ 38,3	\$ 37,5	\$ 51,3	\$ 43,5	\$ 492,4
Bodeguero	\$ 460,0	\$ 38,3	\$ 37,5	\$ 51,3	\$ 43,5	\$ 492,4

Elaborado por: Autora

3.1.7. Requerimiento de activos fijos para área operativa.

A continuación se detallan los activos fijos requeridos en el área operativa:

Tabla 41 Activos Fijos para área operativa

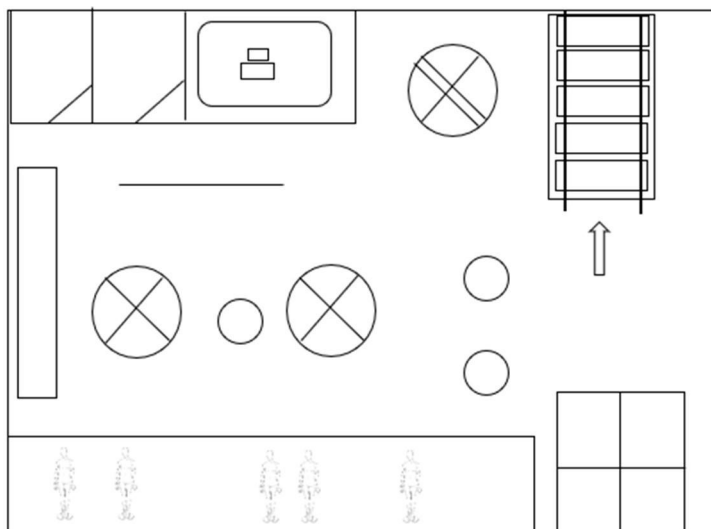
Cantidad	Descripción	Valor	Total
1	Computadoras	\$ 300,0	\$ 300,0
1	Lector de Barras	\$ 100,0	\$ 100,0
1	Impresora matricial	\$ 100,0	\$ 100,0
1	Teléfono	\$ 50,0	\$ 50,0
1	Caja registradora	\$ 150,0	\$ 150,0
2	Mesa	\$ 50,0	\$ 100,0
2	Silla	\$ 30,0	\$ 60,0
3	Sofá	\$ 100,0	\$ 300,0
10	Maniqués	\$ 30,0	\$ 300,0
2	Modulares	\$ 100,0	\$ 200,0
6	Percheros	\$ 45,0	\$ 270,0
500	Sujetadores	\$ 0,1	\$ 50,0
Total		\$ 1.055,1	\$ 1.980,0

Elaborado por: Autora

3.1.8. Distribución de Instalaciones (Layout).

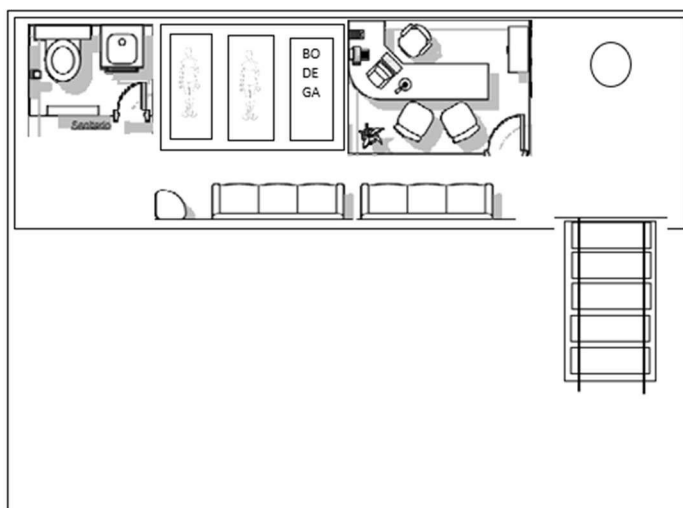
Las instalaciones de la planta se realizarán en un local de 20x20 m², contará con 2 vestidores, área de exhibición, caja y un área de Almacenamiento. Habrá un segundo piso, en donde se situará una oficina para el área administrativa y un baño.

Ilustración 24 Locación



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 25 Layout



Fuente: Elaboración propia

3.2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.2.1. Datos Generales de la Empresa.

La microempresa estará regida bajos los organismos reguladores que mantiene el país, por lo que será inscrita bajo los siguientes datos:

Nombre Comercial: *Fiorella's Boutique*

RUC:0804186427

Actividad: *G4641.21.-Venta al por mayor de prendas de vestir, incluida ropa deportiva.*

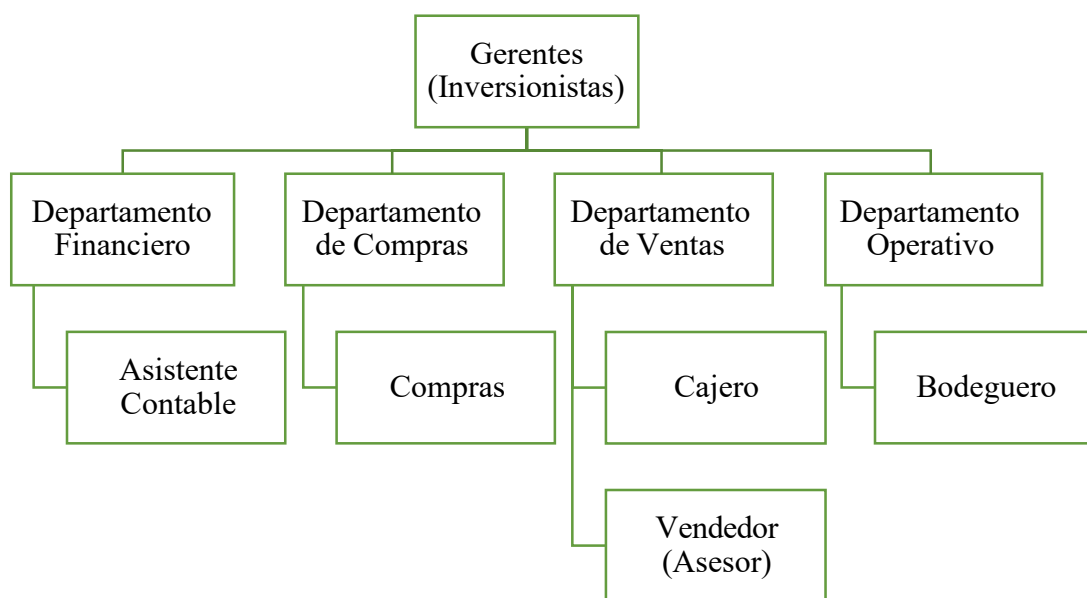
Representante Legal: *Fiorella Mero Espinal*

E-mail: *mero3cont@gmail.com*

Contacto: *0969996041*

3.2.2. Arquitectura Organizacional: Organigrama.

Ilustración 26 Organigrama de la empresa



Fuente: Autora

3.2.3. Distribución de Funciones y Responsabilidades

A continuación se detalla las funciones y responsabilidades de cada cargo:

Tabla 42 Responsabilidades y Funciones del personal

Nombre del Cargo	Misión del Cargo	Funciones	Perfil Requerido
Gerente	Velar por el buen funcionamiento de la empresa.	Tomar decisiones para el buen funcionamiento y crecimiento del negocio. Manejar un equipo de trabajo con la finalidad de llevarlos al cumplimiento del objetivo empresarial.	Titulo de tercer nivel en carreras como Administración, economía, Ing.Comercial o afines. Experiencia de 2 años en cargos similares.

Asistente Contable	Suministrar a la gerencia de informacion financiera util, a traves de registros contables para la correcta toma de decisiones.	Ingreso de facturas y retenciones. Registros contables. Elaborar y revisar estados financieros.	Título de tercer nivel en la carrera de Ing. En contabilidad. Experiencia mínima de 3 años en cargos similares. Conocimiento de las leyes tributarias del Ecuador. Conocimiento en ributacion y declaración de impuestos y aranceles.
Cajero		Atención al cliente. Servicio al cliente.	Cursando carreras comerciales o a fines. Experiencia mínima 6 meses.

Vendedor		Atención al cliente. Asesorar a los clientes. Percheo de prendas de vestir.	Cursando carreras comerciales o a fines. Experiencia mínima 6 meses. Conocimiento en técnicas de venta.
Bodeguero		Perchar las prendas de vestir. Verificar el inventario. Verificar el estado de las prendas.	Bachiller. Experiencia en manejo de bodega.

Fuente: Piedra (2012).

Elaborado por: Autora.

3.2.4. Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.

Entre los requerimientos de activos fijos para las áreas administrativas está lo siguiente:

Tabla 43 Requerimiento de Activos Fijos

Cantidad	Descripción	Valor	Total
3	Computadoras	\$ 300,0	\$ 900,0
1	Impresora multifunción	\$ 100,0	\$ 100,0
3	Escritorio	\$ 170,0	\$ 510,0
3	Sillas ejecutivas	\$ 95,0	\$ 285,0
2	Archivadores	\$ 75,0	\$ 150,0
2	Teléfonos	\$ 50,0	\$ 100,0
Total		\$ 790,0	\$ 2.045,0

Fuente: Autora.

3.2.5. Requerimiento de personal para áreas administrativas

Entre el requerimiento de personal para áreas administrativas se cuenta con los siguientes colaboradores:

Tabla 44 Requerimiento de personal administrativo

Cargo	Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	IESS	Sueldo Total a recibir
				11,15%	9,45%	
Administrador	\$ 500,0	\$ 41,7	\$ 37,5	\$ 55,8	\$ 47,3	\$ 531,9
Asistente Contable	\$ 460,0	\$ 38,3	\$ 37,5	\$ 51,3	\$ 43,5	\$ 492,4
Dpto. de Compras	\$ 460,0	\$ 38,3	\$ 37,5	\$ 51,3	\$ 43,5	\$ 492,4

Fuente: Autora.

3.3. ESTUDIO LEGAL

En el presente apartado se detallan los requerimientos legales necesarios para poder operar dentro del Ecuador y establece la microempresa.

La microempresa se va a constituir de manera unipersonal, es decir que no tendrá socios por lo que para poder establecerla se requieren: RUC, patente municipal y permisos del Cuerpo de bomberos.

RUC (Registro Único de Contribuyentes).

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI, 2023); para obtener un RUC, el titular debe acercarse al Servicio de Rentas con los siguientes requisitos:

- Cédula de Identidad
- Certificado de Votación
- Planilla de Servicio Básico

Permiso de Cuerpo de Bomberos.

Según el portal Único de Trámites ciudadanos (2023) para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de bomberos se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos
- Informe técnico de inspección favorable
- Copia del certificado de uso de suelo
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo (art.29 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)

- Lámparas de emergencias instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencias (art.21 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Letrero del ECU 911 (Norma de la secretaria de Gestión de Riesgos)

Patente Municipal.

Una vez obtenido los dos primeros permisos, se procede con el permiso de funcionamiento otorgado por el GAD municipal de la ciudad de Manta, por lo que los requisitos son los siguientes:

- Número de RUC.
- Declaración de impuesto a la renta
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.

El proceso se realiza mediante la página web del Gad municipal de Manta, con este último se podría constituir legalmente la microempresa (Manta, 2023).

Importación.

Para la importación de la mercadería desde China a Ecuador se deben obtener los siguientes requisitos, según la Cámara de Comercio Ecuador Shanghai China (2024):

- Obtener el RUC, ya sea como persona natural o jurídica.
- Obtener la firma electrónica.
- Registrarse en el Sistema ECUAPASS como importador a través de la web del SENAEC.
- Procesos de certificación a realizar de acuerdo a la clasificación del producto en la nomenclatura arancelaria.
- Contratar un seguro (parr. 7).

CAPÍTULO 4: ESTUDIO FINANCIERO

4. Horizonte De Tiempo Del Plan Financiero.

Para el presente proyecto, el horizonte de tiempo estimado para el respectivo análisis es de cinco años, además se espera recuperar la inversión durante el tiempo establecido; por esta razón se ha establecido una tasa de descuento del 30%, a la fecha del estudio se ha considerado el riesgo país de 1380 puntos y una tasa PYME de 1500 puntos; con la finalidad de evaluar la rentabilidad del proyecto y programar los resultados del mismo para una efectiva toma de decisiones a largo plazo.

4.1. Plan de Inversión.

La inversión total del proyecto es de \$10.800, por lo que el 80% de los recursos del proyecto seran obtenidos a través de financiamiento de parte de una institución financiera, mientras que el 20% restante será de inversión propia.

A continuación, se presenta el siguiente recuadro que detallan las inversiones a realizarse y los activos a adquirir para iniciar el proyecto:

Tabla 45 Inversión financiada

INVERSIÓN FINANCIADA	
Mercadería	\$ 3.960,00
Activo Fijo para Actividades Administrativas	\$ 2.045,00
Activo Fijo para actividades Operativas	\$ 1.980,00
Gastos de Puesta en Marcha	\$ 1.000,00
Caja	\$ 15,00
TOTAL	\$ 9.000,00

Fuente: Autora.

Tabla 46 Inversión propia

INVERSIÓN PROPIA	
Efectivo	\$ 90,00
Gastos Pre operativos	\$ 110,00
CIF	\$ 177,71
Gastos Servicios Básicos	\$ 625,00
Garantía Local	\$ 798,00
TOTAL	\$ 1.800,7

Fuente: Autora.

4.1.1. Flujo de Depreciaciones, Amortizaciones y Valor de Salvamento

Para el presente proyecto se utilizó el método de línea recta para las depreciaciones de activos fijos tanto para uso operativo como administrativo, utilizando un periodo de tiempo de cinco años debido a que es el tiempo propuesto para el presente caso de factibilidad.

En el caso de los muebles de oficina y equipos de oficina se consideró una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, en cambio para los equipos de computación se tomaron 3 años de vida útil y una depreciación del 33,33% anual.

Tabla 47 Depreciación de activos Fijos operativos

Detalle	Valor Inicial	Años	Depreciación	Valor Anual	2025	2026	2027	2028	2029	Valor Salvamento
Equipos de Computación	\$ 500,0	3,00	33%	166,65	166,7	166,7	166,7	166,7	166,7	-
Muebles de Oficina	\$ 1.280,0	10,00	10%	128,00	128,0	128,0	128,0	128,0	128,0	640,0
Equipos de Oficina	\$ 200,0	10,00	10%	20,00	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	100,0
Total	\$ 1.980,0				\$ 314,7	314,7	\$ 314,7	\$ 314,7	\$ 314,7	\$ 740,0

Fuente: Autora.

Tabla 48 Depreciación activos fijos administrativos

Detalle	Valor Inicial	Años	Depreciación	Valor Anual	2025	2026	2027	2028	2029	Valor Salvamento
Equipos de Computación	\$ 1.000,0	3,00	33%	333,30	333,3	333,3	333,3	333,3	333,3	-
Muebles de Oficina	\$ 1.045,0	10,00	10%	104,50	104,5	104,5	104,5	104,5	104,5	522,5
Total	\$ 2.045,0				\$ 437,8	\$ 437,8	\$ 437,8	\$ 437,8	\$ 437,8	\$ 522,5

Fuente: Autora.

4.2. Plan de Financiamiento.

Como se ha mencionado el 80% del proyecto será financiado a través de la Banca privada, este valor de inversión corresponde a \$9.000,0 dólares, por lo que el crédito será solicitado a Banco Pichincha el cual cuenta con una tasa preferencial del 15% destinado a Pequeñas y Medianas empresas (Productos PYMES) a un plazo de 5 años.

4.2.1. Tabla de Amortización

El sistema de amortización presentado es por el método de amortización francesa.

Tabla 49 Amortización

BANCO PICHINCHA CRÉDITO

Financiamiento	\$9.000	
Valor Total	\$9.000	
Total	\$9.000	
Plazo	5	AÑOS
M	12	MESES
Períodos	60	MENSUALES

Tasa de interés	15,00%
Interés a calcular	0,0125
Tasa Efectiva	0,0125
Pago	\$214,11
Seguro de desgravamen	
Otros gastos	\$ -

N	Capital inicial	Amortización	Interés	Renta	Saldo
1	\$ 9.000,0	\$ 101,6	\$ 112,5	\$ 214,1	\$ 8.898,4
2	\$ 8.898,4	\$ 102,9	\$ 111,2	\$ 214,1	\$ 8.795,5
3	\$ 8.795,5	\$ 104,2	\$ 109,9	\$ 214,1	\$ 8.691,3
4	\$ 8.691,3	\$ 105,5	\$ 108,6	\$ 214,1	\$ 8.585,9
5	\$ 8.585,9	\$ 106,8	\$ 107,3	\$ 214,1	\$ 8.479,1
6	\$ 8.479,1	\$ 108,1	\$ 106,0	\$ 214,1	\$ 8.371,0
7	\$ 8.371,0	\$ 109,5	\$ 104,6	\$ 214,1	\$ 8.261,5

8	\$	8.261,5	\$	110,8	\$	103,3	\$	214,1	\$	8.150,7
9	\$	8.150,7	\$	112,2	\$	101,9	\$	214,1	\$	8.038,4
10	\$	8.038,4	\$	113,6	\$	100,5	\$	214,1	\$	7.924,8
11	\$	7.924,8	\$	115,0	\$	99,1	\$	214,1	\$	7.809,8
12	\$	7.809,8	\$	116,5	\$	97,6	\$	214,1	\$	7.693,3
13	\$	7.693,3	\$	117,9	\$	96,2	\$	214,1	\$	7.575,3
14	\$	7.575,3	\$	119,4	\$	94,7	\$	214,1	\$	7.455,9
15	\$	7.455,9	\$	120,9	\$	93,2	\$	214,1	\$	7.335,0
16	\$	7.335,0	\$	122,4	\$	91,7	\$	214,1	\$	7.212,6
17	\$	7.212,6	\$	124,0	\$	90,2	\$	214,1	\$	7.088,6
18	\$	7.088,6	\$	125,5	\$	88,6	\$	214,1	\$	6.963,1
19	\$	6.963,1	\$	127,1	\$	87,0	\$	214,1	\$	6.836,0
20	\$	6.836,0	\$	128,7	\$	85,5	\$	214,1	\$	6.707,4
21	\$	6.707,4	\$	130,3	\$	83,8	\$	214,1	\$	6.577,1
22	\$	6.577,1	\$	131,9	\$	82,2	\$	214,1	\$	6.445,2
23	\$	6.445,2	\$	133,5	\$	80,6	\$	214,1	\$	6.311,7
24	\$	6.311,7	\$	135,2	\$	78,9	\$	214,1	\$	6.176,5
25	\$	6.176,5	\$	136,9	\$	77,2	\$	214,1	\$	6.039,6
26	\$	6.039,6	\$	138,6	\$	75,5	\$	214,1	\$	5.901,0
27	\$	5.901,0	\$	140,3	\$	73,8	\$	214,1	\$	5.760,6
28	\$	5.760,6	\$	142,1	\$	72,0	\$	214,1	\$	5.618,5
29	\$	5.618,5	\$	143,9	\$	70,2	\$	214,1	\$	5.474,6
30	\$	5.474,6	\$	145,7	\$	68,4	\$	214,1	\$	5.328,9
31	\$	5.328,9	\$	147,5	\$	66,6	\$	214,1	\$	5.181,5
32	\$	5.181,5	\$	149,3	\$	64,8	\$	214,1	\$	5.032,1
33	\$	5.032,1	\$	151,2	\$	62,9	\$	214,1	\$	4.880,9
34	\$	4.880,9	\$	153,1	\$	61,0	\$	214,1	\$	4.727,8
35	\$	4.727,8	\$	155,0	\$	59,1	\$	214,1	\$	4.572,8
36	\$	4.572,8	\$	156,9	\$	57,2	\$	214,1	\$	4.415,8
37	\$	4.415,8	\$	158,9	\$	55,2	\$	214,1	\$	4.256,9
38	\$	4.256,9	\$	160,9	\$	53,2	\$	214,1	\$	4.096,0
39	\$	4.096,0	\$	162,9	\$	51,2	\$	214,1	\$	3.933,1
40	\$	3.933,1	\$	164,9	\$	49,2	\$	214,1	\$	3.768,2
41	\$	3.768,2	\$	167,0	\$	47,1	\$	214,1	\$	3.601,2
42	\$	3.601,2	\$	169,1	\$	45,0	\$	214,1	\$	3.432,1
43	\$	3.432,1	\$	171,2	\$	42,9	\$	214,1	\$	3.260,9
44	\$	3.260,9	\$	173,3	\$	40,8	\$	214,1	\$	3.087,5
45	\$	3.087,5	\$	175,5	\$	38,6	\$	214,1	\$	2.912,0
46	\$	2.912,0	\$	177,7	\$	36,4	\$	214,1	\$	2.734,3

47	\$	2.734,3	\$	179,9	\$	34,2	\$	214,1	\$	2.554,4
48	\$	2.554,4	\$	182,2	\$	31,9	\$	214,1	\$	2.372,2
49	\$	2.372,2	\$	184,5	\$	29,7	\$	214,1	\$	2.187,7
50	\$	2.187,7	\$	186,8	\$	27,3	\$	214,1	\$	2.001,0
51	\$	2.001,0	\$	189,1	\$	25,0	\$	214,1	\$	1.811,9
52	\$	1.811,9	\$	191,5	\$	22,6	\$	214,1	\$	1.620,4
53	\$	1.620,4	\$	193,9	\$	20,3	\$	214,1	\$	1.426,6
54	\$	1.426,6	\$	196,3	\$	17,8	\$	214,1	\$	1.230,3
55	\$	1.230,3	\$	198,7	\$	15,4	\$	214,1	\$	1.031,5
56	\$	1.031,5	\$	201,2	\$	12,9	\$	214,1	\$	830,3
57	\$	830,3	\$	203,7	\$	10,4	\$	214,1	\$	626,6
58	\$	626,6	\$	206,3	\$	7,8	\$	214,1	\$	420,3
59	\$	420,3	\$	208,9	\$	5,3	\$	214,1	\$	211,5
60	\$	211,5	\$	211,5	\$	2,6	\$	214,1	\$	0,0

Fuente: Autora.

4.3. Proyecciones de Ingresos Operacionales.

Los ingresos del presente proyecto de factibilidad fueron pronosticados a través del modelo de mínimos cuadrados perfectos, tomando como referencia datos históricos de cinco años con respecto a la oferta y la demanda de prendas de vestir importadas en la ciudad de Manta, de esta manera se realizó el cálculo de la demanda insatisfecha; y se proyectaron los valores futuros para el horizonte de tiempo establecido.

Tabla 50 Pronóstico de la demanda insatisfecha en la ciudad de Manta

N	Año	Oferta De Prendas De Vestir En La Ciudad De Manta	Demanda Prendas De Vestir	Demanda Insatisfecha
1	2020	35627,1	87213,0	51585,9
2	2021	44516,1	88049,0	43533,0
3	2022	55622,8	85370,0	29747,0
4	2023	29737,0	74737,0	45000,0
5	2024	45218,0	90668,0	45450,0
6	2025			46767,7
7	2026			47858,9
8	2027			48950,2

9	2028			50041,5
10	2029			51132,8

Fuente: Autora.

Una vez calculada la demanda insatisfecha se estimó el 15% como capacidad operativa de la microempresa para satisfacer la demanda insatisfecha del mercado, y se estima que cada año ésta aumentará el 2%.

Tabla 51 Capacidad del proyecto

Periodo	2025	2026	2027	2028	2029
Demanda Insatisfecha	46.768	47.859	48.950	50.041	51.133
Capacidad del proyecto	15%	17%	19%	21%	23%
Total, capacidad	7.015	8.136	9.301	10.509	11.761

Fuente: Autora.

Para la proyección de los ingresos operacionales se tomó en cuenta la inflación anual del país la cual tiene un promedio de 1,48% anual, para el incremento de la producción de manera anual, se estimó un crecimiento del 2% y de la misma manera se tomó dicho porcentaje para el cálculo del precio.

Tabla 52 Precio unitario

PRECIO FINAL						
Periodo	2025	2026	2027	2028	2029	
Vestidos	\$ 19,8	\$ 20,2	\$ 20,6	\$ 21,0	\$ 21,5	
Blusas	\$ 11,5	\$ 11,7	\$ 12,0	\$ 12,2	\$ 12,4	
Camisas	\$ 10,4	\$ 10,6	\$ 10,8	\$ 11,0	\$ 11,2	
Camisetas	\$ 14,1	\$ 14,4	\$ 14,6	\$ 14,9	\$ 15,2	
Chaquetas	\$ 27,7	\$ 28,3	\$ 28,8	\$ 29,4	\$ 30,0	
Faldas	\$ 15,1	\$ 15,4	\$ 15,7	\$ 16,0	\$ 16,3	
Pantalón	\$ 19,1	\$ 19,5	\$ 19,9	\$ 20,3	\$ 20,7	
Shorts	\$ 10,4	\$ 10,6	\$ 10,8	\$ 11,0	\$ 11,2	
Ropa Interior	\$ 4,9	\$ 5,0	\$ 5,1	\$ 5,2	\$ 5,3	

Fuente: Autora.

Tabla 53 Unidades por vender por año

Periodo	2025	2026	2027	2028	2029
Vestidos	1.543	1.790	2.046	2.312	2.587
Blusas	1.122	1.302	1.488	1.681	1.999
Camisas	912	1.058	1.209	1.366	1.411
Camisetas	561	651	744	841	941
Chaquetas	491	570	651	736	823
Faldas	772	895	1.023	1.156	1.294
Pantalón	1.052	1.220	1.395	1.576	1.764
Shorts	351	407	465	525	588
Ropa Interior	210	244	279	315	353
TOTAL	7.015	8.136	9.301	10.509	11.761

Fuente: Autora.

Tabla 54 Ingresos por prendas anuales

Periodo	2025	2026	2027	2028	2029
Vestidos	\$ 30.595,6	\$ 36.193,8	\$ 42.201,8	\$ 48.637,6	\$ 55.520,1
Blusas	\$ 12.894,1	\$ 15.253,4	\$ 17.785,4	\$ 20.497,7	\$ 24.860,6
Camisas	\$ 9.461,1	\$ 11.192,3	\$ 13.050,1	\$ 15.040,3	\$ 15.847,9
Camisetas	\$ 7.897,3	\$ 9.342,3	\$ 10.893,1	\$ 12.554,3	\$ 14.330,8
Chaquetas	\$ 13.602,1	\$ 16.090,9	\$ 18.761,9	\$ 21.623,1	\$ 24.682,9
Faldas	\$ 11.651,7	\$ 13.783,6	\$ 16.071,6	\$ 18.522,6	\$ 21.143,6
Pantalón	\$ 20.148,6	\$ 23.835,2	\$ 27.791,8	\$ 32.030,0	\$ 36.562,5
Shorts	\$ 3.638,9	\$ 4.304,7	\$ 5.019,3	\$ 5.784,7	\$ 6.603,3
Ropa Interior	\$ 1.023,2	\$ 1.210,4	\$ 1.411,3	\$ 1.626,6	\$ 1.856,7

Fuente: Autora.

4.4. Proyecciones de costos y gastos operacionales.

Para la proyección de los costos y gastos anuales operacionales se tomó en consideración la proyección de la tasa de inflación anual del país, la cual fue citada de la página oficial del INEC, y se estimó para el cálculo de los distintos costos y gastos en los que incurre el negocio. A continuación, se presentan las tablas con las proyecciones realizadas:

Tabla 55 Proyección de la tasa de inflación anual Ecuador

N	Año	TASA INFLACIÓN ANUAL	PRONÓSTICO
1	2020	-0,34%	
2	2021	0,13%	
3	2022	3,47%	
4	2023	2,22%	
5	2024	1,37%	
6	2025	1,55%	1,55%
7	2026	1,46%	1,46%
8	2027	1,46%	1,46%
9	2028	1,46%	1,46%
10	2029	1,46%	1,46%

Fuente: INEC

Tabla 56 Proyección Gastos anuales

	Costo Mensual	Gastos anuales				
		2025	2026	2027	2028	2029
Servicios Básicos	\$ 55,0	\$660,0	\$ 660,0	\$ 660,0	\$ 660,0	\$669,7
Arriendo	\$400,0	\$4.800,0	\$ 4.870,1	\$ 4.941,2	\$ 5.013,3	\$5.086,5
Marketing digital	\$150,0	\$1.800,0	\$ 1.826,3	\$ 1.853,0	\$ 1.880,0	\$1.907,5
Suministros de Oficina	\$20,0	\$240,0	\$ 243,5	\$ 247,1	\$ 250,7	\$254,3
Total	\$625,0	\$7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$7.918,0

Fuente: Autora.

Tabla 57 Proyección de Costos Indirectos anuales

	Costo Mensual	Costo anual				
		2025	2026	2027	2028	2029
Insumos	\$25,0	\$304,7	\$309,1	\$313,6	\$318,2	\$322,8
Transporte	\$150,0	\$1.827,9	\$1.854,6	\$1.881,7	\$1.909,1	\$1.937,0
Impuestos	5%					
Total		\$2.132,6	\$2.163,7	\$2.195,3	\$2.227,3	\$2.259,8

Fuente: Autora.

Tabla 58 Pago de nómina anual proyectado

Cargo	Costo Mensual	Costo anual				
		2025	2026	2027	2028	2029
		1,55%	1,46%	1,46%	1,46%	1,46%
Administrador	\$ 634,9	\$ 7.737,1	\$ 7.850,1	\$ 7.964,7	\$ 8.081,0	\$ 8.198,9
Asistente Contable	\$ 587,1	\$ 7.154,7	\$ 7.259,1	\$ 7.365,1	\$ 7.472,7	\$ 7.581,8
Dpto. de Compras	\$ 587,1	\$ 7.154,7	\$ 7.259,1	\$ 7.365,1	\$ 7.472,7	\$ 7.581,8
Cajero Vendedor	\$ 587,1	\$ 7.154,7	\$ 7.259,1	\$ 7.365,1	\$ 7.472,7	\$ 7.581,8
Bodeguero	\$ 587,1	\$ 7.154,7	\$ 7.259,1	\$ 7.365,1	\$ 7.472,7	\$ 7.581,8
TOTAL	\$ 2.983,4	\$ 36.355,8	\$ 36.886,6	\$ 37.425,2	\$ 37.971,6	\$ 38.526,0

Fuente: Autora.

Vale recalcar que a medida que la importación de prendas aumenta, el costo de la misma disminuye, generándonos mejores márgenes de rentabilidad.

Tabla 59 Costo de las prendas a importar desde China

Periodo	2025	2026	2027	2028	2029
Vestidos	\$ 17.339,3	\$ 20.543,3	\$ 24.183,5	\$ 27.275,9	\$ 30.513,2
Blusas	\$ 5.539,2	\$ 7.076,2	\$ 8.603,5	\$ 9.690,7	\$ 11.548,9
Camisas	\$ 4.500,6	\$ 5.749,4	\$ 6.990,4	\$ 7.873,7	\$ 8.100,8
Camisetas	\$ 2.180,3	\$ 2.882,7	\$ 3.553,1	\$ 3.999,8	\$ 4.474,7
Chaquetas	\$ 8.095,1	\$ 9.403,7	\$ 10.970,3	\$ 12.377,9	\$ 13.846,8
Faldas	\$ 6.238,9	\$ 7.568,3	\$ 9.003,3	\$ 10.150,1	\$ 11.354,9
Pantalón	\$ 11.822,3	\$ 14.006,8	\$ 16.488,7	\$ 18.597,2	\$ 20.804,4
Shorts	\$ 1.731,0	\$ 2.211,3	\$ 2.688,6	\$ 3.028,3	\$ 3.387,9
Ropa Interior	\$ 265,2	\$ 466,6	\$ 630,5	\$ 707,2	\$ 791,3
TOTAL	\$ 57.711,9	\$ 69.908,5	\$ 83.111,9	\$ 93.700,8	\$ 104.822,9

Fuente: Autora.

4.5. Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

Tabla 60 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Estado De Pérdidas y Ganancias Proyectados					
	2025	2026	2027	2028	2029
Venta De Mercadería	\$110.912,6	\$131.206,7	\$ 152.986,3	\$ 176.316,9	\$ 201.408,4
Costo De Mercadería	\$ 60.597,5	\$ 73.403,9	\$ 87.267,5	\$ 98.385,8	\$ 110.064,0
Mano De Obra	\$ 12.461,2	\$ 12.643,1	\$ 12.827,7	\$ 13.015,0	\$ 13.205,0
Costos Indirectos	\$ 2.132,6	\$ 2.163,7	\$ 2.195,3	\$ 2.227,3	\$ 2.259,8
Utilidad Bruta	\$ 35.721,4	\$ 42.996,0	\$ 50.695,8	\$ 62.688,8	\$ 75.879,5
Gastos					
Gastos De Nómina Administrativa	\$ 22.046,5	\$ 22.368,3	\$ 22.694,9	\$ 23.026,3	\$ 23.362,4
Aportes Al IESS	\$ 3.130,9	\$ 3.130,9	\$ 3.130,9	\$ 3.130,9	\$ 3.130,9
Servicios Básicos	\$ 660,0	\$ 660,0	\$ 660,0	\$ 660,0	\$ 669,7
Gastos De Arriendo	\$ 4.800,0	\$ 4.870,1	\$ 4.941,2	\$ 5.013,3	\$ 5.086,5
Gastos De Publicidad	\$ 1.800,0	\$ 1.826,3	\$ 1.853,0	\$ 1.880,0	\$ 1.907,5
Gastos De Suministros De Oficina	\$ 240,0	\$ 243,5	\$ 247,1	\$ 250,7	\$ 254,3
Depreciación De Activos Fijos	\$ 752,5	\$ 752,5	\$ 752,5	\$ 752,5	\$ 752,5
Utilidad Operativa	\$ 2.291,4	\$ 9.144,3	\$ 16.416,2	\$ 27.975,1	\$ 40.715,7
Intereses	\$ 1.262,6	\$ 1.052,5	\$ 808,7	\$ 525,7	\$ 197,1
Utilidad Antes De Impuestos	\$ 1.028,9	\$ 8.091,8	\$ 15.607,5	\$ 27.449,4	\$ 40.518,5
Participación Trabajadores	\$ 154,3	\$ 1.213,8	\$ 2.341,1	\$ 4.117,4	\$ 6.077,8
Impuesto	\$ 17,5	\$ 137,6	\$ 265,3	\$ 466,6	\$ 688,8
Resultado Del Ejercicio	\$ 857,0	\$ 6.740,5	\$ 13.001,1	\$ 22.865,4	\$ 33.751,9

Fuente: Autora.

4.6. Balance General Proyectado.

Tabla 61 Balance General proyectado

Balance General Proyectado						
	Inicio	2025	2026	2027	2028	2029
Activo						
Activo Corriente						
Caja Y Banco	\$ 105,0	\$ 407,8	\$ 6.384,0	\$ 18.376,9	\$ 39.951,1	\$ 72.083,4
Otros Activos Corrientes		\$ 794,2	\$ 734,4	\$ 616,4	\$ 438,0	\$ 197,0
Inventario						
Mercadería	\$ 4.137,7	\$ 4.488,5	\$ 4.895,3	\$ 5.360,3	\$ 5.885,7	\$ 6.473,8
Total, Activo Corriente	\$ 4.242,7	\$ 5.690,5	\$ 12.013,7	\$ 24.353,6	\$ 46.274,9	\$ 78.754,1
Activo No Corriente						
Activo Fijo						
Activo Fijo Para Operación	\$ 1.980,0	\$ 1.665,3	\$ 1.350,7	\$ 1.036,0	\$ 721,3	\$ 406,7
Equipos De Computación	\$ 500,0	\$ 500,0	\$ 500,0	\$ 500,0	\$ 500,0	\$ 500,0
Equipos De Oficina	\$ 200,0	\$ 200,0	\$ 200,0	\$ 200,0	\$ 200,0	\$ 200,0
Muebles De Oficina	\$ 1.280,0	\$ 1.280,0	\$ 1.280,0	\$ 1.280,0	\$ 1.280,0	\$ 1.280,0
Depreciación		\$ -314,7	\$ -629,3	\$ -944,0	\$ -1.258,7	\$ -1.573,3
Activo Fijo Para Actividades Adm.	\$ 2.045,0	\$ 1.607,2	\$ 1.169,3	\$ 731,5	\$ 293,7	\$ -144,2
Equipos De Computación	\$ 1.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.000,0
Equipos Y Muebles De Oficina	\$ 1.045,0	\$ 1.045,0	\$ 1.045,0	\$ 1.045,0	\$ 1.045,0	\$ 1.045,0
Depreciación		\$ -437,8	\$ -875,7	\$ -1.313,5	\$ -1.751,3	\$ -2.189,2
Activos Diferidos	\$ 2.533,0	\$ 1.388,0	\$ 1.041,0	\$ 694,0	\$ 347,0	\$ -
Gastos De Puesta En Marcha	\$ 1.000,0	\$ 800,0	\$ 600,0	\$ 400,0	\$ 200,0	\$ -
Gastos Pre Operativos	\$ 110,0	\$ 88,0	\$ 66,0	\$ 44,0	\$ 22,0	\$ -
Gastos Servicios Básicos	\$ 625,0	\$ 500,0	\$ 375,0	\$ 250,0	\$ 125,0	\$ -

Garantía Local	\$ 798,0	\$ 638,4	\$ 478,8	\$ 319,2	\$ 159,6	\$ -
Total, De Activos	\$ 10.800,7	\$ 10.351,0	\$ 15.574,7	\$ 26.815,1	\$ 47.636,9	\$ 79.016,6

Pasivo						
Pasivo Corriente	\$ 1.306,7	\$ 1.516,8	\$ 1.760,6	\$ 2.043,7	\$ 2.372,2	\$ -
Obligaciones Financieras	\$ 1.306,7	\$ 1.516,8	\$ 1.760,6	\$ 2.043,7	\$ 2.372,2	
Cuentas Por Pagar						
Pasivo No Corriente	\$ 7.693,3	\$ 6.176,5	\$ 4.415,8	\$ 2.372,2	\$ -	\$ -
Amortización Del Crédito	\$ 7.693,3	\$ 6.176,5	\$ 4.415,8	\$ 2.372,2	\$ -	

Total, De Pasivo	\$ 9.000,0	\$ 7.693,3	\$ 6.176,5	\$ 4.415,8	\$ 2.372,2	\$ -
-------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------

Patrimonio						
Capital	\$ 1.800,7	\$ 1.800,7	\$ 1.800,7	\$ 1.800,7	\$ 1.800,7	\$ 1.800,7
Resultado Del Ejercicio		\$ 857,0	\$ 6.740,5	\$ 13.001,1	\$ 22.865,4	\$ 33.751,9
Utilidad Acumulada			\$ 857,0	\$ 7.597,5	\$ 20.598,6	\$ 43.464,0
Total, De Patrimonio	\$ 1.800,7	\$ 2.657,8	\$ 9.398,2	\$ 22.399,3	\$ 45.264,7	\$ 79.016,6

Total, Pasivo Y Patrimonio	\$ 10.800,7	\$ 10.351,0	\$ 15.574,7	\$ 26.815,1	\$ 47.636,9	\$ 79.016,6
-----------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Fuente: Autora.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN

5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1.1. Ratios Financieros Y Puntos De Equilibrio.

Tabla 62 Ratios financieros

INDICADORES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	Solvencia	3,25	3,75	6,82	11,92	19,51
	Prueba Ácida	0,08	0,79	4,04	9,29	17,03
Solvencia	Endeudamiento Del Activo	0,74	0,40	0,16	0,05	0,00
	Endeudamiento Patrimonial	2,89	0,66	0,20	0,05	0,00
	Endeudamiento Del Activo Fijo	0,81	3,73	12,67	44,60	*
	Apalancamiento	3,89	1,66	1,20	1,05	1,00
Gestión	Rotación De Ventas	10,72	8,42	5,71	3,70	2,55
	Impacto Gastos Administración Y Ventas	0,29	0,25	0,22	0,19	0,17
	Impacto De La Carga Financiera	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
Rentabilidad	Rentabilidad Neta Del Activo	0,08	0,43	0,48	0,48	0,43
	Rentabilidad Operacional Del Patrimonio	0,86	0,97	0,73	0,62	0,52
	Margen Operacional	0,02	0,07	0,11	0,16	0,20

Fuente: Autora.

Tabla 63 Punto de Equilibrio

Vestidos	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 19,8	\$ 20,2	\$ 20,6	\$ 21,0	\$ 21,5
Costos variables por unidad	\$ 13,9	\$ 13,9	\$ 14,0	\$ 13,8	\$ 13,7
Punto de equilibrio	1.261,1	1.196,9	1.166,9	1.084,0	1.020,3
Blusas	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 11,5	\$ 11,7	\$ 12,0	\$ 12,2	\$ 12,4
Costos variables por unidad	\$ 8,0	\$ 8,2	\$ 8,3	\$ 8,0	\$ 7,2
Punto de equilibrio	2.176,2	2.165,6	2.102,5	1.881,7	1.509,2
Camisas	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 10,4	\$ 10,6	\$ 10,8	\$ 11,0	\$ 11,2
Costos variables por unidad	\$ 7,3	\$ 7,5	\$ 7,7	\$ 7,5	\$ 7,3

Punto de equilibrio	2.409,8	2.488,3	2.478,3	2.225,1	2.036,8
Camisetas	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 14,1	\$ 14,4	\$ 14,6	\$ 14,9	\$ 15,2
Costos variables por unidad	\$ 9,9	\$ 10,7	\$ 11,2	\$ 11,0	\$ 10,8
Punto de equilibrio	1.776,6	2.067,8	2.216,6	1.967,1	1.797,6
Chaquetas	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 27,7	\$ 28,3	\$ 28,8	\$ 29,4	\$ 30,0
Costos variables por unidad	\$ 19,4	\$ 19,2	\$ 19,3	\$ 19,1	\$ 19,0
Punto de equilibrio	902,6	835,5	809,8	759,4	719,4
Faldas	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 15,1	\$ 15,4	\$ 15,7	\$ 16,0	\$ 16,3
Costos variables por unidad	\$ 10,6	\$ 10,7	\$ 10,9	\$ 10,7	\$ 10,5
Punto de equilibrio	1.655,7	1.616,3	1.586,7	1.457,8	1.362,2
Pantalón	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 19,1	\$ 19,5	\$ 19,9	\$ 20,3	\$ 20,7
Costos variables por unidad	\$ 13,4	\$ 13,5	\$ 13,7	\$ 13,5	\$ 13,4
Punto de equilibrio	1.305,7	1.251,2	1.229,5	1.145,7	1.080,6
Shorts	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 10,4	\$ 10,6	\$ 10,8	\$ 11,0	\$ 11,2
Costos variables por unidad	\$ 7,3	\$ 7,5	\$ 7,7	\$ 7,5	\$ 7,4
Punto de equilibrio	2.409,8	2.488,3	2.478,3	2.225,1	2.048,6
Ropa Interior	2025	2026	2027	2028	2029
Costo Fijo	\$ 7.500,1	\$ 7.599,9	\$ 7.701,2	\$ 7.804,1	\$ 7.918,0
Precio de venta por unidad	\$ 4,9	\$ 5,0	\$ 5,1	\$ 5,2	\$ 5,3
Costos variables por unidad	\$ 3,4	\$ 3,8	\$ 4,0	\$ 3,8	\$ 3,7
Punto de equilibrio	5.142,1	6.714,6	7.195,2	5.765,8	4.971,3

Fuente: Autora.

5.1.2. Flujos De Fondos Del Proyecto.

Tabla 64 Flujo de caja financiero proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Inicio	2025	2026	2027	2028	2029	TOTAL
INGRESOS						
INGRESOS OPERACIONALES						
<u>VENTAS</u>						
Vestidos	\$30.595,6	\$36.193,8	\$42.201,8	\$48.637,6	\$55.520,1	\$213.148,9
Blusas	\$12.894,1	\$15.253,4	\$17.785,4	\$20.497,7	\$24.860,6	\$91.291,3
Camisas	\$9.461,1	\$11.192,3	\$13.050,1	\$15.040,3	\$15.847,9	\$64.591,6
Camisetas	\$7.897,3	\$9.342,3	\$10.893,1	\$12.554,3	\$14.330,8	\$55.017,8
Chaquetas	\$13.602,1	\$16.090,9	\$18.761,9	\$21.623,1	\$24.682,9	\$94.760,8
Faldas	\$11.651,7	\$13.783,6	\$16.071,6	\$18.522,6	\$21.143,6	\$81.173,2
Pantalón	\$20.148,6	\$23.835,2	\$27.791,8	\$32.030,0	\$36.562,5	\$140.368,1
Shorts	\$3.638,9	\$4.304,7	\$5.019,3	\$5.784,7	\$6.603,3	\$25.350,9
Ropa Interior	\$1.023,2	\$1.210,4	\$1.411,3	\$1.626,6	\$1.856,7	\$7.128,3
Total, De Ingresos Operacionales	\$110.912,6	\$131.206,7	\$152.986,3	\$176.316,9	\$201.408,4	\$772.830,8
INGRESOS NO OPERATIVOS						
Otros ingresos	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0
Total, De Ingresos No Operacionales	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0
Total, De Ingresos	\$110.912,6	\$131.206,7	\$152.986,3	\$176.316,9	\$201.408,4	\$772.830,8
EGRESOS						
COSTOS						
<u>COMPRA</u>						
Vestidos	\$18.206,3	\$21.570,5	\$25.392,6	\$28.639,7	\$32.038,8	\$125.847,9
Blusas	\$5.816,1	\$7.430,0	\$9.033,7	\$10.175,2	\$12.126,3	\$44.581,4

Camisas	\$4.725,6	\$6.036,9	\$7.339,9	\$8.267,3	\$8.505,8	\$34.875,6
Camisetas	\$2.289,3	\$3.026,9	\$3.730,7	\$4.199,8	\$4.698,5	\$17.945,2
Chaquetas	\$8.499,9	\$9.873,9	\$11.518,8	\$12.996,8	\$14.539,2	\$57.428,6
Faldas	\$6.550,9	\$7.946,7	\$9.453,5	\$10.657,6	\$11.922,7	\$46.531,4
Pantalón	\$12.413,4	\$14.707,2	\$17.313,2	\$19.527,1	\$21.844,6	\$85.805,4
Shorts	\$1.817,5	\$2.321,9	\$2.823,0	\$3.179,7	\$3.557,3	\$13.699,5
Ropa Interior	\$278,4	\$490,0	\$662,0	\$742,6	\$830,9	\$3.003,9
TOTAL, DE COMPRAS	\$60.597,5	\$73.403,9	\$87.267,5	\$98.385,8	\$110.064,0	\$429.718,7
Mano de Obra Directa	\$12.461,2	\$12.643,1	\$12.827,7	\$13.015,0	\$13.205,0	\$64.151,9
Costos Indirectos	\$2.132,6	\$2.163,7	\$2.195,3	\$2.227,3	\$2.259,8	\$10.978,7
TOTAL, DE COSTOS	\$14.593,7	\$14.806,8	\$15.023,0	\$15.242,3	\$15.464,8	\$75.130,6
GASTOS						
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos de Nómina Administrativa	\$22.046,5	\$22.368,3	\$22.694,9	\$23.026,3	\$23.362,4	\$113.498,4
Aportes al IESS	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$15.654,6
Servicios Básicos	\$660,0	\$660,0	\$660,0	\$660,0	\$669,7	\$3.309,7
Gastos de Arriendo	\$4.800,0	\$4.870,1	\$4.941,2	\$5.013,3	\$5.086,5	\$24.711,2
Gastos de publicidad	\$1.800,0	\$1.826,3	\$1.853,0	\$1.880,0	\$1.907,5	\$9.266,7
Gastos de Suministros de oficina	\$240,0	\$243,5	\$247,1	\$250,7	\$254,3	\$1.235,6
TOTAL, DE GASTOS	\$32.677,4	\$33.099,2	\$33.527,1	\$33.961,2	\$34.411,4	\$167.676,3
TOTAL, DE EGRESO	\$107.868,6	\$121.309,9	\$135.817,6	\$147.589,4	\$159.940,2	\$672.525,6
FLUJO OPERATIVO	\$3.043,9	\$9.896,8	\$17.168,7	\$28.727,6	\$41.468,2	\$100.305,2
INVERSION PROPIA						
Efectivo	\$	90,0				
Gastos Pre operativos	\$	110,0				
CIF	\$	177,7				

Gastos Servicios Básicos	\$	625,0
Garantía Local	\$	798,0

Total, de Inversión	\$	1.800,7
----------------------------	----	---------

INVERSION FINANCIADA

Mercadería	\$	3.960,0
Activo Fijo para Actividades Administrativas	\$	2.045,0
Activo Fijo para actividades Operativas	\$	1.980,0
Gastos de Puesta en Marcha	\$	1.000,0
	\$	1
Banco		5,0

Total, Financiamiento	\$	9.000,0
------------------------------	----	---------

TOTAL	\$	10.800,7
--------------	----	----------

INGRESOS NO OPERATIVOS

Ingresos fondos propios	\$	1.800,7						
Ingresos por financiamiento	\$	9.000,0						
Total, Ingresos No Operativos	\$	10.800,7	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0

GASTOS FINANCIEROS

PAGO DE INTERESES

FINANCIAMIENTO	\$1.262,6	\$1.052,5	\$808,7	\$525,7	\$197,1	\$3.846,6
-----------------------	-----------	-----------	---------	---------	---------	-----------

TOTAL, DE GASTOS

FINANCIEROS	\$1.262,6	\$1.052,5	\$808,7	\$525,7	\$197,1	\$3.846,6
--------------------	-----------	-----------	---------	---------	---------	-----------

Participación de trabajadores	\$154,3	\$1.213,8	\$2.341,1	\$4.117,4	\$6.077,8	\$13.904,4
-------------------------------	---------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

IMPUESTO	\$17,5	\$137,6	\$265,3	\$466,6	\$688,8	\$1.575,8
----------	--------	---------	---------	---------	---------	-----------

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	\$1.306,7	\$1.516,8	\$1.760,6	\$2.043,7	\$2.372,2	\$9.000,0
--------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

FLUJO NO OPERATIVO			-\$2.741,1	-\$3.920,6	-\$5.175,8	-\$7.153,4	-\$9.335,9	-\$28.326,8
FLUJO DE CAJA NETO DE EFECTIVO			\$302,8	\$5.976,2	\$11.992,9	\$21.574,2	\$32.132,2	\$71.978,4
SALDO FINAL DE CAJA	\$	105,0	\$407,8	\$6.384,0	\$18.376,9	\$39.951,1	\$72.083,4	\$72.083,4

Fuente: Autora.

5.1.3. Costo Promedio Ponderado De Capital (WACC).

A continuación, se presenta el costo promedio ponderado de Capital, el cual se calculó a través de la siguiente Fórmula:

$$WACC = \%deuda * KD * (1 - T) + \%Equity * Ke \text{ (Barzola y Jong; 2023, p. 82)}$$

Tabla 65 WACC

KD	Costo De La Deuda Financiera	15%
Ke	Tasa De Rendimiento	30%
D	Deuda Financiera	\$ 9.000,0
E	Fondos Propios	\$ 1.800,7
T	Impuestos	2%

WACC	17%
-------------	------------

Fuente: Autora.

De acuerdo, a la fórmula empleada para los cálculos del WACC es del 17%, por lo que significa que es el costo que debe enfrentar la empresa al momento de realizar una inversión financiera, un WACC más bajo determina un menor costo de la deuda y es factible para que la microempresa realice futuras inversiones.

5.1.4. Evaluación Financiera Del Proyecto (VAN, TIR, PAY BACK).

Tabla 66 Evaluación financiera

Tasa De Descuento	30%
VAN	\$23.635,08
TIR FLUJO NETO	188%
Costo Beneficio	14,13
Payback	2

Fuente: Autora.

5.1.5. Análisis De Sensibilidad y/o Escenarios (Análisis De Riesgos Del Proyecto).

Tabla 67 Análisis de Sensibilidad

Vestido	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 22,0	\$ 15,0	\$ 19,4
Costos	\$ 10,0	\$ 18,0	\$ 13,5
Ventas	\$ 2.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.543,0
Blusas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 14,0	\$ 7,0	11,01
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	7,7
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 900,0	1122
Camisas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 12,0	\$ 6,0	9,9
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	6,9
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 500,0	911
Camisetas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 16,0	\$ 10,0	13,6
Costos	\$ 6,0	\$ 13,0	9,5
Ventas	\$ 800,0	\$ 250,0	561
Chaquetas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 30,0	\$ 23,0	27,2
Costos	\$ 10,0	\$ 22,0	19
Ventas	\$ 700,0	\$ 100,0	491
Faldas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 17,0	\$ 11,0	14,6
Costos	\$ 7,0	\$ 13,0	10,24
Ventas	\$ 1.000,0	\$ 450,0	771
Pantalón	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 21,0	\$ 15,0	18,8
Costos	\$ 10,0	\$ 16,0	13,1
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 700,0	1052
Shorts	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 15,0	\$ 6,0	9,9
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	6,9
Ventas	\$ 700,0	\$ 90,0	350
Ropa Interior	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 6,0	\$ 2,0	4,4

Costos	\$	1,0	\$	5,0	3
Ventas	\$	500,0	\$	90,0	210

Fuente: Autora.

Tabla 68 Análisis de sensibilidad Escenario

Resumen del escenario				
	Valores actuales:	PESIMISTA	OPTIMISTA	
Celdas cambiantes:				
Celdas de resultado:				
VAN	\$23.635,08	\$7.935,49	\$31.567,11	
TIR	188%	14%	365%	
C/B	14,13	6,51	21,00	

Fuente: Autora.

5.1.6. Análisis E Interpretación De Los Resultados De La Evaluación Financiera.

De acuerdo a los estados financieros y Flujos proyectados se ha podido interpretar los siguientes resultados:

Indicadores financieros

Líquidez:

Solvencia. – Según los resultados obtenidos se puede observar que la empresa contará con liquidez de manera significativa a través del tiempo lo cual le va a poder permitir cubrir sus obligaciones a corto, mediano y largo plazo.

Prueba ácida. – Los resultados obtenidos muestran que las ventas tendrán un crecimiento progresivo a lo largo del tiempo, lo cual va a sostener la liquidez de la empresa.

Solvencia:

Endeudamiento del activo. – El resultado del indicador demuestra que la empresa durante el primer año mantiene comprometido sus activos debido a que el

proyecto ha sido financiado, de la misma manera se observa que a largo plazo este indicador disminuye, determinando que se depende en menor medida de los acreedores y por ende se reduce el riesgo financiero.

Endeudamiento patrimonial. - El resultado obtenido muestra que durante el primer año el indicador es alto determinando que el patrimonio está comprometido en un 80%, ya que el proyecto ha sido financiado,

El indicador disminuye a largo plazo, determinando que el patrimonio queda menos comprometido con acreedores externos.

Apalancamiento. - El resultado obtenido demuestra que, a lo largo del tiempo, el proyecto puede financiar los activos, debido a que el indicador disminuye de manera progresiva, reduciendo así el riesgo financiero.

Gestión:

Rotación de ventas. – El resultado obtenido del indicador demuestra que los primeros años se han explotado de manera eficiente, a lo largo del tiempo el indicador disminuye por lo que se determina que hay una deficiencia en el uso de activos para la gestión de ventas.

Impacto gastos administrativos y ventas. – Se puede observar que el resultado del indicador en el horizonte de tiempo analizado mejora, es decir; que los gastos administrativos en relación de las ventas disminuyen de tal manera que la gestión es eficiente.

Impacto de la carga financiera. – El indicador demuestra que el proyecto maneja de manera eficiente los gastos financieros, debido a que el ratio disminuye con el paso del tiempo, lo que significa que es saludable.

Rentabilidad:

Rentabilidad neta del activo. - Los resultados del ratio determinan que el margen de rentabilidad sobre el activo genera fluctuaciones con el paso del tiempo, lo que significa que no se está explotando de manera eficiente los activos para generar un margen de rentabilidad considerable.

Rentabilidad del patrimonio. – Los resultados del ratio determinan una disminución a lo largo del tiempo, lo cual permite determinar que no se están generando las utilidades necesarias en relación con el patrimonio.

Margen operacional. – Según el resultado obtenido se puede observar que el indicador tiene un crecimiento constante durante el periodo de tiempo evaluado, demostrando así que hay desarrollo y eficiencia en la parte operativa en relación con las ventas.

WACC:

El costo promedio ponderado del capital es del 17%, por lo que se determina que la tasa de rendimiento es superior por lo que permite generar un mayor valor agregado para los interesados dentro del proyecto.

VAN, TIR y PAYBACK:

El presente proyecto cuenta con una inversión total de \$ 10.800, por lo que el 80% del recurso se obtiene mediante financiamiento a terceros y el 20% restante es dinero del inversionista, por lo que la tasa solicitada por el representante es del 30%, según lo indicado se ha podido determinar el valor actual neto el cual corresponde a \$23.635,08; lo que sugiere que; el proyecto es rentable en el horizonte de tiempo analizado debido a sus valores positivos, de igual manera se analiza la tasa interna de retorno la cual corresponde a 188%, lo que permite determinar que existe un rendimiento significativo argumentando que el proyecto es rentable en el tiempo estimado.

La inversión financiera se podrá recuperar dentro del segundo año en el que el proyecto esté en marcha, a partir del tercer año se podrá invertir en nuevas unidades económicas, que permitan mejorar la rentabilidad del proyecto.

5.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.2.1. Flujos De Fondos Económicos Del Proyecto.

Tabla 69 Flujo de caja económico proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Inicio	2025	2026	2027	2028	2029	TOTAL
INGRESOS						
<i>INGRESOS OPERACIONALES</i>						
<u>VENTAS</u>						
Vestidos	\$30.595,6	\$36.193,8	\$42.201,8	\$48.637,6	\$55.520,1	\$213.148,9
Blusas	\$12.894,1	\$15.253,4	\$17.785,4	\$20.497,7	\$24.860,6	\$91.291,3
Camisas	\$9.461,1	\$11.192,3	\$13.050,1	\$15.040,3	\$15.847,9	\$64.591,6
Camisetas	\$7.897,3	\$9.342,3	\$10.893,1	\$12.554,3	\$14.330,8	\$55.017,8
Chaquetas	\$13.602,1	\$16.090,9	\$18.761,9	\$21.623,1	\$24.682,9	\$94.760,8
Faldas	\$11.651,7	\$13.783,6	\$16.071,6	\$18.522,6	\$21.143,6	\$81.173,2
Pantalón	\$20.148,6	\$23.835,2	\$27.791,8	\$32.030,0	\$36.562,5	\$140.368,1
Shorts	\$3.638,9	\$4.304,7	\$5.019,3	\$5.784,7	\$6.603,3	\$25.350,9
Ropa Interior	\$1.023,2	\$1.210,4	\$1.411,3	\$1.626,6	\$1.856,7	\$7.128,3
<i>TOTAL, DE INGRESOS OPERACIONALES</i>	\$110.912,6	\$131.206,7	\$152.986,3	\$176.316,9	\$201.408,4	\$772.830,8
<i>INGRESOS NO OPERATIVOS</i>						
Otros ingresos	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0
<i>TOTAL, DE INGRESOS NO OPERACIONALES</i>	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0
TOTAL, DE INGRESOS	\$110.912,6	\$131.206,7	\$152.986,3	\$176.316,9	\$201.408,4	\$772.830,8

EGRESOS**COSTOS****COMPRA**

Vestidos	\$18.206,3	\$21.570,5	\$25.392,6	\$28.639,7	\$32.038,8	\$125.847,9
Blusas	\$5.816,1	\$7.430,0	\$9.033,7	\$10.175,2	\$12.126,3	\$44.581,4
Camisas	\$4.725,6	\$6.036,9	\$7.339,9	\$8.267,3	\$8.505,8	\$34.875,6
Camisetas	\$2.289,3	\$3.026,9	\$3.730,7	\$4.199,8	\$4.698,5	\$17.945,2
Chaquetas	\$8.499,9	\$9.873,9	\$11.518,8	\$12.996,8	\$14.539,2	\$57.428,6
Faldas	\$6.550,9	\$7.946,7	\$9.453,5	\$10.657,6	\$11.922,7	\$46.531,4
Pantalón	\$12.413,4	\$14.707,2	\$17.313,2	\$19.527,1	\$21.844,6	\$85.805,4
Shorts	\$1.817,5	\$2.321,9	\$2.823,0	\$3.179,7	\$3.557,3	\$13.699,5
Ropa Interior	\$278,4	\$490,0	\$662,0	\$742,6	\$830,9	\$3.003,9

TOTAL, DE COMPRAS	\$60.597,5	\$73.403,9	\$87.267,5	\$98.385,8	\$110.064,0	\$429.718,7
--------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------

Mano de Obra Directa	\$12.461,2	\$12.643,1	\$12.827,7	\$13.015,0	\$13.205,0	\$64.151,9
Costos Indirectos	\$2.132,6	\$2.163,7	\$2.195,3	\$2.227,3	\$2.259,8	\$10.978,7

TOTAL DE COSTOS	\$14.593,7	\$14.806,8	\$15.023,0	\$15.242,3	\$15.464,8	\$75.130,6
------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

GASTOS**GASTOS OPERACIONALES**

Gastos de Nómina Administrativa	\$22.046,5	\$22.368,3	\$22.694,9	\$23.026,3	\$23.362,4	\$113.498,4
Aportes al IESS	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$3.130,9	\$15.654,6
Servicios Básicos	\$660,0	\$660,0	\$660,0	\$660,0	\$669,7	\$3.309,7
Gastos de Arriendo	\$4.800,0	\$4.870,1	\$4.941,2	\$5.013,3	\$5.086,5	\$24.711,2
Gastos de publicidad	\$1.800,0	\$1.826,3	\$1.853,0	\$1.880,0	\$1.907,5	\$9.266,7
Gastos de Suministros de oficina	\$240,0	\$243,5	\$247,1	\$250,7	\$254,3	\$1.235,6

TOTAL, DE GASTOS	\$32.677,4	\$33.099,2	\$33.527,1	\$33.961,2	\$34.411,4	\$167.676,3
-------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------

TOTAL DE EGRESO	\$107.868,6	\$121.309,9	\$135.817,6	\$147.589,4	\$159.940,2	\$672.525,6
------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Participación de trabajadores	\$154,3	\$1.213,8	\$2.341,1	\$4.117,4	\$6.077,8	\$13.904,4
IMPUESTO	\$17,5	\$137,6	\$265,3	\$466,6	\$688,8	\$1.575,8
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	\$1.306,7	\$1.516,8	\$1.760,6	\$2.043,7	\$2.372,2	\$9.000,0
FLUJO NO OPERATIVO	-\$1.478,6	-\$2.868,1	-\$4.367,1	-\$6.627,7	-\$9.138,8	-\$24.480,3
FLUJO DE CAJA NETO DE EFECTIVO	\$1.565,4	\$7.028,7	\$12.801,6	\$22.099,9	\$32.329,4	\$75.824,9
SALDO FINAL DE CAJA	\$105,0	\$1.670,4	\$8.699,1	\$21.500,7	\$43.600,6	\$75.929,9

Fuente: Autora.

5.2.2. Evaluación económica del proyecto (VAN, TIR, PAY BAACK).

A continuación, se presenta la evaluación económica del presente proyecto:

Tabla 70 Evaluación económicas

TASA DE DESCUENTO	30%
VAN	\$16.834,31
TIR FLUJO NETO	70%
COSTO BENEFICO	2,56
PAYBACK	2

Fuente: Autora.

5.2.3. Analisis de sensibilidad y/o escenarios.

Tabla 71 Escenarios de sensibilidad

Vestido	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 22,0	\$ 15,0	\$ 19,4
Costos	\$ 10,0	\$ 18,0	\$ 13,5
Ventas	\$ 2.000,0	\$ 1.000,0	\$ 1.543,0
Blusas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 14,0	\$ 7,0	11,01
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	7,7
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 900,0	1122
Camisas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 12,0	\$ 6,0	9,9
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	6,9
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 500,0	911
Camisetas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 16,0	\$ 10,0	13,6
Costos	\$ 6,0	\$ 13,0	9,5
Ventas	\$ 800,0	\$ 250,0	561
Chaquetas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 30,0	\$ 23,0	27,2
Costos	\$ 10,0	\$ 22,0	19
Ventas	\$ 700,0	\$ 100,0	491
Faldas	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 17,0	\$ 11,0	14,6
Costos	\$ 7,0	\$ 13,0	10,24
Ventas	\$ 1.000,0	\$ 450,0	771

Pantalón	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 21,0	\$ 15,0	18,8
Costos	\$ 10,0	\$ 16,0	13,1
Ventas	\$ 1.500,0	\$ 700,0	1052
Shorts	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 15,0	\$ 6,0	9,9
Costos	\$ 3,0	\$ 10,0	6,9
Ventas	\$ 700,0	\$ 90,0	350
Ropa Interior	Optimista	Pesimista	Actual
Precio	\$ 6,0	\$ 2,0	4,4
Costos	\$ 1,0	\$ 5,0	3
Ventas	\$ 500,0	\$ 90,0	210

Fuente: Autora.

Tabla 72 Análisis de Sensibilidad

Resumen del escenario	Valores actuales:		
	OPTIMISTA	PESIMISTA	
Celdas cambiantes:			
Celdas de resultado:			
VAN	\$16.834,31	\$21.397,11	\$1.680,65
TIR	70%	198%	1%
C/B	2,56	1,00 *	

Fuente: Autora.

5.2.4. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación económica.

Los resultados obtenidos del análisis económico realizado al proyecto es el siguiente:

Se pudo determinar que el Valor actual neto (VAN) de la inversión es \$ 16.834,31 positivos, por lo que se determina que el proyecto generará beneficios económicos netos.

De igual manera, se analiza la Tasa Interna de Retorno (TIR) la cual arroja como resultado el 70%, siendo factible para el proyecto debido a que la tasa esperada por el inversionista es del 30%.

El Payback que determina el periodo de recuperación de la inversión, arroja un resultado de aproximadamente una recuperación de dos años, por lo que el valor invertido se recuperará en el segundo año siendo esto factible para el proyecto.

5.3. EVALUACIÓN AMBIENTAL.

5.3.1. Identificación del impacto ambiental.

La evaluación ambiental es importante dentro del análisis de cualquier proyecto debido a las externalidades negativas pueden generar al medio ambiente, por lo que se han identificado cual es el impacto del presente proyecto evaluado, las cuales se presentan a continuación:

Tabla 73 Impacto ambiental

Etapa	Aspectos	Impacto
Proceso de importación	Consumo De Energía Eléctrica	Contribución Al Cambio Climático
Proceso de transporte	Consumo de combustibles	Generación de gases efecto invernadero
	Emisión de gases	Contaminación Atmosférica
	Generación de ruido	Aumento en los niveles de ruido
Proceso de almacenamiento de Producto	Consumo De Energía Eléctrica	Contribución Al Cambio Climático
Proceso de Comercialización y venta	Consumo De Energía Eléctrica	Contaminación Atmosférica

Fuente: Autora.

5.3.2. Plan de manejo ambiental.

Al conocer el impacto que genera el proyecto al medio ambiente, es importante de la misma manera generar un plan para poder mitigar o reducir el impacto causado, de esta manera estamos siendo responsables con la sociedad y el ambiente, de esta manera promulgamos nuestros valores de ética y respeto, manteniendo una imagen integra hacia nuestros consumidores.

Optimización energética: Se crearán medidas para consumir la energía eléctrica de manera eficiente en las instalaciones durante la jornada laboral, para ello se implementarán capacitaciones al personal de concientización del uso de los equipos y la iluminación. De la misma manera se implementarán equipos e iluminación moderna para reducir este aspecto.

Consumo de combustibles, emisión de gases y generación de ruido: Se crearán políticas de contratación, debido a que este proceso es tercerizado, en la que se evaluarán las medidas ambientales que tome la empresa proveedora con sus vehículos para reducir el impacto ambiental, desde los mantenimientos para reducir el aporte de smog, capacitaciones a los conductores para el uso del claxon, entre otras medidas; de esta manera garantizamos que se reciba un servicio eficiente y que nuestro aliado sea responsable y mantenga valores éticos con la sociedad y medio ambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad se puede concluir lo siguiente:

Se realizó un estudio de mercado en la ciudad de Manta, en el que se pudo identificar que existe una alta demanda por parte de los consumidores a las prendas de vestir importadas, esto se pudo evidenciar en el gasto que destinan las familias a la compra de vestimenta y a través de la recopilación de información a través de una encuesta realizada a una muestra de 382 personas.

Se identificaron las preferencias y necesidades de los consumidores de la ciudad de Manta, a través de una encuesta realizada a 382 personas en los que se identificó que las mujeres son las principales consumidoras de prendas de vestir quienes compran en mayor proporción blusas y vestidos, especialmente en las fechas festivas que tiene la ciudad.

Se elaboró un estudio técnico en el cual se pudo determinar que el proyecto atenderá el 15% de la demanda insatisfecha, además se determinó que la microempresa estará ubicada en la calle 12, en las afueras de la Universidad Laica Eloy Alfaro.

Se elaboró un análisis financiero con un horizonte de 5 años, en el cual se determinó que el proyecto es factible debido a que la inversión se recupera el primer año de operatividad, el Valor actual neto corresponde a \$ 23.635,0 y cuenta con una Tasa Interna de retorno del a 188%, lo que permite determinar que existe un rendimiento significativo a la tasa solicitada por el inversionista del proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que periódicamente se ejecuten estudios de mercados en la ciudad de Manta, con la finalidad que se pueda estar a la vanguardia de los cambios y preferencias del consumidor y de esta manera se puedan implementar y desarrollar nuevas estrategias para atraer y fidelizar clientes.

Se recomienda realizar campañas masivas a través de las redes sociales para mantener y atraer nuevos clientes especialmente a los jóvenes y de esta manera posicionar la marca.

Se recomienda que las importaciones de las prendas se realicen en un mayor volumen, de esta manera se disminuyen los costos y se hace más atractivo el precio para los consumidores.

Para finalizar se recomienda que se ejecute el proyecto con financiamiento adecuado, esto va a otorgarle un respaldo financiero al inversionista, además que la Tasa Interna de retorno es significativa lo que permite recuperar de manera más rápida la inversión con mayores rendimientos.

BIBLIOGRAFIA

Abad, V. (2009). Estudio para la creación de una importadora y comercializadora de Ropa Femenina Ubicada En La Zona Sur Del Distrito Metropolitano De Quito (Tesis de pregrado, Escuela Politécnica del Ejército, Quito, Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/1145/1/T-ESPE-021695.pdf>

Aguilar, S.(2023). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud en Tabasco. Redalyc.org. (11), 333-338. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2024). Suscripción del Tratado de Libre Comercio con China: Una oportunidad para Ecuador. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/suscripcion-del-tratado-de-libre-comercio-con-china-una-gran-oportunidad-para-ecuador>

Banco Central del Ecuador. (2023). La economía ecuatoriana Registró un crecimiento interanual de 0,7% en el primer trimestre de 2023. Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-interanual-de-0-7-en-el-primer-trimestre-de-2023>

Banco Central del Ecuador. (2023). Boletín de Cifras Comercio Exterior junio 2023. Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/06/VFBoletinComercioExteriorJunio2023.pdf>

Barzola, C. y Jong, I. (2023). Plan de negocios propuesto para la creación de la microempresa de tejidos a mano y crochet: “Mona’s Hand-Knitted”. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Recuperado de <http://doi.org/10.19083/tesis/648650>

Bdex. (2023). Población Manta Ecuador. Recuperado de <https://bdeex.com/es-ec/naselenie/ecuador/manta/>

Bohórquez, K. (2023). Plan de negocio para la creación de una microempresa de ropa en la ciudadela Kennedy norte de la ciudad de Guayaquil, año 2022. (Tesis de pregrado, universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena, Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9295/1/UPSE-TAE-2023-0030.pdf>

Cámara de Comercio Ecuador Shanghai China. (2024). Como importar e China a Ecuador. Recuperado de <https://camaraecuadorshanghai.com/como-importar-de-china-a-ecuador/>

Cámara de Industrias y Producción. (2023). ¿Cómo está la economía actualmente y cómo se proyecta hasta finales de año? Recuperado de <https://www.cip.org.ec/2023/07/11/como-esta-la-economia-actualmente-y-como-se-proyecta-hasta-finales-de-ano/#:~:text=Industrias%20y%20Producci%C3%B3n,%C2%BFC%C3%B3mo%20est%C3%A1%20la%20econom%C3%ADa%20actualmente%20y%20c%C3%B3mo,proyecta%20hasta%20finales%20de%20a%C3%B1o%3F&text=El%20primer%20trimestre%20de%202023,disminuci%C3%B3n%20del%203%2C4%25.>

Forever 21. (2023). Forever 21. Recuperado de <https://forever21.com.ar/sobre-nosotros.>

Gobierno de Manabí. (2023). Gobierno de Manabí desarrollo y equidad. Recuperado de <https://www.manabi.gob.ec/sitio2020/cantones/manta>

Google Maps. (2023). Recuperado de <https://www.google.com/maps/@-0.9540197,-80.7458169,17z?authuser=0&entry=ttu>

ICEX. (2021). El mercado de la moda y calzado en Ecuador. Recuperado de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/096/documentos/2022/01/documentos-anexos/DOC2022897602.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2024). Fascículo provincial Manabí. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2023). Canasta Básica familiar. Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/#:~:text=La%20Canasta%20Familiar%20B%C3%A1sica%20\(CFB,ganan%20la%20remuneraci%C3%B3n%20b%C3%A1sica%20unificada.](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/#:~:text=La%20Canasta%20Familiar%20B%C3%A1sica%20(CFB,ganan%20la%20remuneraci%C3%B3n%20b%C3%A1sica%20unificada.)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2023). Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>

Jurevicius, O. (2013). *Strategic Management Insight*. Obtenido de <https://strategicmanagementinsight.com/tools/pest-pestel-analysis.html>

Líderes. (2023). La competencia para los textileros ecuatorianos aumenta. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html>

Ludeña, A., Serdán, K., y Romero, O. (2022). Estudio de oferta y demanda para una asociación de Producción textil y costura. *Economía y Negocios*, 13, 119-132. Recuperado de <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios/article/view/917/801>

Manta. (2023). Portal ciudadano. Recuperado de <https://manta.gob.ec/>

Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. (2023). Lo que debes saber del Acuerdo comercial Ecuador-China. Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Preguntas-Frecuentes.pdf>

Piedra, M. (2012). Estudio para la creación de una empresa comercializadora de prendas y artículos infantiles (para niños de 0-10 años) ubicada en el sector de Solanda, Sur de Quito (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica del Ejercito, Quito, Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5398>

Portal ciudadano Manta. (2023). Trámites ciudadanos. Recuperado de <https://manta.gob.ec/requisitos/>

Primicias. (agosto 2023). El riesgo país del Ecuador bordea los 2000 puntos. Primicias. Recuperado de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-incertidumbre-petroleo-elecciones/>

Primicias. (Julio 2023). Gobierno endurece los controles para ropa importada. Primicias. Recuperado de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ropa-importacion-controles-aduana-subvaloracion/>

Portal Único de Trámites Ciudadanos. (2023). Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos. Recuperado de <https://www.gob.ec/gadgae/tramites/permiso-funcionamiento-cuerpo-bomberos-gobierno-autonomo-descentralizado-municipal-general-antonio-elizalde-bucay>

Revista Gestión. (2023). El sector textil un puntal en la industria que quiere levantarse. Recuperado de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/el-sector-textil-un-puntal-de-la-industria-que-busca-levantarse/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2023). Como ser Importador. Recuperado de <https://www.importacionesecuador.com.ec/diccionario/servicio-nacional-de-aduana-del-ecuador>

Servicio de Rentas Internas. (2023). Registro Único de Contribuyentes. Recuperado de <https://www.sri.gob.ec/ruc-personas-naturales#inscripci%C3%B3n>

SiatiGroup. (1-jun-2023). ¿Cómo importar desde China a Ecuador? Recuperado de <https://siatigroup.com/como-importar-desde-china-a-ecuador/>

Super Éxito. (2023). Super Éxito. recuperado de <https://superexito.com.ec/nosotros/>

Superintendencia de Compañías. (2023). Empresas Sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Recuperado de <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>

UNAM. (2019). El estudio técnico. Recuperado de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Valdiviezo, A., Siluk, J. y Michelin, C. (2022). Análisis prospectivo estratégico del sector textil productivo ecuatoriano para incrementar la competitividad en las exportaciones. Revista Sigma 09(2),12-24. doi: <https://doi.org/10.24133/sigma.v9i02.2827>

Villegas, E., Gladys, O., Fernández, V. y Mendoza, J. (2019). Elasticidades de corto y largo plazo en las importaciones de Ecuador. Redalyc.org 15(2), 217-231. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/280/28059953017/html/Vogue>.

(2023). Vogue modapedia. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/tommy-hilfiger/167>

Zara. (2023). Zara. Recuperado de <https://www.zara.com/ec/es/z-compania-corp1391.html>