



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

Estudio de prefactibilidad financiera de la creación de una microempresa comercializadora de una nueva marca de ropa de mujer “KEVBELL”, en el cantón Naranjal, provincia del Guayas.

Autor: Guachún Púa María Belén

Tutor: Ing. Alberto Alvarado

Guayaquil-Ecuador

2021

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:

Páginas:

INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
INDICE DE FIGURAS	X
INDICE DE CUADROS	XI
CAPITULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Ubicación del problema en un contexto	2
<i>Situación conflicto</i>	4
<i>Delimitación del problema</i>	5
<i>Formulación del problema</i>	5
<i>Variables de la investigación</i>	5
<i>Evaluación del problema</i>	5
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	6
<i>Objetivo general</i>	6
<i>Objetivos específicos</i>	7
<i>Justificación de la investigación</i>	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÒRICO	9
FUNTAMENTACIÓN TEORICA	9
<i>Antecedentes históricos</i>	9
<i>Antecedentes referenciales</i>	10
<i>Objetivos de la contabilidad financiera</i>	11
<i>Estados financieros</i>	11
<i>Factores financieros</i>	12
<i>Información financiera</i>	13
<i>Viabilidad</i>	13
<i>Estudio de prefactibilidad</i>	14
<i>Estudio de factibilidad</i>	14
COMPONENTES DE UN ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD.	15

INDICADORES FINANCIEROS	18
<i>Fundamentación Legal</i>	19
<i>Variables de la investigación</i>	20
DEFINICIONES CONCEPTUALES	21
CAPITULO III.....	26
MARCO METODOLÓGICO.....	26
<i>Presentación de la empresa</i>	26
Misión	26
Visión	26
Organigrama de la microempresa	27
FODA de la microempresa	28
DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	30
TIPOS DE INVESTIGACION	30
TECNICAS DE INVESTIGACION.....	35
CAPITULO V	41
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	41
Presentación de los resultados encuesta	41
Resultados de la Entrevista	52
Resultado del estado financiero.....	55
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA	67
ANEXOS.....	69

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Relación entre elementos de un proyecto de inversión.	15
Figura 2. Logo de la microempresa	27
Figura 3. Foda.....	28
Figura 4. Edad de clientas	42
Figura 5 resultado de la pregunta 2	43
Figura 6. Gastos en ropa	44
Figura 7 preferencia de pago.....	45
Figura 8 etiqueta y envoltorio.....	46
Figura 9 preferencias	47
Figura 10. Propaganda	48
Figura12. Marcas nacionales.....	50
Figura13. Asistencia a evento.....	51

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Organigrama	27
Cuadro 2. Nivel de confianza	34
Cuadro 3. Edad de las encuestadas	42
Cuadro 4. Frecuencia	43
Cuadro 5. Gastos en ropa.....	44
Cuadro 6. Preferencia de pago	45
Cuadro 7. Etiqueta y envoltorio.....	46
Cuadro 8. Preferencias	47
Cuadro 9. Propaganda.....	48
Cuadro 10. Producto.....	49
Cuadro 11. Marcas nacionales	50
Cuadro 12. Asistencia a evento	51
Cuadro 13. Activos de la empresa	56
Cuadro 14. Depreciación de activos	57
Cuadro 15. Inversión requerida.....	57
Cuadro 16. Financiamiento a necesitar	57
Cuadro 17. Cuadro de información de préstamo	58
Cuadro 18. Cuadro de resumen de tabla de amortización.....	58
Cuadro 19. Proyecciones de ventas	59
<u>C</u> uadro 20. Cuadro de gastos en servicios básicos	60
Cuadro 21. Gastos de alquiler del local	60
Cuadro 22. Gastos de publicidad.....	60
Cuadro 23. Gastos administrativos	61
Cuadro 24. Proyección de gastos de publicidad	61
Cuadro 25. Cuadro del estado de resultado proyectado a 5 años	62
Cuadro 26. Presupuesto de efectivo.....	63
Cuadro 27. Flujo de efectivo neto proyectado.	64
Cuadro 28. Cálculo del van.....	64
Cuadro 29. Cálculo del tir	64

CAPITULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los estudios de prefactibilidad son utilizados como instrumentos en un plan de negocios con instituciones financieras o en inversiones potenciales, en un estudio de prefactibilidad se espera mejorar el nivel de información para poder así tomar una decisión y poder pasar entonces al estudio de factibilidad. (Mieranda, 2005)

Un estudio de prefactibilidad financiera con el paso de los años, no deja de ser importante sino al contrario, cada vez es fundamental para conseguir un proceso seguro a la hora de abrir un negocio, comenzar con un nuevo proyecto, sin dudas, y con la información básica que debemos saber atreves de metodologías que ayuden a esclarecer las dudas que como dueño o socio se pueda llegar a tener.

A la hora de lanzar nuevos productos toda empresa tiene muchas preguntas acerca de este; y, es por esto, que con más razón se debe seguir este procedimiento, para no equivocarse; y, además, para estar seguros de poder cubrir todo este proceso sin dificultad se debe verificar si es viable o no para el futuro y medir si son los resultados que se esperaban.

Los primeros años de vida de los emprendimientos nacientes, es un tema que se ha estudiado a fondo a lo largo de los años, las investigaciones profundizan las etapas por las que pasa, las diferentes transiciones a lo largo de su proceso; dando como resultado la natalidad y mortalidad de los emprendimientos a crear, así como también los factores de desempeño de estos futuros emprendimientos

Estudios recientes se enfocan en los factores que intervienen en la etapa de apertura de un nuevo emprendimiento, la motivación que cada emprendedor tiene para recrear y plasmar su idea en una investigación certera; y así, se permita que el proyecto a crear, sea ejecutado con una correcta estructura bien fundamenta, siendo analizado en cada etapa.

Se puede decir, en base a muchos estudios e investigaciones revisados que la empresa empieza su trabajo antes de ser creada, antes de empezar con sus actividades en el mercado, ya que primero se empieza con el proceso de planeación, y desarrollo, detección de oportunidades, desarrollo de capacidades, planificaciones y gestiones.

Para la creación y planificación de un nuevo proyecto lo que se necesita, es tener el campo bien evaluado, con el fin de presentar un proyecto estable, que brinde seguridad a la hora de conseguir el dinero que vamos a invertir, se tiene que tener en claro el nivel de rentabilidad y un riesgo razonable y evaluado correctamente, para obtener un buen financiamiento.

Para poder acceder a un buen crédito, lo que se necesita en realidad es brindar garantías reales, que muestren seguridad, estabilidad e independencia, que ofrezcan a los establecimientos bancarios confianza, para prestar e invertir en este proyecto.

Ubicación del problema en un contexto.

Karla Gallardo es una ecuatoriana que vive en San Francisco, que junto a su socia Shilpa Sha, de origen estadounidense, que en el año 2011 se dio la idea de Cuyana, al principio la idea era levantar una plataforma digital de moda femenina con artículos de lujo. El primer artículo fue el sombrero de paja toquilla ecuatoriano, también sumo a estas bufandas y chalecos peruana, así mismos artículos elaborados con cuero argentino hoy en día cuyana sigue en expansión y cuenta con alrededor de 100 colaboradores. (Maldonado, 2018)

Emprendimientos como estos, tenemos como ejemplos para continuar con la idea de realizar un estudio de viabilidad financiera, para integrar a la sociedad proyectos nuevos que favorezcan a la economía del país y además que hagan crecer al Ecuador aprovechando las riquezas que tiene dentro del país, que mejor material para proyectos nuevos que el producto ecuatoriano.

Estudios realizados dentro del Ecuador han demostrado que millones de emprendimientos nuevos se han puesto en marcha en los últimos años, pero que mantienen problemas para que estos duren más de 3 meses dentro del mercado, ya que en su mayoría no cuenta con un buen estudio de viabilidad financiera, y flaquean por falta de financiamiento o por falta de rentabilidad.

Ecuador es un país que tiene capacidades para lograr que un emprendimiento surja, pero necesita de mejores habilidades para tomar buenas decisiones y hacer que su proyecto sea beneficioso y exitoso, necesita de emplear metodologías que ayuden a estar confiado y seguro a la hora de poner en marcha este nuevo emprendimiento, conociendo el terreno y despejando las dudas que se puedan tener.

Antes de iniciar con cualquier proyecto o emprendimiento nuevo, se debe realizar un estudio de prefactibilidad, lo cual consiste en revisar a profundidad los factores que afecten al nuevo proyecto, y el marco legal que vaya a conformarla y que se deba cumplir.

Se debe tomar en cuenta las diversas variables que interviene a la hora de crear un nuevo emprendimiento, que cumpla con todo lo necesario y se centre en la idea principal para después determinar con este proceso, si es seguro y pues entrar a un estudio de factibilidad siendo este el último proceso antes que este se lleve a cabo el proyecto.

Una vez terminada con la fase de prefactibilidad, queda realizar con confianza el estudio de factibilidad que demostraría si se puede ejecutar o

no el proyecto del que se está tratando, las condiciones ideales para ejecutarlo de una manera segura y las futuras soluciones para las dificultades que se puedan presentar a lo largo del proyecto una vez ya ejecutado.

En el cantón Naranjal se están aperturando muchos negocios de diferentes actividades, asimismo se están cerrando algunos que no han tenido éxito, esto se debe a la falta de conocimientos acerca de estudios de mercado, por eso en todo negocio se debe realizar un estudio que garantice que la microempresa va ser viable.

Situación conflicto

En el estudio de este proyecto que se tiene previsto ejecutarse en el presente año, y así comenzar su actividad comercial, el estudio de prefactibilidad establece su viabilidad financiera, caso contrario se reformarían los planes y se buscaría una mejor estrategia que le dé una salida financiera, y crecer durante los próximos años, expandiéndose a nivel nacional en visión al futuro.

EL principal problema que tendría este proyecto en el caso de ser factible, es los recursos, y la única manera de poner en marcha el proyecto es con plata del banco mediante un préstamo, pero en su mayoría estas instituciones facilitan con un préstamo para incrementar un negocio o para consumo, pero demostrando que existe algún tipo de ingreso por parte de la persona que lo solicita y en este caso no existe aún el negocio.

La falta de un emprendimiento de esta magnitud, es un tema bastante interesante, porque sería un espacio donde las mujeres puedan sentirse en confianza a la hora de elegir una prenda, sentir que se encuentra en un ambiente agradable, y que sea atendida de la mejor manera posible, llenando todas sus expectativas en cuanto a ropa moderna, antigua, de bajos y altos costos, de toda talla, etc.

En el caso de que este proyecto sea factible y se quiera poner en marcha el mayor problema sería buscar un financiamiento para ponerlo en marcha,

ya que en estos casos las instituciones bancarias, piden de requisitos ya tener algún tipo de negocio, y muy poco apoya al emprendedor que quiere empezar de cero.

Delimitación del problema

Campo: Contable - Financiero

Área: Estudio de prefactibilidad

Aspectos: Determinación de la viabilidad financiera

Contexto: Microempresa "KEVBELL".

Cantón: Naranjal

Provincia: Guayas

Año: 2021-2022

Formulación del problema

¿Cómo cuantificar los costos de inversión, para determinar la viabilidad financiera de la creación de la microempresa comercializadora de ropa de mujer "KEVBELL", ubicada en el cantón Naranjal, provincia del Guayas dentro del periodo 2021?

Variables de la investigación

Variable independiente: costos de inversión

Variable dependiente: viabilidad financiera

Evaluación del problema

Claro: será un proyecto, enfocado en una sola necesidad, con una visión específica, entendible para todos los socios, basado en las normas legales vigentes, será conciso y preciso a la hora de tomar decisiones basándose absolutamente en lo descubierto en el trayecto del proceso y sus metodologías implicadas.

Evidente: estudiando el mercado, esta mas que evidente la falta de un lugar comercial, que cubra con las necesidades de las mujeres emprendedoras de este cantón, además que este lugar no solo buscara cubrir necesidades, sino también brindara asesoramiento a todas las mujeres, sin ningún tipo de restricciones de tallas, ni colores.

Concreto: se busca ir con seguridad, es por esto que se demostrara su efectividad mediante la viabilidad financiera, para no dar pasos en falso, ni tener imprevistos con los que no se contaban, sino que sea directo a lo estable y concreto, sin interrupciones a la hora de ejecutar el proyecto.

Original: este es un proyecto de creación de una empresa, basado en las necesidades de este cantón, que tiene ideas nuevas, que motivaran a demás empresas a crear más modelos de emprendimientos similares, pero con un estilo único, con estadísticas únicas, que se investigara para el bienestar económico y comunitario.

Factible: el proyecto será factible porque se basará únicamente en la verdad, en las estadísticas que se realicen con datos verídicos, y además se utilizaran todas las metodologías necesarias para que sea un negocio seguro y con un futuro prometedor y estable, además bien visionado porque deberá cubrir las necesidades de dicho cantón.

Relevante: será un proyecto relevante porque será un proyecto bien organizado, contara con las medidas necesarias, además este busca cubrir una necesidad que es vista en primera instancia, así que se espera que sea beneficioso para el lugar que se establezca y para los socios que vayan a emprender.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Objetivo general

Realizar un estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad financiera en la creación de una microempresa comercializadora de ropa de mujer “KEVBELL”, ubicada en el cantón Naranjal.

Objetivos específicos

- Sustentar desde el campo Contable Financiero los proyectos de prefactibilidad enfocados a determinar la viabilidad financiera en la creación de microempresas.
- Realizar los estudios de mercado y financiero que permita la proyección de los costos de producción de la creación de una microempresa comercializadora de ropa de mujer “KEVBELL”, ubicada en el cantón Naranjal.
- Aplicar el TIR y VAN para determinar la viabilidad financiera de la creación de una microempresa comercializadora de ropa de mujer “KEVBELL”, ubicada en el cantón Naranjal.

Justificación de la investigación

Naranjal es un cantón pequeño, pero cuenta con un gran número de mujeres, que tienen necesidades básicas y como toda mujer, tiene la vanidad de verse bonita y segura a la hora de vestir, y siempre soñando en encontrar lo que necesitan en un solo lugar que este adecuado para ellas, donde se sientan seguras de las prendas que van a ocupar.

Este emprendimiento será de gran relevancia social, porque va a satisfacer las necesidades de las mujeres, al momento de visitar la tienda de ropa para las mujeres, de toda edad y de todo tipo, encontrando prendas económicas y en toda talla, además brindará asesoramiento para cada cliente, cumpliendo con los mejores estándares de calidad.

No siendo suficiente, este proyecto es de conveniencia tanto para el cantón como para el dueño o socios del proyecto, porque este tiene un futuro prometedor, que generará muchos empleos dentro del cantón, ayudará a la economía del mismo y, además, cumplirá con todos los procesos legales para la creación del proyecto.

El resultado de esta investigación tendrá un enorme valor teórico, porque podemos ayudar a dar una idea de lo que se va a necesitar para hacer a la hora de formar un negocio, se brindara mediante el desarrollo de la investigación, información relevante, clara y precisa, que permita un análisis verdadero y confiable para cualquier negocio en el futuro.

Este proyecto será de gran utilidad, porque cubrirá varias áreas, económicas, sociales, investigativas, será beneficiosa, para el cantón y para brindar conocimiento a las demás personas que quieran empezar un negocio de venta de ropa de cualquier tipo, porque se guiaran con las metodologías que se van a utilizar y van a generar resultados positivos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNTAMENTACIÒN TEORICA

Antecedentes històricos

La historia de la contabilidad comprende actualmente no sólo el estudio de la evolución de las técnicas contables, sino también el de la organización y las técnicas de gestión y control empresarial, que forman un todo con la organización contable instrumentada, así como el de las operaciones reflejadas en los registros de cuentas. (Esteve E. H., 2002)

La contabilidad lleva muchísimos años ayudando a los emprendedores nacies y existentes de forma silenciosa, con el paso de los años esta va actualizando sus técnicas y va corrigiendo para mejoría de los nuevos emprendedores, cumpliendo con sus deberes de una manera eficaz y eficiente, de manera ordenada.

Muchas son las variaciones de contabilidad que con el paso de los años nuestros precursores han ido dejando, y cada una acoplada al tipo de emprendimiento que se esté por crear, cubriendo las necesidades de cada una, con la mejor información que puedan recopilarse para una buena toma de decisiones.

La investigación histórico-contable ha mostrado el conocimiento e interés de los poderes públicos españoles de esa época por las prácticas contables de los mercaderes, hasta el punto de dictar con una antelación de más de doscientos años sobre sus más inmediatos seguidores la primera legislación en el mundo imponiendo a los comerciantes la obligación de llevar libros de cuentas y de hacerlo precisamente por el método de partida doble (pragmáticas de Cigales de 1549 y de Madrid de 1552 (Esteve E. H., 2002)

Francisco Marchi (1822-1917). Desde el punto de vista de Marchi son cuatro las clases de personas interesadas en la vida de la empresa: el administrador, el propietario, los consignatarios y los corresponsales. Las cuentas se dividen en dos grupos: las de propietario, por un lado, y las cuentas que deben abrirse a los consignatarios y corresponsales, por otro. Después de Marchi apareció gran número de autores que configuraron la escuela toscana. (webscolar: personajes que aportaron a la contabilidad, 2011)

¿Qué se entiende por contabilidad? En el actual transcurrir de la vida de un ente económico, la contabilidad ha tomado lugar como un “sistema de información”, basado en operaciones o transacciones comerciales, cabe precisar que la contabilidad no debe ser vista como ciencia, sino como una herramienta esencial cuyo manejo, entendimiento, dominio no pueden ser competencias que se adjudiquen con exclusividad al gerente financiero de una empresa. (Alexander Guzman, David Guzman, Tatiana Romero, 2005)

A lo largo de los años la contabilidad ah atravesando grandes eventos, y cambios, con el pasar de los años, se fueron descubriendo técnicas que complementaban a cada metodología descubierta, la contabilidad es un laberinto de nuevas fuentes, tan largas como la historia de la humanidad, grandes maestros de la contabilidad se encuentran involucrados en tan grandes descubrimientos, que honran el tema.

Antecedentes referenciales

Fundamentos de la Contabilidad Financiera

autores como Jorge Tua-Pereda (2000) dice que la contabilidad ha pasado de ser un instrumento de carácter casi exclusivamente jurídico en defensa de su propietario, y con finalidad de registro, a convertirse en una disciplina científica, con aplicación preferente a la actividad económica en la medida en que otras aplicaciones ajenas son todavía meros esbozos y con evidencias características de carácter social, por su naturaleza como

disciplina científica, por el tipo de información que suministra, y por su capacidad de servicio en cuanto a la satisfacción de las necesidades de sus usuarios en orden a facilitarles la toma de decisiones citado por. (Bohórquez & Victoria, 2014)

CAÑIBANO 1975 dice que la contabilidad es una ciencia de naturaleza económica, cuyo objeto es el conocimiento pasado, presente y futuro de la realidad económica, en términos cuantitativos, a todos sus niveles organizativos, mediante métodos específicos, apoyados en base suficientemente contrastados, a fin de elaborar una información, que cubra las necesidades financieras y las de planificación y control internas, citado por. (Bohórquez & Victoria, 2014)

En base a los conceptos de prestigiosos autores, pienso que la contabilidad financiera es la herramienta principal del proyecto, porque ayudara a llevar un registro monetario, y se podrán conocer a fondo las transacciones que se llevé a cabo dentro de este proceso y la información verídica que presenten los resultados de este proyecto.

Objetivos de la contabilidad financiera

El objetivo de la contabilidad financiera es generar información útil y oportuna para la toma de decisiones de usuarios externos e internos, además, controlar todas las operaciones financieras realizadas por la entidad e informar sobre los efectos que las operaciones practicadas han producido a las finanzas de la empresa. (rolando, 2020)

Estados financieros

Los estados financieros, también denominados cuentas anuales, informes financieros o estados contables, son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta. En los estados financieros se plasman las actividades económicas que se realizan en la empresa durante un determinado período, Muestran el ejercicio económico de un año de la empresa. Las cuentas anuales permiten a los

inversores sopesar si la empresa tiene una estructura solvente o no y, por tanto, analizar si es rentable invertir en ella o no (Arias A. S., 2015)

Los estados financieros son la base de toda una nueva operación, para recrear mediante cuentas lo que podría ser o no factible para el futuro de la misma, sirven de apoyo necesario para ver las actividades económicas que esta ejecutara en el transcurso y además facilitaran verificar en cualquier momento los archivos que se necesiten.

Factores financieros

En un mundo globalizado los negocios se vuelven más complejos a los factores internos y externos de una empresa requiriendo de herramientas que faciliten una mejor comprensión del entorno del negocio. Los administradores deben prestar gran importancia del conocimiento sobre las empresas que lideran y el ambiente laboral y de los riesgos significativos que posibiliten la continuidad de las actividades. Según lo expone (Vladimir, 2010)

“El factor financiero es un mecanismo que permite a la empresa desarrollar sus actividades diría encargado de la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el tiempo y así poder perpetuar su existencia en el mercado”. El factor financiero es el que administra los recursos de la empresa tomando las respectivas decisiones en cada área de la empresa con el fin de minimizar los riesgos y aumentar los beneficios económicos para la entidad. (ZAMBRANO, 2017)

Según las diferentes definiciones encontradas en internet, los factores financieros son los encargados de administrar, la parte financiera de la empresa, para así en un futuro tomar la decisión más adecuada, y elegir la opción certera para el bienestar de la misma, evitando errores y obtener mayores beneficios.

Información financiera

La información financiera es el conjunto de datos presentados de manera ordenada y sistemática, cuya magnitud es medida y expresada en términos de dinero, que describen la situación financiera, los resultados de las operaciones y otros aspectos relacionados con la obtención y el uso del dinero, La información financiera que emana de la contabilidad, es información cuantitativa expresada en unidades monetarias y descriptivas, que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad, y cuyo objetivo esencial es de ser útil al usuario general en la toma de sus decisiones económicas. Su manifestación fundamental son los estados financieros. (financiera, 2014)

Es todo referente al valor en dólares, es la información del dinero que se maneja dentro del proyecto, estaba basado en los registros que se puedan comprender en los estados financieros, básicamente es el referente de los ingresos y egresos, que se vaya a presentar en el futuro, igualando las entradas y las salidas vemos si existe una ganancia.

Viabilidad

La viabilidad es un análisis que tiene por finalidad conocer la probabilidad que existe de poder llevar a cabo un proyecto con éxito. Por tanto, ofrece información sobre si se puede o no llevar a cabo. Así, si es viable, significa que tiene muchas posibilidades de salir adelante. Por el contrario, si no lo es, quiere decir que el fracaso conlleva una probabilidad elevada. Cuando se centra en aspectos económicos se la conoce como análisis de la viabilidad. (Arias E. R., 08)

Comprendiendo la cita de arias, queda más que claro que viabilidad no es otra cosa que el camino correcto o incorrecto en la creación de un nuevo proyecto, con seguridad se puede tomar una decisión clara, después de pasar por este proceso, ya que este abarca con toda la información necesaria para saber si algo es viable para emprender en un futuro

Estudio de prefactibilidad

Supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto, el concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial, al realizar un estudio de prefactibilidad, se toman en cuenta diversas variables y se reflexiona sobre los puntos centrales de la idea. Si se estima que su implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad. Este es el último paso antes de que el proyecto se materialice.

A la hora de estudiar la prefactibilidad, se suele recopilar toda la información posible para ponerla a consideración. Lo que permite un estudio de prefactibilidad es minimizar el riesgo: si se advierte que la idea no es factible, puede descartarse sin mayores daños, ya que aún no se habrá concretado el grueso de la inversión que supone la concreción del proyecto. (Merino, 2015)

Según las definiciones encontradas, para mí la prefactibilidad, es un paso importante que nos ayudara a ver si nuestra idea tiene un comienzo y un futuro, y con los estudios que componen este proceso nos ayudara a ver la viabilidad del proyecto, indicará de una manera más clara que es lo que necesitamos, hacia donde nos dirigimos, ayudara a orientar la idea, con la ayuda de los componentes importantes que tiene este proceso, despejaremos y veremos con claridad si es lo correcto.

Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar, No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito. (Quiroa, Estudio de factibilidad. Economipedia.com, 2020)

Este estudio es diseñado por las empresas para recopilar información que ayude a visualizar el nuevo emprendimiento en marcha, para verificar si esta se desenvolverá en un futuro de manera productiva o si necesita cambios para manejarse en el ambiente laboral que se le aproxima, una vez cumplida todas las metodologías, se dará el resultado

Un estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se compone de:

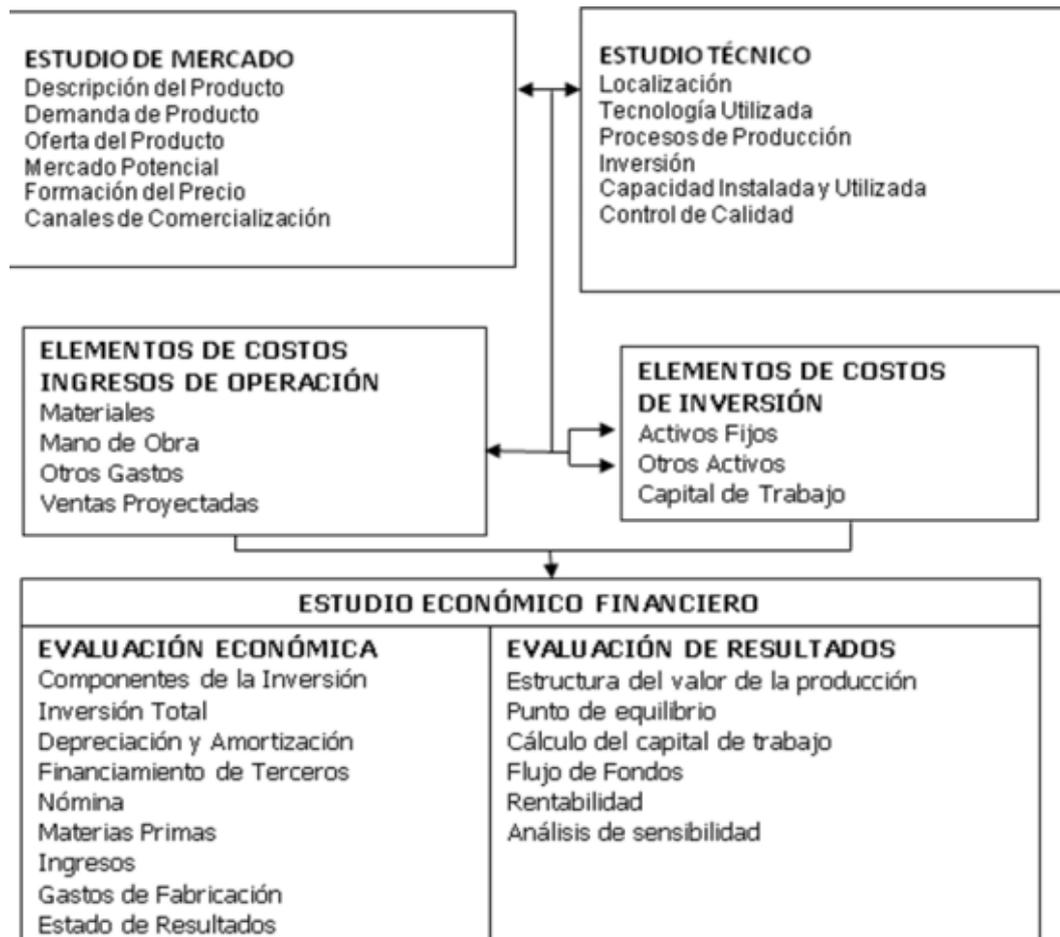


Figura 1. Relación entre elementos de un proyecto de inversión.

Fuente: Google

COMPONENTES DE UN ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD.

Estudio de mercado

Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto.

Es un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto o servicio. Se analizarán aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos. (Nuño, 2017)

Estudio técnico

El estudio técnico de un proyecto es un proceso utilizado para examinar y predecir los precios futuros de los valores observando cosas como el movimiento de precios, gráficos, tendencias, volumen de negociación y otros factores,

se centra en las señales comerciales para delinear buenas inversiones y oportunidades comerciales mediante el examen de las tendencias de una inversión a través de sus datos comerciales y otros elementos estadísticos, Como regla general, el estudio técnico valora el precio actual o pasado de un valor como el mejor indicador del precio futuro de ese valor. Asimismo, este tipo de estudio se basa en gran medida en gráficos financieros, datos y estadísticas para descubrir las fortalezas o posibles debilidades de una inversión y las tendencias de pronóstico para ayudar a los analistas e inversores a decidir si un valor es viable o no, y para qué acción. (Añez, 2021)

Estudio financiero

El estudio financiero se puede referir como un proceso para comprender el riesgo y la rentabilidad de una empresa mediante el análisis de la información financiera reportada. Especialmente, en los informes anuales y trimestrales. Dicho de otra manera, el estudio financiero de un proyecto es un estudio acerca de las relaciones contables entre varios elementos incluidos en el balance general. (Añez, 2021)

Estudio de rentabilidad

La rentabilidad la podemos definir como la relación que hay entre el resultado obtenido y los capitales invertidos que han contribuido a su generación, Este análisis nos permite establecer las relaciones que ha

habido entre los ingresos generados en el ejercicio a través de la cuenta de Pérdidas y Ganancias y lo que se precisa para poder desarrollar la actividad económica. Ello se realiza mediante el análisis de cuatro variables: Activo, Capitales propios, Ventas y Beneficio (I.F.R.I, 2019)

La rentabilidad es el margen de ganancia que se obtendrá a futuro, es el resultado final, que determinara las ganancias que dejara el proyecto, después de estudiar los registros de los diferentes libros de la contabilidad,

Estudio económico financiero

Es una herramienta que permite analizar distintos objetivos a partir de la información recopilada, la clave del diagnóstico es cuantificar y evaluar el equilibrio entre rentabilidad y riesgo. Esto le concede valor a nivel interno y externo:

A nivel interno, los datos son útiles para analizar puntos críticos y detectar qué parámetros hay que corregir o vigilar.

A nivel externo, es foco de atención de inversores, entidades financieras, administraciones o proveedores. Tener una situación financiera delicada puede dificultar o encarecer la financiación y perjudicar la negociación comercial. (CIRCULANTIS, 2020)

Este estudio sirve para vigilar los pro y contras que está teniendo el proyecto, permite revisar la información registrada para diagnosticar las falencias y mejorar, además también permite conocer las necesidades de las personas que forman parte de manera directa e indirecta en este proyecto.

Proyección de flujo de caja

Una proyección de flujo de efectivo es la cantidad estimada de dinero que se espera que entre y salga de una empresa dentro de un periodo de tiempo específico. En otras palabras, es el desglose del capital que fluye a través de una empresa, incluyendo ingresos, impuestos y gastos. Este valor da a la gerencia una idea de cuanto capital, o beneficio, se quedará con la

empresa después de un periodo de tiempo específico. (zipforecasting, 2020).

INDICADORES FINANCIEROS

Tir:

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. (Arias A. S., tasa interna de retorno(TIR). Economipedia.com, 2014)

$$0 = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1 + TIR)^j}$$

Donde:

Fj: flujo de caja

n: vida útil

j: tiempo

I: inversión inicial

Van:

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN), El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc). (morales, 2014)

$$VAN = -I_o + \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+i)^j}$$

Donde:

I: inversión inicial

F_j: flujo de caja

i: tasa de descuento

n: vida útil

Fundamentación Legal

Ley de compañías

Sección 1, Art.2. Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; y, La compañía de economía mixta, Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Código de trabajo

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

NIIF para pymes

Sección 3, párrafo 3.8 Al preparar los estados financieros, la gerencia de una entidad que use esta NIIF evaluará la capacidad que tiene la entidad para continuar en funcionamiento. Una entidad es un negocio en marcha salvo que la gerencia tenga la intención de liquidarla o de hacer cesar sus operaciones, o cuando no exista otra alternativa más realista que proceder

de una de estas formas. Al evaluar si la hipótesis de negocio en marcha resulta apropiada, la gerencia tendrá en cuenta toda la información disponible sobre el futuro, que deberá cubrir al menos los doce meses siguientes a partir de la fecha sobre la que se informa, sin limitarse a dicho periodo.

Variables de la investigación

Variable independiente: costos de inversión

Costos de inversión

Los costos de inversión, llamados también costos pre-operativa, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio. (Landaure, 2016)

A criterio de la autora los costos de inversión son todo lo que se va a invertir, a partir del proyecto, son los gastos que la microempresa "KEVBELL", generara, desde antes de abrir sus puertas al consumidor, son costos que se verán reflejados en la inversión del lugar, serán los gastos estimados, desde la concepción de la idea, recolección de información, viabilidad del proyecto y creación del mismo, e incluso incluyendo los costos después de tiempo de estimación de su vida útil.

Variable dependiente: viabilidad financiera

La viabilidad es un análisis que tiene por finalidad conocer la probabilidad que existe de poder llevar a cabo un proyecto con éxito.

Por tanto, ofrece información sobre si se puede o no llevar a cabo. Así, si es viable, significa que tiene muchas posibilidades de salir adelante. Por el contrario, si no lo es, quiere decir que el fracaso conlleva una probabilidad elevada. Cuando se centra en aspectos económicos se la conoce como análisis de la viabilidad. (Enrique, 2020)

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Prefactibilidad: El estudio de prefactibilidad es un análisis en la etapa preliminar de un proyecto potencial, que se realiza para determinar si valdría la pena proceder a la etapa de estudio de factibilidad. Esto se hace en proyectos grandes, y generalmente de empresas conjuntas o multinacionales. (Helmut, 2019)

Factibilidad: Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar, No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito. (Quiroa, estudio de factibilidad. Economipedia.com, 2020)

Van: El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN), El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.). (morales, 2014)

Microempresa: Empresas con menos de diez trabajadores y cuyo volumen de negocios anual no superará los dos millones de euros. Suelen estar administradas por sus propios dueños y algunas veces están formadas por un grupo familiar, lo cuales, buscarán el crecimiento de la empresa de forma conjunta. (Peña, 2020)

Inversión: Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable. (Julian Perez, Maria Merino, 2021)

Costos: Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica, Dentro de este deterioro o utilización de factores que suponen la creación de costes o costos se incluyen el pago a trabajadores, gastos derivados de la actividad económica como servicios de marketing o la compra de mercaderías. Coste y costo significan exactamente lo mismo. (Galan, coste-costo. Economipedia.com, 2016)

Contabilidad financiera: La contabilidad financiera es una disciplina que consiste en recopilar, ordenar y registrar la información de la actividad económica de una empresa. La contabilidad financiera es una rama del área de la contabilidad que se ocupa de sistematizar la información de las actividades y la situación económica de una empresa en un momento del tiempo y a lo largo de su desarrollo. (Roldan, 2017)

Presupuesto: Un presupuesto, en economía, hace referencia a la cantidad de dinero que se necesita para hacer frente a cierto número de gastos necesarios para acometer un proyecto. De tal manera, se puede definir como una cifra anticipada que estima el coste que va a suponer la realización de dicho objetivo. (Galan, presupuesto. Economipedia , 2016)

Estudio de mercado: Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. Es un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado ante un nuevo producto o servicio. Se analizarán aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos. (Nuño, 2017)

Estudio técnico: El estudio técnico de un proyecto es un proceso utilizado para examinar y predecir los precios futuros de los valores observando cosas como el movimiento de precios, gráficos, tendencias, volumen de negociación y otros factores (Añez, 2021)

Emprendimiento: Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos. (Emprendimiento.significados.com, 2019)

Economía: La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Analiza el comportamiento, las decisiones y las acciones de los humanos, es decir, estudia como las personas, empresas y gobiernos toman decisiones relacionadas con la producción, distribución y consumo. (Arias A. S., Economía. Economipedia.com, 2015)

Proyecto de inversión: Los proyectos de inversión son aquellos que requieren recursos para su ejecución y que son evaluados financieramente para ver su factibilidad económica, contrastados con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica; es aquel que necesita de una inyección de recursos para concretarse. Por lo tanto, antes de llevarse a cabo es pertinente evaluarlo, estableciendo tres posibles escenarios; hacerlo, no hacerlo, o postergarlo. (Nirian, 2020).

Análisis de Estados financieros: Análisis de los estados financieros de una empresa permite averiguar información económica relevante sobre la misma y durante un periodo determinado de tiempo. También se conoce con el nombre de estados contables y recogen todos los elementos que conforman las cuentas anuales de una corporación, lo que indicará su valor económico en ese momento. (APD, 2020)

Tir : La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN).

También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado. (Arias A. S., tasa interna de retorno(TIR). Economipedia.com, 2014)

Ventas: Las ventas, en economía, son la entrega de un determinado bien o servicio bajo un precio estipulado o convenido y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero por parte de un vendedor o proveedor, Las ventas suponen la obtención de una ganancia económica desde el punto de vista del vendedor. Este agente económico ofrece su producto a potenciales compradores, que se harán con el mismo tras compensarle con dinero sobre un precio conocido previamente. (Westreicher, 2020)

Compras: Acción que realiza una persona de adquirir un bien o servicio mediante dinero. La compra es realizada por el comprador quien interactúa con otra persona, el vendedor, que ofrece cierto producto. Las compras se efectúan, por lo tanto, mediante un sistema de compra-venta donde el determinante es cierto valor en efectivo. (Cao, 2018)

Crédito: Un crédito es una operación de financiación donde una persona llamada 'acreedor' (normalmente una entidad financiera), presta una cierta cifra monetaria a otro, llamado 'deudor', quien a partir de ese momento, garantiza al acreedor que retornará esta cantidad solicitada en el tiempo previamente estipulado más una cantidad adicional, llamada 'intereses'. (Oca, 2015)

Contado: Una compra-venta al contado es una operación donde el pago de los productos o bienes que se han adquirido se realiza en el momento de la entrega. Es opuesta a la compra-venta a crédito, donde se abona el dinero después de que se haya recibido lo que se ha comprado, generalmente, a cambio de unos intereses. (Gil, 2015)

Caja: Entendemos por Caja a la cuenta contable que registra todas la entradas y salidas de dinero en efectivo, Por tanto, en la Caja será donde se reflejen todos los movimientos dinerarios que no sean registrados por el

banco. No podemos pasar por alto la relación que existe entre la Caja y la facturación, ya que, parte del efectivo que entra en la caja dependerá de la emisión de las facturas a nuestros clientes, Normalmente esta cuenta suele usarse por pequeñas empresas o autónomos que trabajan exclusivamente con dinero efectivo (Rodríguez, 2020)

Demanda: La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir, abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Ucha, 2015)

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Presentación de la empresa

Descripción de la empresa

La microempresa “KEVBELL”, se enfocará a la venta de ropa de mujer de toda talla en el cantón Naranjal, provincia del Guayas, esta idea de emprender este negocio nace de la dificultad que sufre una mujer de talla grande al momento de querer adquirir una prenda de vestir la idea de este negocio de una nueva marca es contar con diseños modernos y que sea satisfactorio para todas las mujeres Naranjaleñas.

Misión

Brindar un servicio de calidad y calidez, donde la prioridad no solo sea el cliente, sino todo el equipo de trabajo, para poder contar con su eficiencia al momento de atender a la exigente clientela que necesite de los servicios de la microempresa “KEVBELL”.

Visión

Dentro de algunos años, nos vemos siendo una de las empresas más pedidas dentro de todos los cantones del país, abriendo sucursales a nivel nacional, e implementando servicios tecnológicos que permitan enviar nuestros productos dentro y fuera del país.

Logó de la microempresa



Figura 2. logo de la microempresa

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

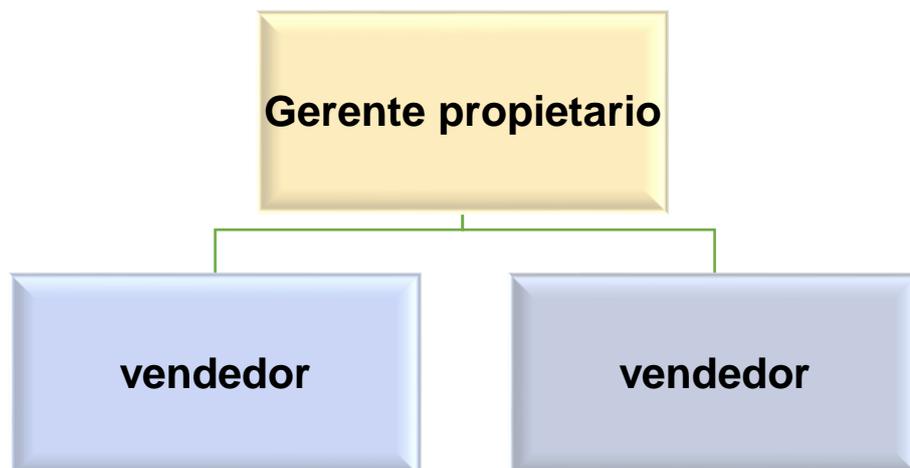
Valores

Los valores principales de “KEVBELL” son:

- Confianza
- Responsabilidad
- Amabilidad
- Innovación
- Ética profesional

Organigrama de la microempresa

Cuadro 1. Organigrama



Elaborado por: Guachún, M. (2021)

FODA de la microempresa



Figura 3. FODA

Elaborado por: Guachun, M. (2021)

Productos

- Blusas
- Blusones
- Camisetas
- Crop top
- Sudaderas
- Vestidos de coctel
- Vestidos de gala
- Enterizos cortos

- Enterizos formal
- Jumpers
- Chaquetas
- Licras de algodón
- Licras deportivas
- Faldas
- Faldas short
- Short
- Pantalones
- Capri

Clientes

- Mujeres sin límites de edad
- Adolescentes
- Adulta mayor

Competidores

- Boutique Romántica
- Boutique Mary Carmen
- Boutique Naranjal
- Boutique Romy Store
- Boutique k pricho

Proveedores

- Fábrica de pantalones Matías jeans
- Tecno Rizo S.A
- Neymatex
- Casa Guayaquil
- Bazar don Carlos

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El presente proyecto tiene un enfoque de tipo cualitativo y cuantitativo. En el primer caso, permitirá realizar una sistematización de información, no numérica y directa de la realidad desde la perspectiva del cliente, recopilada mediante la aplicación de una encuesta. Mientras que, en el segundo caso, nos permitirá cuantificar los datos para su posterior análisis, logrando tener una visión global sobre la factibilidad del emprendimiento.

Enfoque cualitativo

Los estudios cualitativos permiten comprender las subjetividades de los individuos en su contexto cotidiano o laboral (Gutiérrez, 2013). Permitiendo obtener información de gran importancia para el desarrollo de este proyecto. Debido a que, se utilizará como instrumento de recolección de datos a la encuesta, que es considerada por Hernández et al. (2010), como “una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado). Resultando de gran importancia para comprender las necesidades que tienen cada posible cliente.

Enfoque cuantitativo

La investigación cuantitativa estudia a los fenómenos que se pueden medir utilizando técnicas e instrumentos estadísticas que le permitan al investigador analizar los datos recogidos (Sánchez, 2019). Este método ayudará a organizar, analizar e interpretar los datos recogidos mediante la aplicación de la encuesta. Esta información será de gran importancia en la toma de decisiones futuras durante el desarrollo del proyecto.

TIPOS DE INVESTIGACION

Descriptiva

La investigación descriptiva es encargada de puntualizar las características principales de una población, Esteban (2018), en su trabajo sobre los tipos de investigación, cita a R. Gay (1996), en donde la define como “la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas

concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos.”

Debido al enfoque de la presente investigación y a los instrumentos de recolección de datos que se utilizaran, la investigación descriptiva encaja perfectamente dentro de este proceso. Gracias a su metodología se podrá clasificar y ordenar los datos obtenidos para su posterior análisis y confrontación obteniendo como resultado un informe con mayor realce.

Explicativa

Este tipo de investigación se caracteriza por ser más compleja, profunda y rigurosa, tiene como objetivo la verificación de hipótesis que sustenten las relaciones de las problemáticas en un proceso. Trabajan con hipótesis causales, es decir que explican las causas de los hechos, fenómenos, eventos y procesos naturales o sociales (Esteban, 2018). Además, el rol que juegan las hipótesis dentro este proceso es fundamental ya que están encargadas del rumbo que deberá tomar la investigación.

El modelo de investigación explicativa se utilizará para comprobar la factibilidad del emprendimiento, en base, al análisis e interpretación de la información proporcionada por las encuestas permitiendo conocer las preferencias de cada posible cliente.

Correlacional

Para Galarza (2020), en su trabajo sobre los alcances de una investigación, menciona que, la investigación correlacional surge la necesidad de plantear una hipótesis en la cual se proponga una relación entre 2 o más variables existiendo una relación estadística entre ellas. A nivel cuantitativo surge la aplicación de procesos estadísticos; mientras que, a nivel cualitativo se proponen estudios con análisis del contenido.

Este proyecto tiene una relación correlacional entre sus variables al tratar de sustentar desde el campo contable y la realización del estudio de

mercado la factibilidad de la creación de una microempresa, desde el análisis de la información obtenida se analizará su rentabilidad.

POBLACION Y MUESTRA

Población

Se entiende por población a la totalidad de individuos que van a intervenir o participar durante el proceso o desarrollo de una investigación indistintamente su fin, teniendo como característica principal la participación directa o indirecta de dicho fenómeno, del cual el investigador desea obtener datos relevantes que lo ayuden a esclarecer sus hipótesis de investigación (Hernández-Sampieri et al., 2014).

La población escogida para el desarrollo de este estudio de factibilidad para la creación del microemprendimiento, es el cantón Naranjal, ubicado al suroeste de la provincia del Guayas. Limita al norte con los cantones Durán y El Triunfo; al sur con el cantón Balao; al este con las provincias de Cañar y Azuay; y al oeste con el Golfo de Guayaquil. El cantón se divide en una parroquia urbana y cuatro rurales que son:

- **Parroquias urbanas:** Naranjal.
- **Parroquias rurales:** Jesús María, San Carlos, Santa Rosa de Flandes y Taura.

Según datos publicados por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), el cantón Naranjal cuenta con una población de 69.012 habitantes. Cabe recalcar que, dentro del número de habitantes antes expuesto, existen 32.387 mujeres; por lo tanto, esta será la muestra a tomar para el respectivo análisis de campo.

Muestra

La muestra es un subgrupo de la población que participará en la recolección de datos. En otras palabras, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Hernández-Sampieri et al., 2014). Para la selección de la

muestra se realiza un procedimiento que asegure, en alto grado, que sea representativa dentro de la población (Riesco,2015).

Para la obtención de la muestra que se utilizará para el desarrollo este proceso de investigación, será calculada a partir de las 32.387 mujeres que corresponde a la población femenina residente dentro del cantón naranjal, tomando en cuenta los datos obtenidos por el INEC.

Tipos de muestras

Muestra probabilística

Para la toma de una muestra probabilística todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra. Este modelo de elección es esencial en el diseño de investigaciones tradicionales; en donde, se pretende hacer estimaciones de variables en la población. La precisión de dichos estimados depende del error en el muestreo, que es posible calcular (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Muestra no probabilística

Las muestras no probabilísticas no dependen de la probabilidad, sino más bien de las características de la investigación hasta incluso de los propósitos del investigador (Hernández-Sampieri et al., 2014). En otras palabras, es una técnica en la cual el investigador escoge la muestra según su juicio y no al azar.

Muestra de población

Para la toma de la muestra de la población en el desarrollo de este estudio de prefactibilidad se tomará en cuenta la cantidad de 32.387 población femenina asentada en el cantón Naranjal. Para calcular la muestra de la población se tomará la siguiente fórmula.

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

Donde:

n= Tamaño de muestra n=?

N= Tamaño de la población N = 32.387

P= Probabilidad que ocurra P = 50%

Q= Probabilidad que no ocurra Q = 50%

Z= Nivel de confianza Z = 95%

d= Error estimado máximo aceptado d = 6%

Al momento de remplazar valores según el dato obtenido se tendrá la muestra.

Cuadro 2. Nivel de confianza

nivel de confianza	Z
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
94%	1,89
92%	1,76
90%	1,65
80%	1,28

$$n = \frac{(32387)(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(0,05)^2(32387 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416(8096,75)}{(0,0025)x(32386) + (3,8416)x(0,25)}$$

$$n = \frac{31104,4748}{80,965 + 0,9604}$$

$$n = \frac{31104,47488}{81,9254}$$

$$n = 379,67$$

$$n = 380$$

TECNICAS DE INVESTIGACION

La entrevista

La entrevista es un método que se basa en la comunicación entre el dos personas (investigador y sujeto de estudio), de este dialogo se puede recolectar información valiosa sobre la problemática en la cual se está trabajando. Feria et al. (2020) en su trabajo cita a Estévez et al. (2006), en donde argumenta la importancia de la entrevista, de la manera siguiente, “en oportunidades el investigador requiere de datos sobre el objeto de estudio que, a través de la observación, son imposibles de obtener, ya que responden a ideas, sentimientos, opiniones, valores, todos de carácter subjetivo” (p.268).

Con el fin de recolectar información se aplicará dos entrevistas la primera a la señora María del Carmen Zambrano Mendoza dueña del negocio “Boutique Mary Carmen”. Mientras que, la segunda al señor Elvis Daniel Cajamarca Jiménez, dueño del negocio “Boutique Naranjal”. Tienda de ropa de mujer” los datos servirán para realizar los estados financieros como la viabilidad del proyecto.

La encuesta

La encuesta es un instrumento muy útil para la recolección de datos. Falcón et al. (2019) cita a García (1986:124), en donde define a la encuesta como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”.

Hay varios tipos de encuestas y las más utilizado son las siguientes:

Personal: Es un método de recolección de datos de forma directa entre el investigador y el sujeto de estudio, con el único fin de recolectar la mayor cantidad de información relevante. La encuesta se la puede realizar en diferentes escenarios (domicilio, trabajo, tiendas o negocios) y en

ocasiones únicamente se entrega el instrumento al entrevistado esto depende del rol que tenga nuestra encuesta dentro del proyecto.

Telefónica: Es otro método de recolección de datos a través de una llamada telefónica, en donde, el investigador deberá grabar la conversación para tener la información a ser analizada. En la actualidad es muy común que las grandes empresas recolecten información de como mejorar su servicio a través de este método.

Por internet: En este caso, es una encuesta electrónica que se realiza a través de diferentes plataformas digitales como correo, redes sociales, anuncios, entre otros. Por este motivo, tiene la capacidad de llegar a mayor cantidad de usuarios en comparación de las otras utilizadas.

En el caso particular de este estudio de factibilidad se aplicará una encuesta de tipo personal a 380 mujeres de la localidad al azar en diferentes puntos estratégicos del cantón. Con el fin, de obtener una información observable de la situación ya que las recomendaciones de los clientes es lo que lleva a una microempresa a ser mejor cada día.

Modelo de encuesta

Este es el modelo de la encuesta que se la realizara en el cantón Naranjal con la finalidad de analizar las compras de ropa de mujer y está dirigida a la muestra de 380 mujeres.

1. Su edad oscila entre:

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- Mas de 46 años

2. ¿Con qué frecuencia compra ropa?

- Una o varias veces al mes
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Anual

3. Aproximadamente, ¿Cuánto dinero inviertes cada vez que compras ropa?

- Entre 10 a 50 dólares
- Entre 51 a 100 dólares
- Entre 101 a 200 dólares
- Mas de 201 dólares

4. Al pagar por su ropa, ¿Usted prefiere hacerlo en efectivo o con tarjeta de crédito?

- Efectivo
- Tarjeta

5. ¿Te sueles fijar en la etiqueta o envoltorio cuando compras tu ropa?

- Etiqueta
- Envoltorio
- Ambas
- Me son indiferente

6. ¿Qué prefieres encontrar en la tienda?

- Limpieza
- Buena atención
- Ofertas y Descuentos
- Todas las anteriores

7. ¿Por qué medio le gustaría a usted enterarse de nuestros catalogo de productos y ofertas?

- Publicidad en redes sociales
- Publicidad por radio y televisión
- Publicidad por medios impresos

8. Del siguiente listado ¿Cuales son las principales razones por las que algunas personas no compran un producto?

- Por la atención
- Por la calidad
- Por el precio
- Por la marca

9. En el mercado actual ¿Crees que las marcas nacionales van ganando espacio?

- Si
- No
- Talvez

10. Asistiría usted el día de la inauguración de la microempresa

- Si
- No
- Tal vez

Modelo de Entrevista

En la presente constaran las preguntas que se realizaran a importantes emprendedores de la localidad dedicada a la venta de ropa femenina con el fin de recabar información sobre ventas, atención al cliente, años en el mercado, entre otras.

- 1. ¿Cuántos años lleva usted en este negocio?**
- 2. ¿Cuántos trabajadores tiene bajo su cargo?**
- 3. ¿De qué ciudad son sus proveedores?**
- 4. ¿Qué prendas son las mas solicitadas?**
- 5. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia por cada prenda?**
- 6. ¿Qué cantidad de prendas vende al mes?**
- 7. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para un negocio?**

CAPITULO IV

Análisis e interpretación de resultados

Presentación de los resultados encuesta

Durante el estudio de la probabilidad financiera para la creación de la microempresa comercializadora de una nueva marca de ropa de mujer “KEVBELL”; la misma, se la desarrolla dentro de los límites del cantón Naranjal que cuenta con una población de 69.012 habitantes; en donde, 32.387 corresponde a mujeres, siendo ellas quienes participen en este proceso investigativo.

La cantidad de cuestionarios a aplicar, según los cálculos de la muestra realizada, es de 380. Cabe recalcar, que el proceso de selección de personas que participen será al azar en distintos puntos de la localidad. Adicional, también se tomará en cuenta los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a las dos propietarias de negocio de ropa.

Finalmente, se detallará con cuadros y figuras los resultados de la encuesta, con una pequeña lectura de los mismos. Igualmente, encontraremos los resultados de las entrevistas y por ultimo los cuadros e interpretación de los estados financieros.

1.Su edad oscila entre:

Cuadro 3. Edad de las encuestadas

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
18 a 25 años	106	28 %
26 a 35 años	194	51 %
36 a 45 años	63	17 %
Mas de 46 años	17	4 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M (2021)

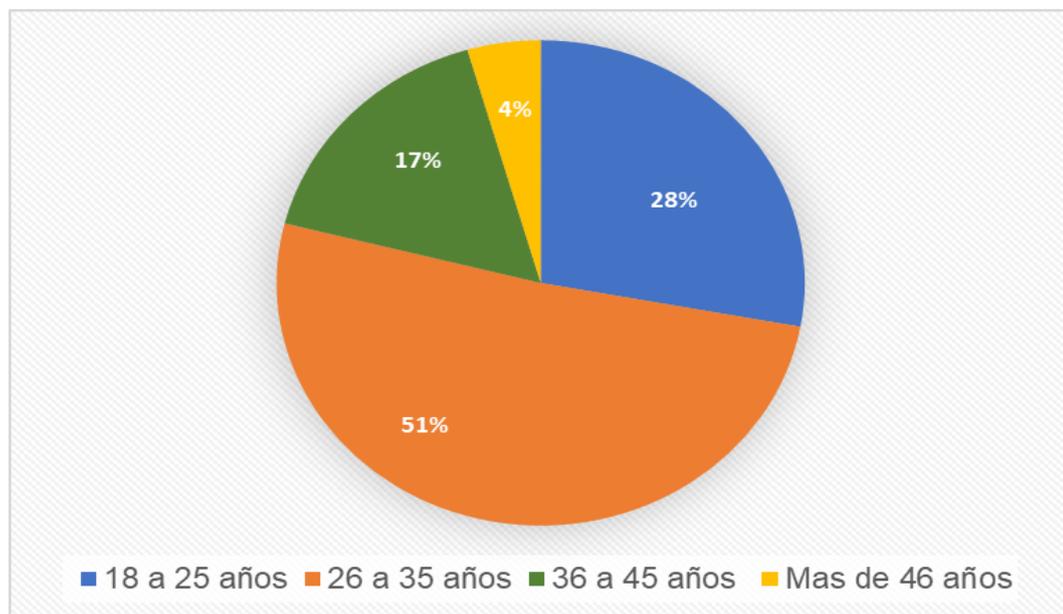


Figura 4. Edad de clientas

Elaborado por: Guachun, M. (2021)

Interpretación: se puede observar en la figura 4 que de las 380 mujeres consultadas el 51 % de ellas tienen una edad que va desde los 26 a 35 años; mientras que, el 28 % indican que tienen entre 18 a 25 años; por otra parte, el 17 % se encuentran entre los 36 a 45 años y finalmente, solo un 4 % de ellas se encuentran por encima de los 46 años.

2. ¿Con qué frecuencia compras ropa?

Cuadro 4. Frecuencia

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Una o varias veces al mes	158	45 %
Cada tres meses	209	52 %
Cada seis meses	11	2 %
Anual	2	1 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

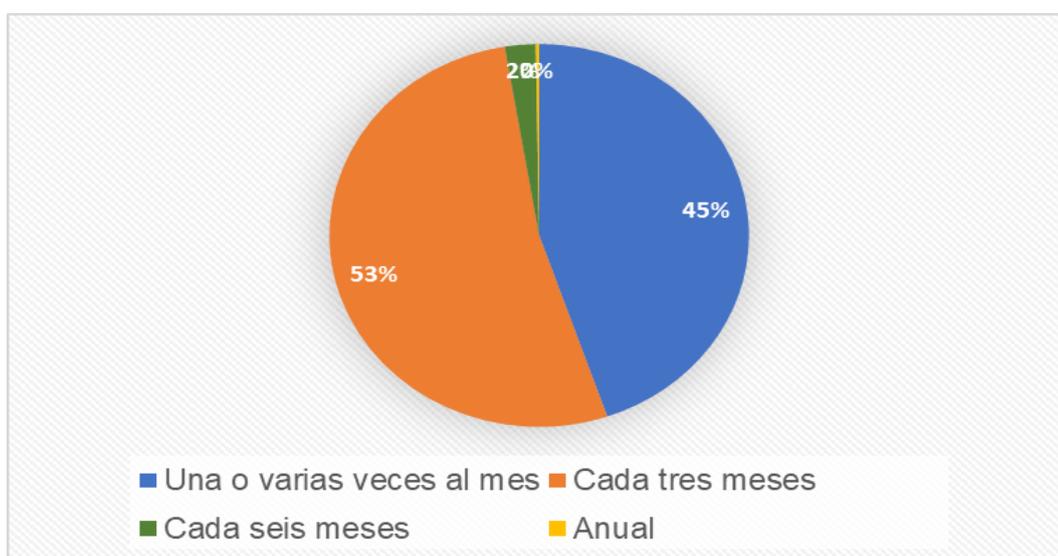


figura 5 resultado de la pregunta 2

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: en la pregunta 2 relacionada con la frecuencia en la que compra ropa de un total de 380 encuestados tenemos que, el 53 % lo realiza cada tres meses; mientras que, el 45 % menciona que lo realizan una o varias veces al mes; por otra parte, el 2 % lo hace cada seis meses y finalmente, el 1 % concluyen que prefieren anualmente.

3. Aproximadamente, ¿Cuánto dinero inviertes cada vez que compras ropa?

Cuadro 5. Gastos en ropa

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Entre 10 a 70 dólares	71	19 %
Entre 71 a 150 dólares	209	55 %
Entre 151 a 250 dólares	77	21 %
Mas de 250 dólares	23	5 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M. (2021)



Figura 6. Gastos en ropa

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: con respecto a cuánto dinero estaría dispuestas a invertir en ropa de las 380 encuestas tenemos que, el 55 % correspondiente a 209 mujeres consumen entre 71 a 150 dólares; mientras que, el 21 %, es decir 77 de ellas gastan entre 151 a 150 dólares; otro grupo indica que entre 10 a 70 dólares correspondiendo un 19% que corresponde a 71 mujeres y finalmente, un 5 % gasta más de 250 dólares.

4. Al pagar por su ropa, ¿Usted prefiere hacerlo en efectivo o con tarjeta de crédito?

Cuadro 6. Preferencia de pago

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Efectivo	214	56 %
Tarjeta de crédito	166	44 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

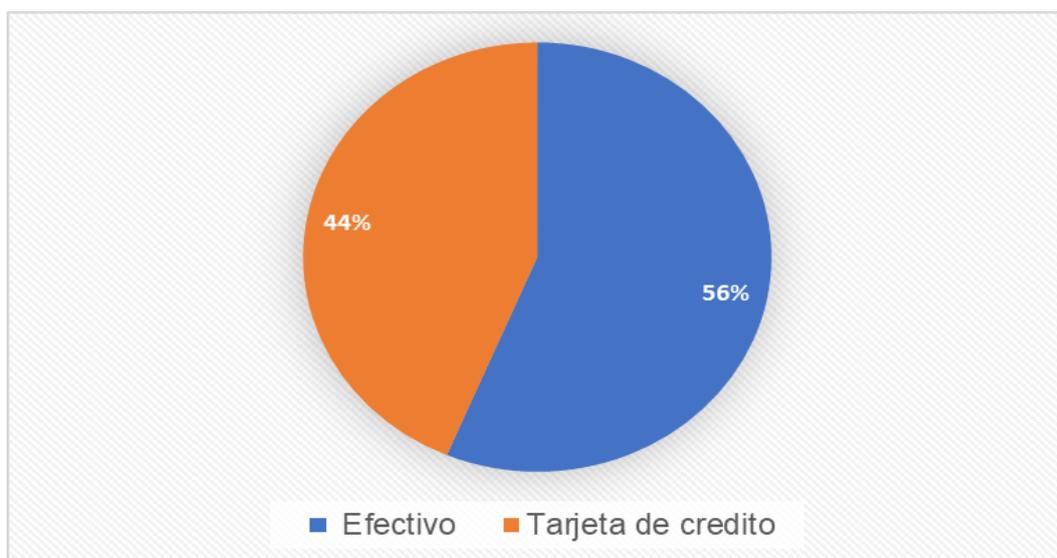


Figura 7 preferencia de pago

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: en lo que tiene que ver con la preferencia de pago de las 380 encuestas aplicadas tenemos que, el 56 % de la población es decir 214 mujeres prefiere pagar en efectivo sus compras y el 44 % que corresponde a los 166 encuestados restantes prefiere hacerlo por medio de la utilización de una tarjeta de crédito.

5. ¿Te sueles fijar en la etiqueta o envoltorio cuando compras tu ropa?

Cuadro 7. Etiqueta y envoltorio

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Etiqueta	27	7%
Envoltorio	43	11 %
Ambas	294	78 %
Me son indiferente	16	4 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

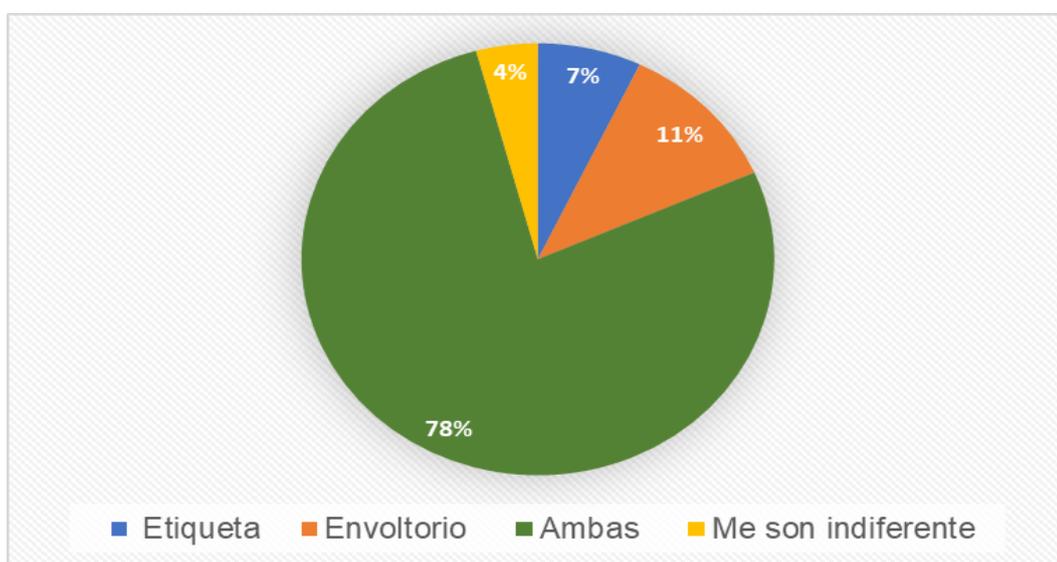


Figura 8 etiqueta y envoltorio

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: esta pregunta hace referencia al etiquetado o envolvimiento de las compras se ha logrado obtener los siguientes resultados. Con un 78 % mencionan que prefieren que estén bien etiquetados y empacados; mientras que, el 11 % prefiere el envoltorio de buena calidad; por otra parte, el 7 % le gusta que este correctamente etiquetado y finalmente, el 4 % le es indiferente.

6. ¿Qué prefieres encontrar en la tienda?

Cuadro 8. Preferencias

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Buena atención	48	13%
Limpieza	19	5%
Ofertas y Descuentos	54	14%
Todas las anteriores	259	68%
Total	380	100%

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

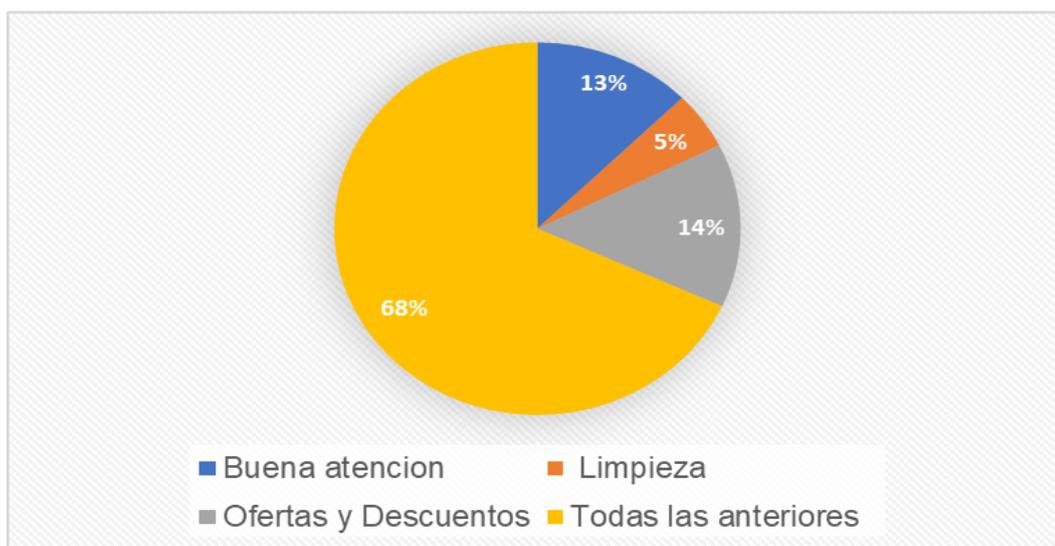


Figura 9 preferencias

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: en lo que tiene que ver con preferencia de 380 encuestados tenemos que, el 68 % es decir 259 mujeres encuestadas prefiere encontrar todo lo consultado (Buena atención, limpieza, ofertas y descuentos); mientras que, el 13 % prefiere la buena atención; el 14 % menciona que les gustan las ofertas y descuentos; finalmente, solo un 5 % prefieren la limpieza.

7. ¿Por qué medio le gustaría a usted enterarse de nuestro catálogo de productos y ofertas?

Cuadro 9. Propaganda

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Publicidad en redes sociales	238	62 %
Publicidad por radio y televisión	140	37 %
Publicidad por medios impresos	2	1 %
Total	380	100

Elaborado por: Guachún, M. (2021)



Figura 10. Propaganda

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: en cuanto a la pregunta número 7, se puede observar en la figura 10 que de 380 encuestados tenemos que, el 62 % prefieren la publicidad en las redes sociales es decir 238 mujeres prefieren así; un 37 % que corresponde a 140 mujeres encuestadas indican que la publicidad por radio y televisión; finalmente, solo el 1 % que se lo realice por medios impresos.

8. Del siguiente listado ¿Cuáles son las principales razones por la que usted no compraría un producto?

Cuadro 10. Producto

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Por la atención	195	51 %
Por la calidad	87	23 %
Por el precio	76	20 %
Por la marca	22	6 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachun Púa María Belén (2022)

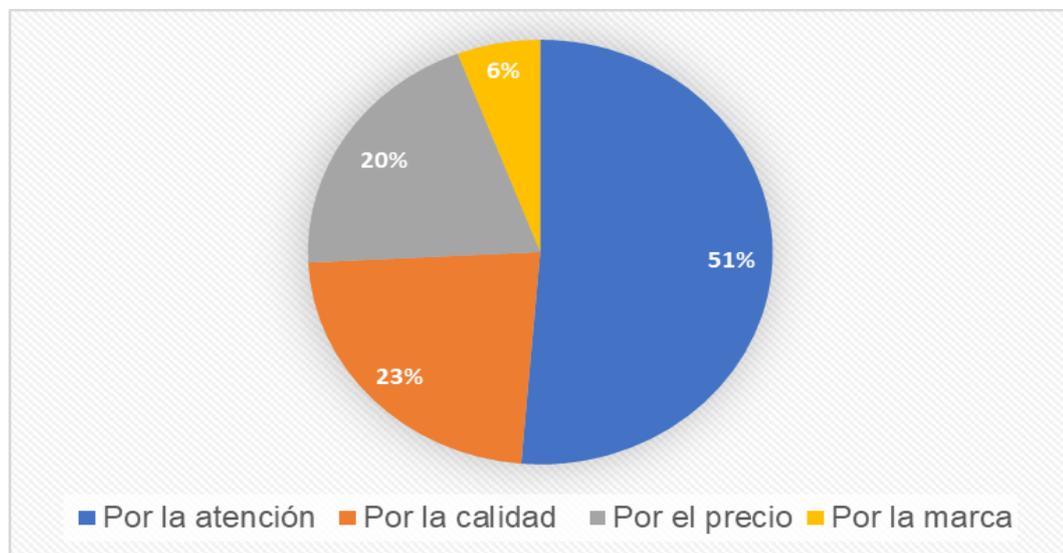


Figura11. Producto

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Interpretación: En cuanto a las razones por la cual un cliente no compraría algún producto tenemos que, de los 380 encuestados el 51 % mencionan que por la atención; mientras que, el 23 % por la calidad del producto; el 20 % sería por el precio; y finalmente, el 6 % por la marca del producto.

9. En el mercado actual ¿Crees que las marcas nacionales van ganando espacio en el mercado?

Cuadro 11. Marcas nacionales

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Si	223	59 %
No	46	12 %
Tal vez	111	29 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachun Púa María Belén (2022)



Figura12. Marcas nacionales

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

De las 380 encuestas aplicadas para esta pregunta sobre el espacio ganado de las marcas nacionales en el mercado tenemos que el 59 % de las personas encuestadas que corresponden a 223 están seguros que si van ganando espacio; en este mismo sentido, el 29 % es decir 111 mujeres dan un talvez. Por otra parte, el 12 % es decir 46 mujeres encuestadas reaccionan con un no.

10. Asistiría usted el día de la inauguración de la microempresa

Cuadro 12. Asistencia a evento

Opciones	Nº Encuestados	Porcentajes
Si	139	37 %
No	40	10 %
Tal vez	201	53 %
Total	380	100 %

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

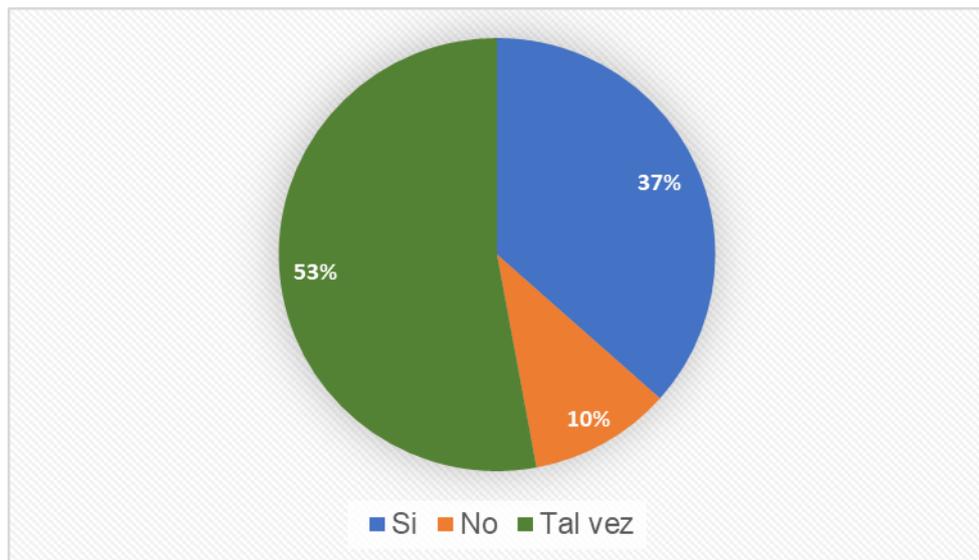


Figura13. Asistencia a evento

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En cuanto a la asistencia al día de la inauguración de los 380 encuestados tenemos que, el 53% perteneciente a 201 mujeres encuestadas tal vez asista; mientras que, el 37 % que conforman 139 mujeres asistirá al evento y solo el 10 % que son 40 personas no puede acudir por diferentes motivos.

Análisis general de la Encuesta

La encuesta fue realizada en el cantón Naranjal y aplicada a 380 mujeres Naranjaleñas con el fin de obtener valiosa información para el estudio de la prefactibilidad financiera para la creación de la microempresa comercializadora de una nueva marca de ropa de mujer “KEVBELL”. La mayor parte de persona consultadas son jóvenes con edades entre 18 a 35 años y pueden ser consideradas como posibles clientes.

En las encuestas se ve reflejado que las personas tienen preferencia, al momento de comprar, ir a lugares en donde se evidencie orden, tengan una buena atención, sean cuidadosos al momento de etiquetar la mercancía y hasta la forma en que la envuelven cuando realizan la compra son detalles que pueden beneficiar a la marca.

Finalmente, también se pudo saber que una forma de realizar publicidad es a través de las redes sociales en donde se pueda ofrecer alguno tipo descuento y oferta. En cuanto a cobros una gran parte de la población le gusta pagar con tarjeta de crédito es un dato a tener muy en cuenta.

Resultados de la Entrevista

A continuación, se dará a conocer las respuestas obtenidas por la aplicación de la entrevista. Cabe recordar que estos resultados serán de gran ayuda al momento de tomar una decisión cuando estén los resultados de los estados financieros.

Entrevista 1

Encuesta realizada a la señora María del Carmen Zambrano Mendoza dueña del negocio "Boutique Mary Carmen"

1. ¿Cuántos años lleva usted en este negocio?

Tengo 7 años a cargo de mi propia empresa

2. ¿Cuántos trabajadores tiene bajo su cargo?

Tengo una persona que me ayuda con las ventas. La mayor parte atiendo con mi esposa.

3. ¿De qué ciudad son sus proveedores?

Bueno tengo de varias ciudades como Cuenca, Guayaquil, Quito y Huaquillas.

4. ¿Qué prendas son las más solicitadas?

Blusas tops, Pantalones y Bisutería.

5. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia por cada prenda?

Entre el 35 al 40 % dependiendo el producto.

6. ¿Qué cantidad de prendas vende al mes?

Si las ventas están buenas serían más de 400 prendas.

7. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para un negocio?

Sí, es fundamental porque el cliente va a donde le atiendan bien.

Entrevista 2

Encuesta realizada al señor Elvis Daniel Cajamarca Jiménez, dueño del negocio "Boutique Naranjal". Tienda de ropa de mujer"

1. ¿Cuántos años lleva usted en este negocio?

Tengo 9 años desde que inicie vendiendo ropa de mujer

2. ¿Cuántos trabajadores tiene bajo su cargo?

Tengo una persona permanentemente, y cuando son temporadas de fiestas contrato temporal a dos personas más. Además, mis hijos me ayudan los fines de semana.

3. ¿De qué ciudad son sus proveedores?

Bueno tengo de varias ciudades como Guayaquil, Quito y Huaquillas.

4. ¿Qué prendas son las más solicitadas?

Pantalones Jeans, blusas y ropa interior en general.

5. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia por cada prenda?

Entre el 30 al 40 % a veces hasta más del 50% eso depende de donde venga la mercadería y la calidad.

6. ¿Qué cantidad de prendas vende al mes?

Como unas 500 prendas.

7. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para un negocio?

Es lo fundamental para que el cliente regrese.

Análisis general de la entrevista

La entrevista fue realizada a dos dueños de diferentes zonas del cantón Naranjal, durante la charla se pudo evidenciar que ambos negocios cuentan con un solo empleado debido a que la familia es el soporte vital de la empresa. Por otra parte, se pudo evidenciar la calidad y la ciudad de origen de los productos, teniendo una visión global de cada establecimiento.

El dialogo generado fue muy enriquecedor para el desarrollo de este estudio, se pudo conocer valores de ganancias aproximadas, su proceso de atención al cliente y despacho. Y como dato importante el tiempo dedicado a su negocio.

Resultado del estado financiero

En esta sección se dará a conocer el estado financiero de la microempresa "KEVBELL" en la cual se va a detallar todas sus proyecciones tanto de ventas como las de gastos, se presentará también los activos que se va a requerir para el inicio de su ejecución y así mismo se dará a conocer como se va a financiar el proyecto en caso de ser factible

Cabe recalcar la importancia de la realización de este estado financiero para poder sacar nuestras propias conclusiones, una vez obtenido los resultados del TIR y el VAN y poder así determinar la prefactibilidad financiera de la creación de una microempresa comercializadora de una nueva marca de ropa de mujer "KEVBELL", en el cantón Naranjal, provincia del Guayas.

Cuadro 13. Activos de la empresa

ACTIVOS FIJOS			
concepto	precio	cantidad	total
Unidades de Exposición de Prendas			\$ 2.094,40
Vestidores	150,00	2	\$300,00
Estantes	80,00	5	\$400,00
Mesas de exhibición	45,00	3	\$135,00
Espejos 50 x 143	90,00	2	\$180,00
Maniqués cuerpo entero	160,00	3	\$480,00
Maniqués medio cuerpo	70,00	2	\$140,00
Habladores publicitarios 14,8 x 21 cm	4,50	6	\$27,00
Habladores publicitarios 10,5 x 14,8 cm	2,90	6	\$17,40
Armadores x 12	3,50	50	\$175,00
Luces led para mamparas	15,00	2	\$30,00
Escritorio	150,00	1	\$150,00
Silla de escritorio	60,00	1	\$60,00
Útiles de Oficina			\$437,75
Bolígrafo	0,25	3	\$0,75
Grapadora	2,00	1	\$2,00
Materiales de envolturas de 26 x 30 cm	30,00	5	\$150,00
Materiales de envolturas de 24 x 18 cm	24,00	5	\$120,00
Material de etiquetado	65,00	1	\$65,00
Fundas personalizadas x100	20,00	5	\$100,00
			\$
Equipo de Oficina			500,00
Teléfono	50,00	1	\$50,00
Aire acondicionado 18000	450,00	1	\$450,00
Equipo de Computación			\$ 1.585,00
Caja registradora	60,00	1	\$60,00
Impresora	75,00	1	\$75,00
Computadora	600,00	1	\$600,00
Cámaras de seguridad	400,00	1	\$400,00
Sensores de seguridad para la ropa x 100	50,00	9	\$450,00
Total			\$ 4.617,15

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En el presente cuadro 13 se detalla claramente los diferentes tipos de activos fijos necesarios para dar inicio al presente proyecto dando un valor de 4617,15 dólares americanos. Cabe recalcar, que este valor se sumara

al valor de la mercadería que se vaya a necesitar. A continuación, en el cuadro 13 se detalla la depreciación de los activos ya presentados.

Cuadro 14. Depreciación de activos

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	PORCENTAJE	VIDA UTIL	DEP. ANUAL
Unidades de exposición de prendas	10%	10	\$ 209,44
Equipo de oficina	10%	10	\$ 50,00
Equipo de computación	33%	3	\$ 523,05
Total			\$ 782,49

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Dando continuidad, se puede apreciar el cuadro 15 la inversión que se va a necesitar para este proyecto, el cuadro con valores de la compra de mercadería se los pondrá en anexos.

Cuadro 15. Inversión requerida

INVERSION REQUERIDA	
DETALLE	VALOR
Inversión activos fijos	\$ 4.617,15
Compra de mercadería	\$ 19.663,00
Total de inversión	\$ 24.280,15

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En el siguiente cuadro se podrá apreciar el capital que se va a necesitar financiar, y el capital que será propio.

Cuadro 16. Financiamiento a necesitar

FINANCIAMIENTO BANCARIO	
Inversión total	\$ 24.280,15
Capital propio	\$ 7.280,15
Financiamiento requerido	\$ 17.000,00

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Para encaminar el presente estudio de prefactibilidad se necesita, según los datos investigados por medio de estudios, la cantidad de \$ 24280,15. Para lo cual, \$ 7280,15 dólares pertenecen a un capital propio; mientras que, la diferencia se la obtendrá mediante un crédito en una institución bancaria con el fin de obtener el capital requerido.

Cuadro 17. Cuadro de información de préstamo

PRESTAMO BANCARIO	
Institución bancaria	Cooperativa Jep
Monto	17.000
Periodo meses	60
Tasa interés anual	16,00%
Cuotas mensuales	\$413,41

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Cuadro 18. Cuadro de resumen de tabla de amortización

RESUMEN DE PRESTAMO BANCARIO				
AÑO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
1	\$2.412,74	\$2.548,14	\$4.960,88	\$14.587,26
2	\$2.828,39	\$2.132,50	\$4.960,88	\$11.758,87
3	\$3.315,64	\$1.645,25	\$4.960,88	\$8.443,23
4	\$3.886,82	\$1.074,06	\$4.960,88	\$4.556,41
5	\$4.556,41	\$404,47	\$4.960,88	\$0,00
Total	\$17.000,00	\$7.804,42	\$24.804,42	\$7.804,42

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En los datos presentado del cuadro 18, se puede apreciar el resumen de la tabla de amortización de los pagos correspondiente al préstamo bancario, que está dividido a 60 cuotas de \$ 413,41. A pagar mensualmente con un interés del 16 % que da como valor a pagar por el mismo de \$ 7804,42. Quedando con un valor final a pagar de \$ 24804,42.

Cuadro 19. Proyecciones de ventas

Ventas proyectadas					
Descripción	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Blusas	36750,00	37672,43	38618,00	39587,31	40580,96
Suéter	24141,60	24747,55	25368,72	26005,47	26658,21
Camisetas	7476,00	7663,65	7856,01	8053,19	8255,33
Crop tops	18194,40	18651,08	19119,22	19599,11	20091,05
Sudaderas	6686,40	6854,23	7026,27	7202,63	7383,42
Vestidos	31785,60	32583,42	33401,26	34239,63	35099,05
Vestidos casuales o gala	6384,00	6544,24	6708,50	6876,88	7049,49
Enterizos cortos	14347,20	14707,31	15076,47	15454,89	15842,81
Jumpers	5174,40	5304,28	5437,41	5573,89	5713,80
Chaquetas	10752,00	11021,88	11298,52	11582,12	11872,83
Licras	6594,00	6759,51	6929,17	7103,10	7281,38
Faldas	10432,80	10694,66	10963,10	11238,27	11520,35
Pantalones	32323,20	33134,51	33966,19	34818,74	35692,69
Total	\$211.041,60	\$216.338,74	\$221.768,85	\$227.335,24	\$233.041,36

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Luego de haber presentado en el cuadro 19 las ventas que se obtendrán durante 5 años según la proyección realizada. se procederá a continuación en el cuadro 19 a detallar los respectivos gastos de servicios básicos que son necesario ya que es lo que se utilizara en todo momento.

Cuadro 20. Cuadro de gastos en servicios básicos

Gastos servicios básicos		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Agua	\$ 11,00	\$ 132,00
Luz	\$ 45,00	\$ 540,00
Telefonía fija e internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Total	\$ 91,00	\$ 1.092,00

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

A continuación, se podrá visualizar en el cuadro 21 los gastos que se obtendrá por el alquiler del local, detallado mensual y anualmente.

Cuadro 21. Gastos de Alquiler del local

Gastos de arriendo		
Descripción	Mensual	Anual
Arriendo de local	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Total	\$ 400,00	\$ 4.800,00

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En el cuadro 22 se aprecia los gastos de publicidad ya que es muy importante también hacerse dar a conocer la microempresa tanto en el momento de apertura como en sus promociones mensuales.

Cuadro 22. Gastos de publicidad

Gastos de operación (ventas)		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Publicidad	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

En el siguiente cuadro 23 se va a exponer todos los valores correspondientes a los gastos administrativos, también se incluirán los gastos de alquiler de local y lo que son los servicios básicos, con su respectiva proyección a cinco años. Además, con su debido incremento a causa de la inflación de cada año.

Cuadro 23. gastos administrativos

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 24.273,90	\$ 24.395,27	\$ 24.517,25	\$ 24.639,83	\$ 24.763,03
Servicios básicos	\$ 1.092,00	\$ 1.097,46	\$ 1.102,95	\$ 1.108,46	\$ 1.114,00
Arriendo de local	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Útiles de oficina	\$ 50,00	\$ 50,25	\$ 50,50	\$ 50,75	\$ 51,01
Gastos depreciación	\$ 782,49	\$ 782,09	\$ 782,09	\$ 782,09	\$ 782,09
TOTAL	\$ 30.998,39	\$ 31.125,07	\$ 31.252,78	\$ 31.381,14	\$ 31.510,13

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

A continuación, se realizará el cuadro 24 con las proyecciones a cinco años en el gasto de publicidad con su respectiva inflación.

Cuadro 24. Proyección de gastos de publicidad

PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de publicidad	\$ 2.400,00	\$ 2.412,00	\$ 2.424,06	\$ 2.436,18	\$ 2.448,36
Total	\$ 2.400,00	\$ 2.412,00	\$ 2.424,06	\$ 2.436,18	\$ 2.448,36

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Luego de conocer los ingresos que tendrá la microempresa mediante las proyecciones de ventas, y también de haber realizado los gastos de la misma manera proyectados a cinco años, se procederá a la realización del estado de resultado con proyección a cinco años. A continuación, en el cuadro 25.

Cuadro 25. Cuadro del estado de resultado proyectado a 5 años

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas	211041,60	216338,74	221768,85	227335,24	233041,36
(-) Costo de venta	150744,00	154527,67	158406,32	162382,32	166458,11
Utilidad bruta	60297,60	61811,07	63362,53	64952,93	66583,25
(-) Gastos					
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	24273,90	24395,27	24517,25	24639,83	24763,03
Arriendo de local	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00
Suministro de oficina	50,00	50,25	50,50	50,75	51,01
Servicios básicos	1092,00	1097,46	1102,95	1108,46	1114,00
Depreciación	782,49	782,09	782,09	782,09	782,09
Total gastos administrativos	30998,39	31125,07	31252,78	31381,14	31510,13
Gastos de ventas					
Publicidad	2400,00	2412,00	2424,06	2436,18	2448,36
Total gastos de ventas	2400,00	2412,00	2424,06	2436,18	2448,36
Utilidad operacional	26899,21	28274,00	29685,68	31135,61	32624,75
Gastos financieros	2548,14	2132,50	1645,25	1074,06	404,47
Utilidad antes de participación a trabajadores	24351,07	26141,50	28040,44	30061,55	32220,28
Participación trabajadores 15%	3652,66	3921,23	4206,07	4509,23	4833,04
Utilidad antes de impuesto a la renta	20698,41	22220,28	23834,37	25552,32	27387,24
Impuesto a la renta 22%	4553,65	4888,46	5243,56	5621,51	6025,19
Utilidad antes de reserva legal	16144,76	17331,82	18590,81	19930,81	21362,04
Reserva legal 10%	1614,48	1733,18	1859,08	1993,08	2136,20
Utilidad neta	\$ 14.530,28	\$ 15.598,64	\$ 16.731,73	\$ 17.937,73	\$ 19.225,84

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Luego de haber realizado el estado de resultado proyectado de la empresa “KEVBELL”, se procederá a realizar el respectivo flujo de efectivo a continuación en el cuadro 26 se detallará lo que queda de flujo neta de la empresa de cada año.

Cuadro 26. Presupuesto de efectivo

PRESUPUESTO DE EFECTIVO PROYECTADO						
PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 211.041,60	\$ 216.338,74	\$ 221.768,85	\$ 227.335,24	\$ 233.041,36
Costo de ventas		\$ 150.744,00	\$ 154.527,67	\$ 158.406,32	\$ 162.382,32	\$ 166.458,11
UTILIDAD BRUTA		\$ 60.297,60	\$ 61.811,07	\$ 63.362,53	\$ 64.952,93	\$ 66.583,25
(-)GASTOS OPERACIONALES						
Gastos administrativos		\$ 30.998,39	\$ 31.125,07	\$ 31.252,78	\$ 31.381,14	\$ 31.510,13
Gastos de ventas		\$ 2.400,00	\$ 2.412,00	\$ 2.424,06	\$ 2.436,18	\$ 2.448,36
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 33.398,39	\$ 33.537,07	\$ 33.676,84	\$ 33.817,32	\$ 33.958,49
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 26.899,21	\$ 28.274,00	\$ 29.685,68	\$ 31.135,61	\$ 32.624,75
(-)Gastos financieros		\$ -2.548,14	\$ -2.132,50	\$ -1.645,25	\$ -1.074,06	\$ -404,47
Utilidad antes de participacion a trabajadores		\$ 24.351,07	\$ 26.141,50	\$ 28.040,44	\$ 30.061,55	\$ 32.220,28
Pago participacion trabajadores			\$ 3.652,66	\$ 3.921,23	\$ 4.206,07	\$ 4.509,23
Pago impuesto a la renta e impsto.			\$ 4.553,65	\$ 4.888,46	\$ 5.243,56	\$ 5.621,51
(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 24.351,07	\$ 17.935,19	\$ 19.230,75	\$ 20.611,92	\$ 22.089,54
(+) Ajustes de depreciacion		\$ 782,49	\$ 782,09	\$ 782,09	\$ 782,09	\$ 782,09
(=)EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		\$ 25.133,56	\$ 18.717,28	\$ 20.012,84	\$ 21.394,01	\$ 22.871,63
ACTIVIDADES DE INVERSION						
Activos fijos	\$ 4.617,15					
Capital de trabajo	\$ 19.663,00					
FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	\$ 24.280,15					
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo bancario	\$ 17.000,00					
Amortización de capital		\$ -2.412,74	\$ -2.828,39	\$ -3.315,64	\$ -3.886,82	\$ -4.556,41
FIUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		\$ -2.412,74	\$ -2.828,39	\$ -3.315,64	\$ -3.886,82	\$ -4.556,41
(=)FLUJO NETO		\$ 22.720,82	\$ 15.888,90	\$ 16.697,20	\$ 17.507,19	\$ 18.315,22
FLUJO DEL PRESTAMO	\$ -17.000,00	\$ 27.681,70	\$ 20.849,78	\$ 21.658,09	\$ 22.468,07	\$ 23.276,10
FLUJO DEL PROYECTO	\$ -24.280,15	\$ 22.720,82	\$ 15.888,90	\$ 16.697,20	\$ 17.507,19	\$ 18.315,22
FLUJO ACUMULADO	\$ -24.280,15	\$ -1.559,33	\$ 14.329,56	\$ 31.026,77	\$ 48.533,95	\$ 66.849,17

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Después de obtener resultados se realizará un cuadro con valores de flujo de caja de 5 años que servirán para la realización de los indicadores financieros TIR y VAN.

Cuadro 27. flujo de efectivo neto proyectado.

FLUJO DE CAJA NETO						
años	inicial	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Flujo de caja neto	\$ 24.280,15	\$ 22.720,82	\$ 15.888,90	\$ 16.697,20	\$ 17.507,19	\$ 18.315,22

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Indicadores financieros TIR y VAN

Cuadro 28. Cálculo del VAN

WACC			13,92%
N°	FNE	(1+i)^	FNE(1+i)^
0	\$ -24.280,15	1,00	\$ -24.280,15
1	\$ 22.720,82	1,14	\$ 19.945,24
2	\$ 15.888,90	1,30	\$ 12.244,03
3	\$ 16.697,20	1,48	\$ 11.295,09
4	\$ 17.507,19	1,68	\$ 10.396,27
5	\$ 18.315,22	1,92	\$ 9.547,47
VAN			\$ 39.147,94

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

Cuadro 29. Cálculo del TIR

TIR			75%
N°	FNE	(1+i)^	FNE(1+i)^
0	\$ -24.280,15	1,00	\$ -24.280,15
1	\$ 22.720,82	1,75	\$ 12.986,32
2	\$ 15.888,90	3,06	\$ 5.190,60
3	\$ 16.697,20	5,36	\$ 3.117,67
4	\$ 17.507,19	9,37	\$ 1.868,38
5	\$ 18.315,22	16,39	\$ 1.117,18
VAN			\$ 0,00

Elaborado por: Guachún, M. (2021)

El Valor Actual Neto (VAN), después de obtener el flujo de efectivo neto con la proyección a cinco años, arrojo un valor positivo de \$ 39.147,94 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 75% lo que significa que el proyecto es viable financieramente.

CONCLUSIONES

Al realizar el estudio del presente proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa comercializadora, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ Al iniciar el presente estudio, se analizó todos los aspectos como su alcance, objetivos, obstáculos que se puedan presentar, referentes teóricos entre otros. En donde se puede concluir que la información teórica, dada por diferentes autores, tienen gran importancia durante el análisis e interpretación de los resultados facilitando la viabilidad del proyecto.
- ❖ Uno de los mayores problemas que tiene el emprendedor al iniciar un negocio son las fuentes de financiamiento. Es común que los bancos demuestren desconfianza debido al desconocimiento de cómo se mueve cierto mercado; por este motivo, se concluye que con la presentación de un buen estudio de prefactibilidad antes de solicitar un crédito aumenta la posibilidad de ser otorgado.
- ❖ En base a la encuestas y entrevistas realizadas se pudo obtener información relevante y necesaria para la atención al cliente teniendo como conclusión que el ambiente que se genere es muy importante. La nivelación entre precio y calidad, la publicidad mediante el uso de redes sociales puede generar altas expectativas de ventas.
- ❖ Mediante la evaluación técnica y financiera se concluye la viabilidad del presente proyecto. Gracias a la elaboración del informe con los indicadores del VAN y el TIR. En el cual, se esclarece que en un periodo de cinco años permitirá el pago del préstamo bancario y generara ganancias.

RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el presente estudio se realiza las siguientes recomendaciones:

- ❖ Al iniciar el emprendimiento se recomienda llevar una contabilidad diaria con el fin de cumplir las metas propuestas. Se debe tener en claro los términos de rentabilidad y flujo.
- ❖ Tomar muy en cuenta que siempre se debe buscar la excelencia en el servicio con un alto control de calidad, atención al público y valores que sean referentes para la preferencia de los clientes.
- ❖ Se recomienda la distribución adecuada y organizada de las tareas y funciones claramente definidas de cada empleado con el fin de que la empresa pueda funcionar sin ningún inconveniente.
- ❖ Se sugiere que la publicidad no este limitado a medios tradicionales; sino más bien, sea trasladada a medios digitales como, por ejemplo: Facebook o Instagram.
- ❖ Se recomienda que la distribución de espacio dentro del local físicos sea acorde, el orden de las prendas y su etiquetado deberá ser el correcto para evitar pérdidas.
- ❖ Se recomienda llevar un registro de inventario con el fin de saber que productos está saliendo con mayor frecuencia y cuales se están quedando. Esto ayudara a tener un panorama claro que ayude a la creación de estrategias para mejorar la venta.
- ❖ Y por último, se sugiere optimizar los gastos y la utilización de recursos sin sacrificar la calidad del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- A.M, G. (s.f.). *Facultad de economía UNAM*. Obtenido de estudio de mercado:
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap1.pdf>
- Alexander Guzman, David Guzman, Tatiana Romero. (2005). CONTABILIDAD FINANCIERA. En D. G. Alexander Guzman, *contabilidad financiera* (pág. 246). Bogota D.C: centro editorial de la universidad del rosario.
- Añez, j. (25 de octubre de 2021). *¿que es estudio financiero de un proyecto?.Retrieved from*. Obtenido de web y empresas:
<https://www.webyempresas.com/estudio-tecnico-de-un-proyecto/>
- APD, r. (17 de noviembre de 2020). *Analisis de los estados financieros de una empresa. redaccion APD*. Obtenido de <https://www.apd.es/analisis-de-los-estados-financieros-de-una-empresa/>
- Arias, A. S. (15 de julio de 2014). *tasa interna de retorno(TIR)*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Arias, A. S. (08 de octubre de 2015). *Economia. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia.html>
- Arias, A. S. (31 de 10 de 2015). *Estados financieros. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Arias, E. R. (2020 de mayo de 08). *Viabilidad. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>
- Cao, C. (2018 de junio de 2018). *la definicion.com. compras*. Obtenido de <https://ladeldefinicion.com/compras/>
- CIRCULANTIS. (16 de junio de 2020). *Circulantis. analisis economico financiero*. Obtenido de <https://circulantis.com/blog/analisis-economico-financiero/>
- economico-financiero, c. y. (12 de Marzo de 2019). *analisis y calculo de la rentabilidad.I.F.R.I*. Obtenido de <https://www.ifri.es/analisis-y-calculo-de-la-rentabilidad/>
- Emprendimiento.significados.com*. (05 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Enrique, R. A. (08 de mayo de 2020). *viabilidad.Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>
- Esteve, E. H. (2002). la historia de la contabilidad. *revista libros*, 67-68.
- Esteve, E. H. (2002). la historia de la contabilidad . *revista libros* , 67-68.
- financiera, a. d. (agosto de 2014). ANTOLOGÍA PARA CURSO DE FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD. Coordinación Regional Poza Rica –Tuxpan.
- Galan, J. S. (27 de mayo de 2016). *coste-costo. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Galan, J. S. (09 de febrero de 2016). *presupuesto. Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>
- Galan, J. S. (09 de febrero de 2016). *presupuesto. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>
- Gil, S. (03 de diciembre de 2015). *Al contado. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/al-contado.html>

- Helmut, S. C. (13 de abril de 2019). *Estudio de prefactibilidad: para qué sirve, cómo se hace, ejemplo*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>
- I.F.R.I. (12 de marzo de 2019). *Análisis y cálculo de la rentabilidad I.F.R.I.* Obtenido de <https://www.ifri.es/analisis-y-calculo-de-la-rentabilidad/>
- Julian Perez, Maria Merino. (2021). *definicion.de. definicion de inversion* .
- Landaure, J. C. (28 de junio de 2016). *Costos de inversión y de operación en la formulación de un proyecto. conexionesan.edu*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Merino, J. P. (2015). *Definicion.de*. Obtenido de Definición de prefactibilidad: <https://definicion.de/prefactibilidad/>
- morales, V. v. (15 de junio de 2014). *valor actual neto (VAN)*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Nirian, P. O. (17 de abril de 2020). *proyecto de inversion* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>
- Nuño, P. (07 de Julio de 2017). *emprende pyme. estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Oca, J. M. (20 de julio de 2015). *credito. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/credito.html>
- Peña, L. (29 de julio de 2020). *la microempresa. billin.net*. Obtenido de <https://www.billin.net/blog/microempresa/>
- Piza, Burgos et al. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455 - 459.
- Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *estudio de factibilidad. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *Estudio de factibilidad. Economipedia.com*. Recuperado el 26 de 10 de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Rodriguez, M. (25 de febrero de 2020). *definicion de caja. eactivo.es*. Obtenido de <https://www.eactivo.es/glosario/caja-en-contabilidad/>
- rolando, L. M. (17 de enero de 2020). *objetivos de la contabilidad financiera. gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/objetivos-contabilidad-financiera/>
- Roldan, P. N. (29 de junio de 2017). *contabilidad financiera. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/contabilidad-financiera.html>
- Ucha, A. P. (16 de julio de 2015). *Demanda. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- webscolar: personajes que aportaron a la contabilidad*. (25 de junio de 2011). Obtenido de <https://www.webscolar.com/personajes-que-aportaron-a-la-contabilidad>
- Westreicher, G. (04 de agosto de 2020). *ventas. Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>
- ZAMBRANO, L. M. (enero de 2017). “ANÁLISIS DE LOS FACTORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS QUE. guayaquil, guayas, ecuador.

zipforecasting. (25 de septiembre de 2020). *guia completa de proyecciones de flujo de efectivo para empresas*. Obtenido de <https://zipforecasting.com/es/cash-flow-projection.html>

zipforecasting. (25 de septiembre de 2020). *guia completa de proyecciones de flujo de efectivo para empresas*. Obtenido de <https://zipforecasting.com/es/cash-flow-projection.html>

Anexos



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Encuesta

Buenos días, su opinión es de gran importancia para nosotros. Por tal motivo, le hacemos participe de esta encuesta que tiene como finalidad valorar la factibilidad del lanzamiento de una marca de ropa para mujer “KEYBELL”.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y responda Utilizando bolígrafo de color azul Marque con una (x), en el casillero la respuesta

1. Su edad oscila entre:

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- Mas de 46 años

2. ¿Con qué frecuencia compras ropa?

- Una o varias veces al mes
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Anual

3. Aproximadamente, ¿Cuánto dinero inviertes cada ves que compras ropa?

- Entre 10 a 50 dólares
- Entre 51 a 100 dólares
- Entre 101 a 200 dólares
- Mas de 201 dólares

4. Al pagar por su ropa, ¿Usted prefiere hacerlo en efectivo o con tarjeta de crédito?

- Efectivo
- Tarjeta

5. ¿Te sueles fijar en la etiqueta o envoltorio cuando compras tu ropa?

- Etiqueta
- Envoltorio
- Ambas
- Me son indiferente

6. ¿Qué prefieres encontrar en la tienda?

- Limpieza
- Buena atención

- Ofertas y Descuentos
- Todas las anteriores

7. ¿Por qué medio le gustaría a usted enterarse de nuestros catalogo de productos y ofertas?

- Publicidad en redes sociales
- Publicidad por radio y televisión
- Publicidad por medios impresos

8. Del siguiente listado ¿Cuales son las principales razones por las que algunas personas no compran un producto?

- Por la atención
- Por la calidad
- Por el precio
- Por la marca

9. En el mercado actual ¿Crees que las marcas nacionales van ganando espacio?

- Si

No

Talvez

10. Asistiría usted el día de la inauguración de la microempresa

Si

No

Tal vez

Muchas gracias por su colaboración



ENTREVISTA DIRIGIDA A DUEÑO DE ALMACEN DE ROPA DE MUJER

- 1. ¿Cuántos años lleva usted en este negocio?**

- 2. ¿Cuántos trabajadores tiene bajo su cargo?**

- 3. ¿De qué ciudad son sus proveedores?**

- 4. ¿Qué prendas son las mas solicitadas?**

- 5. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia por cada prenda?**

- 6. ¿Qué cantidad de prendas vende al mes?**

- 7. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para un negocio?**

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO

Sueldos y Salario

NOMINA											
BENEFICIOS SOCIALES							APORTE AL IESS				
Nomina	Sueldo	Decimo tercero	Decimo cuarto	Fondos de reserva 8,33%	Vacaciones	Total de beneficios	Aporte individual 9,45%(iess)	Aporte patronal 11,15%	Total de aporte	Costo mensual	Costo anual
Gerente general	\$ 700	58,33	35,42	58,31	29,17	\$ 122,92	66,15	78,05	144,2	\$ 900,97	\$ 10.811,60
Ayudante de ventas 1	\$ 425	35,42	35,42	35,4025	17,71	\$ 88,54	40,1625	47,3875	87,55	\$ 560,93	\$ 6.731,15
Ayudante de ventas 2	\$ 425	35,42	35,42	35,4025	17,71	\$ 88,54	40,1625	47,3875	87,55	\$ 560,93	\$ 6.731,15
TOTAL	\$ 1.550,00	\$ 129,17	\$ 106,25	\$ 129,12	\$ 64,58	\$ 300,00	\$ 146,48	\$ 172,83	\$ 319,30	\$ 2.022,83	\$ 24.273,90

MERCADERIA

DESCRIPCION	MARCA	CANT	PRECIO	TOTAL
Blusa o Camisa con mangas bombachas	KEVBELL	14	\$26,00	\$364,00
Blusa con estampado Vichy	KEVBELL	14	\$20,00	\$280,00
Blusa con mangas volantes	KEVBELL	15	\$25,00	\$375,00
Blusa asimétrica o a un hombro	KEVBELL	15	\$24,00	\$360,00
Blusa con blondas o volantes en todo el cuerpo	KEVBELL	14	\$15,50	\$217,00
Blusa con transparencias	KEVBELL	14	\$16,00	\$224,00
Camisa o blusa a rayas	KEVBELL	14	\$18,00	\$252,00
Plus! Camisa blanca	KEVBELL	13	\$16,00	\$208,00
Blusa escotada	KEVBELL	15	\$20,00	\$300,00
Blusa con mangas largaga sencilla	KEVBELL	13	\$15,00	\$195,00
Blusa de bestir sencilla	KEVBELL	11	\$15,00	\$165,00
Blusa hippy	KEVBELL	20	\$20,00	\$400,00
Suéter casual	KEVBELL	15	\$20,00	\$300,00
Suéter de cuello en V	KEVBELL	12	\$20,00	\$240,00
Suéter de cuello en V con solapas	KEVBELL	10	\$20,00	\$200,00
Suéter deportivo	KEVBELL	14	\$15,00	\$210,00
Suéter con cuello de tortuga	KEVBELL	13	\$18,00	\$234,00
Suéter de cuello redondo	KEVBELL	13	\$18,00	\$234,00
Suéter estilo túnica	KEVBELL	13	\$20,00	\$260,00
Suéter cárdigan	KEVBELL	15	\$23,00	\$345,00
Vestido de suéter	KEVBELL	13	\$23,00	\$299,00
Camisas casual	KEVBELL	15	\$10,00	\$150,00
Camisa de vestir	KEVBELL	14	\$10,00	\$140,00
Camiseta de cuello redondo	KEVBELL	15	\$12,00	\$180,00
Camiseta polo	KEVBELL	14	\$15,00	\$210,00
Tops con patrones	KEVBELL	20	\$14,50	\$290,00
Tops deportivo	KEVBELL	17	\$15,00	\$255,00
Tops con escote en V	KEVBELL	19	\$14,50	\$275,50
Tops con encaje	KEVBELL	18	\$14,50	\$261,00
Tops tipo blusa	KEVBELL	17	\$14,50	\$246,50
Tops de manga larga	KEVBELL	13	\$15,00	\$195,00
Sudadera con zipper basico	KEVBELL	10	\$22,00	\$220,00
Sudadera con capucha	KEVBELL	12	\$18,00	\$216,00
Sudadera basica	KEVBELL	14	\$18,00	\$252,00
Vestidos de corte recto	KEVBELL	14	\$22,00	\$308,00
Vestido de corte imperio	KEVBELL	13	\$24,00	\$312,00
Vestido de cintura alta	KEVBELL	15	\$25,00	\$375,00
Vestido tubo	KEVBELL	13	\$25,00	\$325,00
Vestido canesú	KEVBELL	13	\$30,00	\$390,00
Vestido túnica	KEVBELL	11	\$25,00	\$275,00
Vestido de cierre	KEVBELL	12	\$25,00	\$300,00
Vestido campesino	KEVBELL	14	\$21,00	\$294,00
Vestido de Muñeca	KEVBELL	13	\$21,00	\$273,00
Vestido camisola	KEVBELL	10	\$21,00	\$210,00
Vestidos casuales o gala	KEVBELL	15	\$38,00	\$570,00
Enterizos cortos	KEVBELL	17	\$21,00	\$357,00
Enterizos largos	KEVBELL	13	\$28,00	\$364,00
Enterizos tipo Short	KEVBELL	14	\$27,00	\$378,00
Enterizos tipo Jeans	KEVBELL	10	\$27,00	\$270,00
Jumpers	KEVBELL	27	\$14,00	\$378,00
Briker	KEVBELL	11	\$20,00	\$220,00
Blazer	KEVBELL	18	\$20,00	\$360,00
Bomber	KEVBELL	13	\$20,00	\$260,00
Chaqueta tipo Jeans	KEVBELL	10	\$20,00	\$200,00
Licras deportivas	KEVBELL	20	\$11,50	\$230,00
Licras sencillas	KEVBELL	20	\$7,00	\$140,00
Licra de poliéster	KEVBELL	10	\$23,00	\$230,00
Falda Larga	KEVBELL	13	\$15,00	\$195,00
Falda Jeans corta	KEVBELL	10	\$12,00	\$120,00
Flada corta paperbag	KEVBELL	14	\$12,00	\$168,00
Falda shorts	KEVBELL	12	\$15,00	\$180,00
Falda con tablonos	KEVBELL	14	\$16,00	\$224,00
Falda Jeans larga	KEVBELL	10	\$20,00	\$200,00
Pantalones largo	KEVBELL	12	\$25,00	\$300,00
Pantalones cargo	KEVBELL	10	\$20,00	\$200,00
Pantalones capri	KEVBELL	14	\$25,00	\$350,00
Pantalones acampanados	KEVBELL	15	\$26,00	\$390,00
Pantalones tipo tubo	KEVBELL	15	\$25,00	\$375,00
Pantalones tipo pescador	KEVBELL	13	\$22,00	\$286,00
Pantalones levanta cola	KEVBELL	15	\$20,00	\$300,00
Pantalón de tela alicrado	KEVBELL	15	\$15,00	\$225,00
Pantalón de tela	KEVBELL	11	\$18,00	\$198,00
Shorts	KEVBELL	19	\$20,00	\$380,00
TOTAL				\$ 19.663,00