



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y**  
**DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN**  
**DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**EMPRENDIMIENTO**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS MICROEMPRESA “YOUR IDEAL**  
**PLACE”**

**Autores:**

Sra. Barahona Santos Peggy Carolina

Srta. David Arreaga Karen Tatiana

**Tutor:**

MAE. Solís Granda Luis Eduardo

**Milagro, Octubre 2019**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero  
Fabricio Guevara Viejo, PhD.  
**RECTOR**  
**Universidad Estatal de Milagro**  
Presente.

Yo, Barahona Santos Peggy Carolina en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de Octubre de 2019



Barahona Santos Peggy Carolina  
Autor 1  
C.I: 0955416912

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, PhD.  
**RECTOR**  
Universidad Estatal de Milagro  
Presente.

Yo, David Arreaga Karen Tatiana en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de Octubre del 2019.

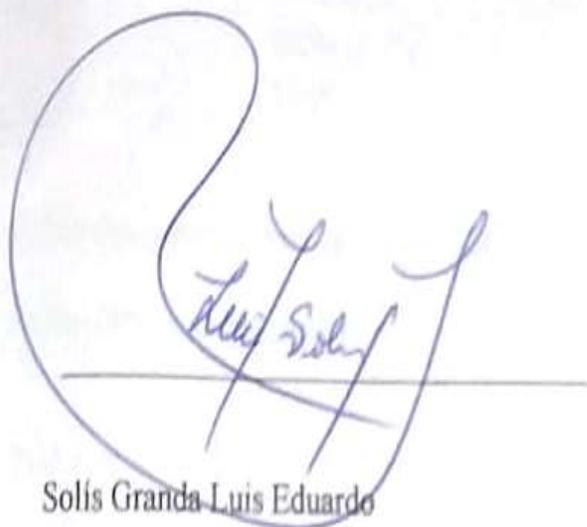
*David Arreaga Karen Tatiana*

David Arreaga Karen Tatiana  
Autor 2  
C.I: 0929858264

## APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Ing. Solís Granda Luis Eduardo en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por las estudiantes Barahona Santos Peggy Carolina y David Arreaga Karen David, cuyo tema de trabajo de Titulación es Plan de Acción Microempresa "Your Ideal Place", que aporta a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria, y sostenibilidad previo a la obtención del Grado INGENIERA COMERCIAL, trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de Octubre del 2019

A large, stylized handwritten signature in blue ink, enclosed within a large, loopy circular flourish. The signature itself appears to read "Luis Solís".

Solís Granda Luis Eduardo

Tutor

C.I: 0917032245

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE Solís Granda Luis Eduardo

MAE León García Karen Catherine

MAE Yance Carvajal Carlos Leónidas

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante Barahona Santos Peggy Carolina.

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan de Acción Microempresa "Your Ideal Place".

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[ 70 ]
Defensa oral	[ 30 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 29 de Octubre del 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Solís Granda Luis Eduardo	
Secretario (a)	León García Karen Catherine	<u>Karen León</u>
Integrante	Yance Carvajal Carlos Leónidas	<u>Carlos Leónidas</u>

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE Solís Granda Luis Eduardo

MAE León García Karen Catherine

Ledo Yance Carvajal Carlos Leónidas

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante David Arreaga Karen Tatiana.

Con el tema de trabajo de Titulación: Plan de Acción Microempresa "Your Ideal Place".

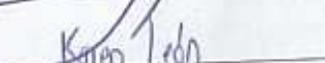
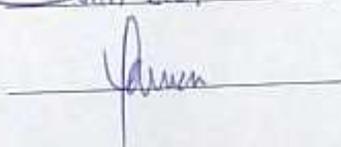
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[ 70 ]
Defensa oral	[ 30 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 29 de Octubre del 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos				Firma
Presidente	Solis	Granda	Luis	Ernesto	
Secretario (a)	León	García	Karen	Catherine	
Integrante	Yance	Carvajal	Carlos	Leónidas	

## **DEDICATORIA**

La ardua labor de crear un plan de negocio para la creación del mismo y éste ser la propuesta de titulación se lo dedico todo el esfuerzo, empeño y sacrificio a mi familia, hijos y esposo por el incondicional apoyo social, moral y económico en impulsarme y fortalecerme como persona a seguir adelante con mis estudios y llegar a ser una gran profesional. Todo este esfuerzo hecho durante 5 años de estudios me lo dedico a mí principalmente por la dedicación y esmero y el debido aprovechamiento y comportamiento impecable que he tenido año a año.

**Peggy Carolina Barahona Santos**

Dedico esta tesis de manera especial a mi padre celestial Dios quien conduce mis metas y no me permite decaer, por darme la fuerza necesaria para llegar a esta etapa tan importante de mi vida, a mis padres por ser quienes me motivan día a día con su paciencia y dedicación excepcional siendo mi pilar fundamental para seguir progresando profesionalmente obteniendo de esta forma capacidades y habilidades para desenvolverme en el ámbito laboral a futuro.

**Karen Tatiana David Arreaga**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios fundamentalmente que es quien dirige mi camino y mi vida y me ha dado la oportunidad de llegar y cumplir cada una de las metas propuestas en mi vida, esto es apenas el comienzo para obtener un mejor estilo de vida no solo para mi sino para mi familia, madre y abuela. También cabe recalcar un grato agradecimiento al Ingeniero Luis Solís quien con su dedicación, paciencia y buena voluntad ha sabido guiarnos durante el proceso de la realización del presente proyecto de emprendimiento de manera que en lo personal me siento conforme con el trabajo realizado gracias a su ayuda y su pleno conocimiento.

**Peggy Carolina Barahona Santos**

Mi sincero agradecimiento a todas las personas que aportaron en el proceso y resolución de este trabajo. En primer lugar, a Dios quien fue el motor principal para llevar a cabo este proyecto, a nuestro tutor de tesis y nuestro docente del séptimo semestre el Ing. Luis Solís Granda quien nos dirigió y apoyo a realizar nuestro emprendimiento. A la institución académica Universidad Estatal de Milagro que nos permitió formarnos profesionalmente y a mis padres por ser quienes me impulsaron en el transcurso de mis estudios superiores

**Karen Tatiana David Arreaga**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTOR .....	II
DERECHOS DE AUTOR .....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO .....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURA.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XIV
RESUMEN .....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN .....	3
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	4
1.1 Descripción del negocio.....	4
1.2. Misión.....	4
1.3. Visión .....	4
1.3.1. Valores .....	5
1.3.2. Principios .....	5
1.4 Objetivo General .....	5
1.5 Objetivos Específicos.....	6
1.6 Foda.....	6
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN .....	7
2.1. Análisis del mercado .....	7
2.1.1. Mercado de consumo .....	7
2.1.2. Segmento de Mercado de Consumo de Preferencia .....	7
2.1.3. Tipo de consumidor .....	8
2.1.4. Potencial de mercado .....	8
2.1.5. Identificación y Caracterización de la Demanda .....	8

2.1.6.	Identificación y Caracterización de la Oferta .....	9
2.1.7.	Ventajas Competitivas .....	10
2.1.8.	Estructura competitiva: Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	11
2.2.	Mercado de la demanda.....	13
2.2.1.	Segmentación del mercado .....	13
2.3.	Investigación de Mercado .....	13
2.3.1.	Delimitación del problema.....	14
2.3.2.	Tamaño de la muestra .....	14
2.3.3.	Operacionalización de Variables .....	15
2.3.4	Análisis e Interpretación de Resultados .....	17
2.4.	Plan De Marketing .....	34
2.4.1.	Flujograma de canales de distribución.....	35
2.4.2.	Flujograma de canales de distribución y comunicación .....	36
2.4.3.	Logo .....	37
2.4.4.	Slogan .....	37
2.4.5.	Link del video publicitario.....	38
3.	UBICACIÓN DE FACTORES Y UTILIZACION DE FACTORES PRODUCTIVOS .....	38
3.1.	Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio.....	38
3.2.	Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse .....	41
3.3.	Instalaciones .....	43
3.4.	Maquinarias y equipo con sus respectivos costos .....	45
3.5.	Localización del negocio: macro y micro localización.....	46
3.5.1.	Macro Localización .....	46
3.5.2.	Micro localización .....	47
3.6.	Tamaño.....	48
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	48
4.1.	Tipo de organización .....	48
4.2.	Estructura organizacional.....	49
4.3.	Funciones y responsabilidades .....	50
4.4.	Flujo de procesos administrativo.....	53
4.5.	Instalación, Equipos Y Maquinarias Para El Personal Administrativo.....	54

5.	ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL.....	55
5.1.	Normativa relacionada con el emprendimiento .....	55
5.2.	Descripción del impacto ambiental .....	58
5.3.	Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación) .....	59
6.	ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO .....	60
6.1.	Inversión y fuente de financiamiento .....	60
6.1.1.	Activos fijos .....	60
6.1.2.	Capital Trabajo.....	60
6.1.3.	Tabla De Amortización.....	61
6.1.4.	Depreciación .....	64
6.2.	Proyección de Ingresos.....	64
6.2.1.	Ventas .....	64
6.2.2.	Proyección de ventas.....	65
6.3.	Proyección de egresos .....	70
6.3.1.	Costos directos .....	70
6.3.2.	Insumos Directos.....	72
6.3.3.	Mano de Obra Directa.....	72
6.3.4.	Costos indirectos .....	73
7.	ESTUDIO FINANCIERO .....	74
7.1.	Estado de situación inicial.....	74
7.2.	Estados Financieros Proyectados .....	75
7.2.1.	Balance General Proyectado .....	75
7.2.2.	Estado de Resultados. ....	76
7.3.	Flujo de Caja .....	77
7.4.	Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros) .....	78
7.4.1.	Índices financieros.....	78
7.4.2.	Índice Nominal.....	79
7.4.3.	Tasa de rendimiento promedio.....	79
7.4.4.	Índices descontados .....	79
7.4.5.	Ratios- Riesgo- Razones financieras .....	80
7.5.	Análisis de sensibilidad.....	82

CONCLUSIONES .....	82
RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS.....	85

### ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1.-Logotipo .....	37
Figura 2.- Slogan.....	37
Figura 3.- Parte frontal del negocio .....	43
Figura 4.- Parte interior del negocio .....	44
Figura 5.- Área de Ventas de Productos manuales y prendas tejidas .....	44
Figura 6.- Área de Ventas .....	45
Figura 7.- Macro localización.....	47
Figura 8.- Micro localización empresa Your Ideal Place. ....	47

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Productos Ofertados por Your Ideal Place y sus Características .....	9
Tabla 2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	12
Tabla 3. Operacionalización de la encuesta.....	16
Tabla 4. Resultados SPSS .....	18
Tabla 5. Datos estadísticos SPSS.....	19
Tabla 6. Rango de edad al que pertenece.....	20
Tabla 7. ¿Tipo de género al que pertenece?.....	21
Tabla 8. estado civil actual.....	21
Tabla 9. ¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en el negocio Your Ideal Place? ..	23
Tabla 10. ¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?.....	24
Tabla 11. ¿Le gustaría poder encontrar lencería y productos manuales en general en un solo establecimiento.?.....	25
Tabla 12. ¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales? .....	26
Tabla 13. ¿Qué tipo de Empaque le gustaría que tuviera el producto manual que adquiera? .....	27

Tabla 14. ¿Cuál es la característica principal que te gusta de un brasier? .....	28
Tabla 15. De acuerdo a los atributos ¿Qué considera primordial a la hora de comprar un producto manual?.....	28
Tabla 16. En general, ¿En qué lugares realiza la compra de la lencería? .....	30
Tabla 17. Al momento de comprar productos manuales ¿A qué lugares decides recurrir?.....	31
Tabla 18. ¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de la microempresa Your Ideal Place? .....	31
Tabla 19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el set completo de la lencería armable con sus respectivos repuestos?.....	33
Tabla 20. Estrategias de Marketing .....	34
Tabla 21. Especificaciones de materia prima .....	41
Tabla 22. maquinaria y equipo con sus costos.....	45
Tabla 23. Funciones del cargo administradora .....	50
Tabla 24. Funciones de Administrador 2.....	51
Tabla 25. Funciones colaborador productos manuales .....	52
Tabla 26. Funciones Diseño Corte y confección .....	52
Tabla 27. Instalación, maquinaria y equipo personal administrativo .....	54
Tabla 28. Plan de Mitigación .....	59
Tabla 29. Plan de Compensación.....	59
Tabla 30. Activos Fijos .....	60
Tabla 31.- Capital de Trabajo .....	61
Tabla 32.- Cuadro de Amortizaciones .....	61
Tabla 33.- Depreciación de Activos Fijos.....	64
Tabla 34.- Ventas .....	64
Tabla 35. Datos de Ventas .....	65
Tabla 36. Ventas: Calculo XY y X <sup>2</sup> .....	66
Tabla 37. Cantidad de Ventas Proyectadas.....	68
Tabla 38. Ventas proyectadas de la empresa Your Ideal Place. ....	69
Tabla 39.- Costos Directos.....	70
Tabla 40. Insumos directos .....	72
Tabla 41.- Mano de Obra Directa .....	73

Tabla 42.- Gastos Administrativos .....	73
Tabla 43.- Gastos Generales .....	74
Tabla 44. Estado de Situación Inicial .....	74
Tabla 45.- Balance General proyectado.....	75
Tabla 46.- Estado de Resultado .....	76
Tabla 47.- Flujo de caja .....	77
Tabla 48.- Índice Financieros .....	78
Tabla 49.- Índice Nominal .....	79
Tabla 50.- TRP. Tasa de Rendimiento de Promedio .....	79
Tabla 51.- Índices Descontados .....	80
Tabla 52.- Ratios - riesgos- Razones Financieras.....	80
Tabla 53. Razones Financieras .....	81
Tabla 54. Análisis de Sensibilidad.....	82

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- FODA YOUR IDEAL PLACE .....	6
Gráfico 2.- Cinco Fuerzas de Porter .....	11
Gráfico 3. Rango de Edad.....	20
Gráfico 4. Género.....	21
Gráfico 5. Estado Civil .....	22
Gráfico 6. ¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en Your Ideal Place?.....	23
Gráfico 7. ¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?.....	24
Gráfico 8. Ofertas de Productos en un solo establecimiento .....	25
Gráfico 9. ¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales? .....	26
Gráfico 10. ¿Qué tipo de Empaque le gustaría para los productos manuales.....	27
Gráfico 11. Característica principal del brasier .....	28
Gráfico 12. Atributos de los productos manuales.....	29
Gráfico 13. Sector de Compra del Consumidor.....	30
Gráfico 14. Sector de Compra de productos manuales.....	31
Gráfico 15. Medio publicitario para hacer conocer el negocio.....	32

Gráfico 16. Costo a pagar por la lencería .....	33
Gráfico 17.- Flujograma de canales de distribución .....	35
Gráfico 18.- Flujograma de canales de distribución y comunicación.....	36
Gráfico 19.- Flujograma proceso de elaboración de agarradores de cortina .....	38
Gráfico 20.- Flujograma proceso de elaboración de cojines navideños .....	39
Gráfico 21.- Flujograma proceso de elaboración de botas navideñas .....	39
Gráfico 22.- Flujograma proceso de elaboración de brasier armable .....	40
Gráfico 23.- Organigrama Microempresa Your Ideal Place .....	49
Gráfico 24.- Flujo de Proceso de Compras de Insumo .....	53
Gráfico 25.- Ventas proyectadas de la empresa Your Ideal Place. ....	69

## **Plan de Negocios para la microempresa Your Ideal place.**

### **RESUMEN**

El plan de negocios de la microempresa “Your Ideal Place”, está estructurado de la siguiente manera: En el Cap. 1: En el presente capítulo se trata de explicar y fundamentar lo más concreto y claro posible la presentación del emprendimiento, establecer la misión, visión, objetivos, los factores internos y externos de la microempresa, es decir el FODA que permita aclarar cualquier duda o inconformidad. Mientras en el Cap. 2: Continúa con una exhaustiva investigación de mercado en donde se busca determinar el tipo de organización, clientes y consumo que presenta el mercado, así como también se realiza una proyección de ventas con valores reales extraídos de las ventas de pruebas del producto que se han realizado al cabo de 10 semanas, se establece el logotipo y slogan que define al negocio. Por otro lado, en el Cap. 3: Establece las maquinarias o equipos que se incurre en el proceso de producción o elaboración de los productos, y la respectiva localización del local. En el Cap. 4: Se realiza un estudio administrativo, en el que se define a través de un organigrama la forma en como está estructurada organizacionalmente el negocio. Además, En el Cap. 5: se da a conocer el Marco Legal y ambiental en el que la compañía toma los artículos puesto que se acoge a esas normativas, así procede a realizar sus planes de compensación y/o mitigación. En el Cap. 6: Estudio Económico que muestra sus activos y su depreciación, el capital, la tabla de amortización y para finalizar en el Cap. 7: Muestra el estudio financiero proyectado al cabo de 5 años de operaciones laborales.

**Palabras claves:** Microempresa, Productos Manuales, Lencería, Emprendimiento.

# **Microenterprise Business Plan Your Ideal Place.**

## **ABSTRACT**

The business plan of the Your Ideal Place microenterprise is structured as follows: In Chap. 1: In this chapter it is about explaining and grounding as concrete and clear as possible the presentation of the enterprise, establishing the mission, vision, objectives, internal and external factors of the microenterprise, that is, the SWOT that allows to clarify any doubt or nonconformity While in the Cap. 2: It continues with an exhaustive market research in which it is sought to determine the type of organization, customers and consumption presented by the market, as well as a sales projection with real values extracted from the sales of product tests that have been carried out. Done after 10 weeks, the logo and slogan that defines the business is established. On the other hand, in the Cap. 3: It establishes the machinery or equipment that is incurred in the process of production or elaboration of the products, and the respective location of the premises. In the Cap. 4: An administrative study is carried out, in which the way in which the business is organized is defined through an organization chart. For its part, Cap. 5: Conformed by the Legal and Environmental Framework in which the company takes the articles since it complies with these regulations, so it proceeds to carry out its compensation and / or mitigation plans. In the Cap. 6: Economic Survey that shows your assets and depreciation, capital, amortization table and to end in Cap. 7: Shows the projected financial study after 5 years of labor operations.

**Keywords:** Microenterprise, Handheld Products, Lingerie, Entrepreneurship.

## INTRODUCCIÓN

El Plan de Negocios que presenta la microempresa “Your Ideal Place” constituida por dos socias o accionistas, estudiantes universitarias que desean promover su emprendimiento ofreciendo al mercado una nueva idea, un nuevo y mejorado modelo de producto, presentan una amplia gama de producto en donde tienen segmentado el mercado acorde a la línea de productos manuales y de igual manera a la línea de productos de lencería.

Para el emprendimiento, resulta de gran beneficio la implementación de su idea puesto que en el cantón milagro no se ha presentado tal propuesta, un local comercial como una gran ventaja competitiva a través de la lencería, la cual marca diferencia con los demás productos y servicios del mercado.

En el plan de Negocio se realizará el paso a paso de la investigación, y cuál ha sido la forma o método que se ha llevado a cabo el proceso. Your Ideal place tiene como segmentación principal, el sector femenino el mismo que se considera como poseedor de un alto poder de compra en el mercado.

Los productos ofertados por ambas líneas de negocio, están elaborados con materiales de alta calidad y su elaboración cumplen con los parámetros necesarios para ser comercializados, se pretende dar a conocer el producto, potenciar y fidelizar clientes de manera que permita introducir la idea de negocio no solo en el mercado laboral sino en la mente de los futuros clientes, para que esto sea posible es necesario hacer uso de los medios publicitarios, se considera fundamental impartir la información del negocio a través de las redes sociales como: Facebook, Instagram, WhatsApp las cuales son revisadas constantemente por la sociedad, por ende el costo de publicidad es menor y el ataque publicitario es creciente.

## **CAPITULO 1.**

### **1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **1.1 Descripción del negocio**

“Your ideal Place”, es una microempresa ecuatoriana originada por dos estudiantes universitarias pertenecientes a la Universidad Estatal de Milagro cuyos nombres responden a Peggy Barahona y Karen David, este negocio está focalizada en la elaboración y comercialización de productos manuales y lencería armable, dispone de una amplia gama de diseños y nuevos modelos que pueden ser adquiridos por hombres, mujeres y adultos mayores.

La idea de innovar y vender lencería armable que es una particularidad en diseño, modelo y estilo nace de la necesidad que presenta el sector femenino principalmente puesto que sus gustos y preferencias cada vez son más exigentes y cambiantes, por ende, buscan comprar productos innovadores. Nuestra línea de productos se destaca por la excelente presentación, promoción diseño y estilo en cada uno de los productos.

#### **1.2.Misión**

“Your Ideal Place” es una microempresa ecuatoriana destinada a elaborar y comercializar una amplia línea de productos manuales y lencería armable que cuenta con estilos únicos y personalizados, el cual garantiza su ardua labor, confianza y compromiso con la sociedad, regidos por los estándares y políticas en la elaboración en cada uno de los productos.

#### **1.3. Visión**

“Your Ideal Place” aspira ganar pleno reconocimiento tanto a nivel regional como nacional, basados en la comercialización de los productos manuales y lencería armable, con alto compromiso y responsabilidad en cada una de los procesos y actividades que son aplicados dentro de la microempresa.

### 1.3.1. Valores

- **Responsabilidad:** La empresa está comprometida a trabajar con excelencia ofreciendo productos de la más alta calidad.
- **Puntualidad:** Entrega de productos en tiempo establecidos desempeñando cada uno de las actividades de una forma más eficiente y eficaz.
- **Respeto:** Se labora privatizando la ética y la confianza para fortalecer las relaciones con la comunidad.

### 1.3.2. Principios

- **Compromiso:** Garantizamos el nivel de confianza que ofrece la empresa a través del cumplimiento y productividad, velando por el bienestar y seguridad de nuestros clientes.
- **Calidad:** Arduo trabajo respetando la política de calidad que exige la microempresa “Your Ideal Place” y acorde a su cultura organizacional.
- **Innovación:** Implementa, crea, promueva y diseña variedades de modelos y productos mejorando continuamente.

## 1.4 Objetivo General

Estimar la factibilidad de la implementación de la microempresa “Your Ideal Place” en el cantón Milagro, mediante la implementación de un programa de negocios que permita realizar el respectivo estudio en el mercado objeto y la valoración administrativo, económico y financiero para fortalecer la Toma de Decisiones.

## 1.5 Objetivos Específicos

- Analizar el consumo de los futuros clientes en base a la lencería y productos manuales.
- Determinar mediante un estudio de mercado los productos de mayor acogida.
- Cubrir las necesidades y expectativas de los consumidores mediante la personalización de productos basado en la elección de los mismos.
- Establecer estrategias de producto, mercado y en general que permita dar a conocer los productos
- Evaluar el estudio administrativo y financiero de la propuesta de negocio.

## 1.6 Foda.



**Gráfico 1.- FODA YOUR IDEAL PLACE**

**Elaborado por:** Autores.

## **CAPITULO 2.**

### **2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **2.1. Análisis del mercado**

Se procura realizar una extensa indagación de los cambios que se suscitan en el mercado con objetivo de conocer e identificar los factores que son indispensables para la microempresa y que debe de tener en cuenta al momento de crear un nuevo producto y que este a su vez represente una oportunidad o riesgo para el desenvolvimiento y crecimiento de la idea del negocio.

##### **2.1.1. Mercado de consumo**

“Your Ideal Place”, dentro de la clasificación de los tipos de mercado de consumo que existen, pertenece al sector secundario puesto que la actividad laboral que realiza la microempresa está enmarcada en el proceso de producción artesanal y textil.

##### **2.1.2. Segmento de Mercado de Consumo de Preferencia**

Dentro del Mercado de consumo, el producto es considerado de tipo semiduradero, debido a que los productos como los muñecos y demás trabajos elaborados en base de materiales de pañolencia, a su vez la lencería son materiales que pueden volver a ser utilizados cuantas veces el consumidor crea necesario y que poseen una duración de tiempo considerable.

### **2.1.3. Tipo de consumidor**

El comportamiento del consumidor ante la adquisición de los productos que oferta la microempresa “Your Ideal Place” está representado bajo dos tipos los cuales poseen distintas actitudes, gustos y percepciones:

**Consumidor Público:** el cual su impulso por comprar, se genera con el principal objetivo de cubrir plenamente las expectativas por sí mismo, incluso aunque no sea un producto que realmente necesita adquirirlo urgentemente, sin embargo, se despierta el deseo de adquirirlo.

**Consumidor Buscador De Calidad:** Aquella persona que paga un buen precio por productos que se distingan por la calidad y que cumpla con los parámetros de producción en base a las variables y atributos de los productos que tiene en mente adquirir.

### **2.1.4. Potencial de mercado**

La microempresa Your Ideal Place al presentar una amplia gama de productos, tiene dos líneas de productos la artesanal que corresponde a los productos manuales y la textil que corresponde a la lencería armable y ambas están dirigidos tanto para hombres como mujeres, nos dirigimos en al mercado en general debido a la existencia de la preferencia del genero transexual que también hacen uso del producto estrella del negocio como lo es la lencería.

### **2.1.5. Identificación y Caracterización de la Demanda**

Tanto los hombres como las mujeres prefieren visitar un negocio en el que le ofrecen variedad de productos manuales y una nueva tendencia en lencería con estilos exclusivos y personalizados mejor aun cuando tienen la oportunidad de adquirir cualquier parte de la lencería.

### 2.1.6. Identificación y Caracterización de la Oferta

**Tabla 1.** Productos Ofertados por Your Ideal Place y sus Características

IMAGEN	PRODUCTOS	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO
	<p>Agarradores de Cortinas</p>	<p>Tela Polar llana  Tela Polar estampada.  Suavidad  Reforzada  Rellenas de Plumón  100% Cocidas</p>
	<p>Almohadas</p>	<p>Pañolencia lavable.  Cocidos.  Diseño personalizado  Relleno de Plumón  Hipo alergénico.  Tamaño mediano.  Utilizada para adorno.</p>
	<p>Lencería</p>	<p>Lencería Armable  Diseño personalizado  Prendas por separado  Contiene repuestos de la prenda  Variedad de colores  Diversas texturas de telas</p>

	<p>Porta medias</p>	<p>Pañolencia lavable. Cocidos. Rellenos de esponja. Acabado hecho con pintura.</p>
 	<p>Vestidos y zapatos de bebe</p>	<p>Conjunto completo: Vestido, cintillo, zapatos Tejidos Hilos lavables Hipo alergénico Colores a elección Tiene cintas y botones</p>

**Elaborado por:** Autores

### 2.1.7. Ventajas Competitivas

Your Ideal Place, presenta una ventaja competitiva fuerte gracias a uno de los productos que más se destaca por su ingenio, innovación y creatividad como lo es la Lencería Armable que viene su presentación en una caja la cual contiene el producto como tal y aparte contiene los repuestos necesarios para la lencería lo primordial de este producto es que se hace uso de varillas metálicas puesto que acelera el proceso de cáncer al ceno debido a que está expuesto con mayor facilidad de atraer o recibir radiaciones que provengan de productos eléctricos, ésta materia

prima es reemplazada por varillas plásticas biodegradables hechas a base de biopolímeros orgánicos a su vez hay que recalcar que el servicio que brinda la microempresa busca completamente satisfacer las necesidades de los consumidores el cual tendrá a disposición la posibilidad de adquirir no solo el producto por completo sino cualquier partes de forma individual de la prenda.

### 2.1.8. Estructura competitiva: Análisis de las cinco fuerzas de Porter

El modelo se enfoca en analizar las cinco fuerzas propuestas por (Porter, 2008), nos permite determinar en donde nos posicionamos como empresa, lo que hace posible identificar cuáles son nuestros competidores directos, competidores nuevos en el mercado, la amenaza a la que está expuesto lo que da paso a la elaboración de estrategias.



**Gráfico 2.- Cinco Fuerzas de Porter**

**Fuente:** (Porter, 2008, pág. 2)

**Elaborado por:** Autores

Tabla 2. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

<b>ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER MICROEMPRESA “YOUR IDEAL PLACE”</b>	
<b>Competidores Existentes (Rivalidad)</b>	Empresas promotoras de lencería extranjeras como Leonisa, Besame entre otras y Empresas nacionales como: H&O, Merilyn, etc. Empresas locales que ofertan productos manuales como Servidecor, Manitos Mágicas, Abeja maya etc. Sin embargo, ninguna de estas empresas distribuye la lencería armable en su totalidad, ni mucho menos brindan la exclusividad en el servicio que Your ideal Place pretende ofrecer.
<b>Amenazas De Nuevos Entrantes</b>	Hoy en día el mercado de la lencería abarca un elevado ambiente competitivo, puesto que es un producto que genera gran necesidad en el sector femenino, La amenaza principal es locales comerciales y empresas de lencería ofertados a precios demasiados bajos. Por otra parte, los productos manuales también reflejan una buena acogida en el mercado y puede ser adquirida por cualquier tipo de consumidor. Su principal amenaza es el Negocio Comercial abejita maya ya que cuenta con una ubicación estratégica y muchos años de experiencia y labor en el mundo manual. La microempresa Your ideal Place, busca posicionarse a través de la oferta de productos diferenciadores, pero sobre todo de calidad.
<b>Poder De Negociar De Los Compradores</b>	Al ofertar productos, la gestión de negociar por parte del cliente, comienza en la forma en como establece condiciones en donde piden algún tipo de descuento o a su vez ofertas, que le arme un combo y que modifique el precio, también en ocasiones pedía medio de pago a crédito cuando la cuenta se le hace un poco elevada.
<b>Poder De Negociar De Los Proveedores</b>	Los proveedores primordiales con los que cuenta la microempresa y que facilita el proceso de elaborar los productos gracias a la entrega de la materia prima y que a su vez pueden ser un riesgo para el negocio si tomaran la iniciativa de hacer el mismo producto con sus materiales son: Almacenes Gentex, El Barata, Batatazo, Almacenes Henry, Gloria, Tejidos Diana.
<b>Amenaza De Productos Sustitutos</b>	El principal producto sustituto que representa una amenaza directa en lo que respecta a la lencería representa los brasieres de modelos comunes, aquellos que son totalmente cocidos, mientras que si nos enfocamos en los productos manuales aquellos pueden ser sustituidos por todo tipo de peluches, almohadas entre otros, hechos de telas que cuentan con diferentes características y a menor precio o igual.

**Elaborado por:** Autores

## **2.2.Mercado de la demanda**

Dentro del mercado de la demanda es necesario segmentar el mercado y hacer un estudio utilizando herramientas de investigación para poder medir el deseo de compra de los consumidores y sus respectivas necesidades, en el mundo cambiante en el que actualmente vivimos se presentan muchas exigencias por parte de los demandantes.

### **2.2.1. Segmentación del mercado**

#### **Lencería Armable y Productos Manuales**

**Segmentación Geográfica:** Cantón Milagro, Provincia Guayas

**Segmentación demográfica:** Género: Femenino – Masculino - Transgenero

Edad: 16-50 años

Clase social: Baja - Media – Alta

**Segmentación Conductual:** Actitud hacia el producto: Los clientes bajo su percepción, normalmente cuando son meses del año de celebraciones, como San Valentín, navidad y fechas especiales cumpleaños, compromisos o eventos, recurren a hacer compras de productos manuales en donde marcan tendencia, ya que cubren su necesidad y satisfacen el deseo de decorar su hogar, compromiso o dar un detalle a una persona en especial.

## **2.3.Investigación de Mercado**

Por medio de la investigación de mercado se pretende recopilar, almacenar la información necesaria que aporten al proceso de tomar decisiones y permita establecer los planes de acción a seguir al momento de establecer y desarrollar la microempresa, de manera que a

través de los estudios es probable determinar las necesidades de los consumidores y cuál es el producto que puede tener mayor nivel de acogida.

### **2.3.1. Delimitación del problema**

Your Ideal Place, nace con un medio en donde se pretende cubrir las expectativas de los futuros clientes, analizando sus preferencias. En el mercado de la lencería, es uno de los más competitivos y en el que se genera un elevado consumo por parte del sector femenino.

La problemática principal por la cual nace este negocio, se debe a que en el cantón milagro no existe la presencia del producto lencería armable, ni mucho menos un establecimiento en el cual le brinde la oportunidad al consumidor de que el producto pueda ser adquirido cualquier parte de la prenda sin necesidad que tenga que volver a comprar otro brasier, es una de las necesidades que se presentan en el género femenino.

Por otro lado, la oferta de los productos manuales y tejidos nace por la necesidad de estima que el sector está dispuesto a adquirir para generar satisfacción personal, que cuente con un producto de calidad y que brinde una buena presentación, sobre todo que dicho adorno de una nueva imagen en su hogar.

### **2.3.2. Tamaño de la muestra**

Tomamos referencia la información que brinda el Sistema de Información de las Américas que contiene los datos de la población actual del Cantón Milagro Zona 5, muestra en sus archivos por Cantón que hay 166.634 Habitantes. (SICLA, 2019)

**Datos:**

**N= 166.634**(población)

**P =0,5**(Probabilidad)

**Z= 2,58** (99%)

**Q=0,5**(No Probabilidad)

**e =0,07** (7% Margen de error)

**n=?** (muestra)

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1) E^2 + Z^2 P Q}$$

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5 \times 0,5) (166634)}{(166634-1) (0,06)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,25) \times (166.634)}{(166.633) \times (0,0036) + (3,8416) \times (0,25)}$$

$$n = \frac{160,035.2936}{(599.8788) + (0.9604)} = \frac{160,035.2936}{600.8392}$$

$$n = 266.3529503401$$

**Tamaño de la muestra (n) = 267 personas a encuestar**

### **2.3.3. Operacionalización de Variables**



## ENCUESTA EN BASE A LOS PRODUCTOS: LENCERIA ARMABLE Y TRABAJOS MANUALES

**Objetivo:**

Esta encuesta tiene como principal objetivo conocer cuál es la perspectiva que tiene Ud. acerca de nuestro producto conociendo más de cerca cuáles son sus gustos y preferencias al momento de adquirir lencería armable y trabajos manuales logrando de esta forma satisfacer sus deseos y cubrir sus necesidades.

**Indicaciones:**

Seleccionar con una (x) o un (✓) una o varias alternativas que Ud. considere conveniente, manteniendo sinceridad y coherencia en cada una de sus selecciones.

**Tabla 3.** Operacionalización de la encuesta

VARIABLE	INDICADOR	PREGUNTA	OPCIONES
Información personal de los potenciales clientes	Edad	Rango de edad al que pertenece	Entre 15 a 30 años
			Entre 31 a 50 años
			Entre 51 a 70 años
	Género	¿Tipo de género al que pertenece?	Femenino
			Masculino
			Otros
Estado Civil	Estado civil actual.	Soltero (a)	
		Unión libre	
		Casado (a)	
		Viudo (a)	
			Divorciado (a)
Preferencias del consumidor	Aceptación al producto y negocio	¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en el negocio Your Ideal Place?	Si
			No
			Tal vez
		¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?	Nunca
			Muy De acuerdo
			De Acuerdo
¿Le gustaría poder encontrar lencería y productos manuales en general en un solo establecimiento?		Indiferente	
		En desacuerdo	
		Si	
		No	
			Tal vez
			Nunca

		¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales?	Gusto Regalo Adorno para Casa Pasatiempo
Producto	Presentación	¿Qué tipo de Empaque le gustaría que tuviera el producto manual que adquiera?	Empaque Plástico Fundas Caja
		¿Cuál es la característica principal que te gusta de un brasier?	Colores llamativos Diseño Estampado Calidad
	Cualidades	De acuerdo a los atributos ¿Qué considera primordial a la hora de comprar un producto manual?	Precio Diseño Acabado Originalidad
Plaza	Lugar de adquisición del producto.	En general, ¿En qué lugares realiza la compra de la lencería?	Centro Comerciales Bahía Locales comerciales Otros
		Al momento de comprar productos manuales a que lugares decides recurrir?	Detallitos Mel Vela Abeja Maya Otros
Promoción	Medio Publicitario	¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de la microempresa Your Ideal Place?	Redes Sociales Radio Televisión Volantes
Precio	Costo promedio a asignar al producto	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el set completo de la lencería armable con sus respectivos repuestos?	\$15 – \$20 \$20 – \$25 \$25 – \$30

**Elaborado por:** Autores

### 2.3.4 Análisis e Interpretación de Resultados

## Frecuencias

Tabla 4. Resultados SPSS

Notas		
	Salida creada	25-JUL-2019 07:57:49
	Comentarios	
Entrada	Datos	G:\YourIdealPlace.sav
	Conjunto de Datos active	Conjunto_de_datos1
	Filtro	<ninguno>
	Ponderación	<ninguno>
	Segmentar archive	<ninguno>
	N de filas en el archivo de datos de trabajo	267
Manejo de valor perdido	Definición de ausencia	Los valores perdidos definidos por el usuario se tratan como perdidos.
	Casos utilizados	Las estadísticas se basan en todos los casos con datos válidos.
Sintaxis	FREQUENCIES VARIABLES=Edad Genero Estado civil Ofertas Comodidad poder motivos empaques característica atributo compra producto medios precio /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MEAN MEDIAN MODE /GROUPED=Edad Genero Estado civil Ofertas Comodidad poder motivos empaques característica atributo compra producto medios precio /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS.	
Recursos	Tiempo de procesador	00:01:03,55
	Tiempo transcurrido	00:01:03,55

**Elaborado por:** Autores

**Tabla 5.** Datos estadísticos SPSS

**Estadísticos**

	Rango de edad al que pertenece	¿Tipo de género al que pertenece?	Estado civil actual.	¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en el negocio Your Ideal Place?	¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?	¿Le gustaría encontrar lencería y productos manuales en general en un solo establecimiento?	¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales?	¿Qué tipo de Empaque le gustaría a que el producto manual que adquiriera?	¿Cuál es la característica principal que te gusta de un brasier?	De acuerdo a los atributos ¿Qué consideras primordial a la hora de comprar un producto manual?	En general, ¿En qué lugares realiza la compra de la lencería?	Al momento de comprar productos manuales ¿A qué lugares decides recurrir?	¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de la microempresa Your Ideal Place?	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el set completo de la lencería armable con sus respectivos repuestos?
N Válido	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267	267
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	1,88	1,44	2,37	1,92	2,24	1,83	2,40	1,83	2,34	2,96	2,27	2,88	1,49	1,37
Mediana	1,86 <sup>a</sup>	1,34 <sup>a</sup>	2,14 <sup>a</sup>	1,87 <sup>a</sup>	2,24 <sup>a</sup>	1,72 <sup>a</sup>	2,44 <sup>a</sup>	1,73 <sup>a</sup>	2,25 <sup>a</sup>	3,05 <sup>a</sup>	2,21 <sup>a</sup>	3,02 <sup>a</sup>	1,30 <sup>a</sup>	1,29 <sup>a</sup>
Moda	2	1	2	1	2	1	3	1	2	3	2	4	1	1
Desviación estándar	,703	,745	1,263	,912	,878	,958	1,065	,934	,840	,777	1,006	1,080	,915	,672
Varianza	,494	,555	1,594	,832	,771	,918	1,135	,872	,705	,604	1,011	1,166	,837	,452
Rango	2	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2

a. Se ha calculado a partir de datos agrupados.

**Elaborado por:** Autores.

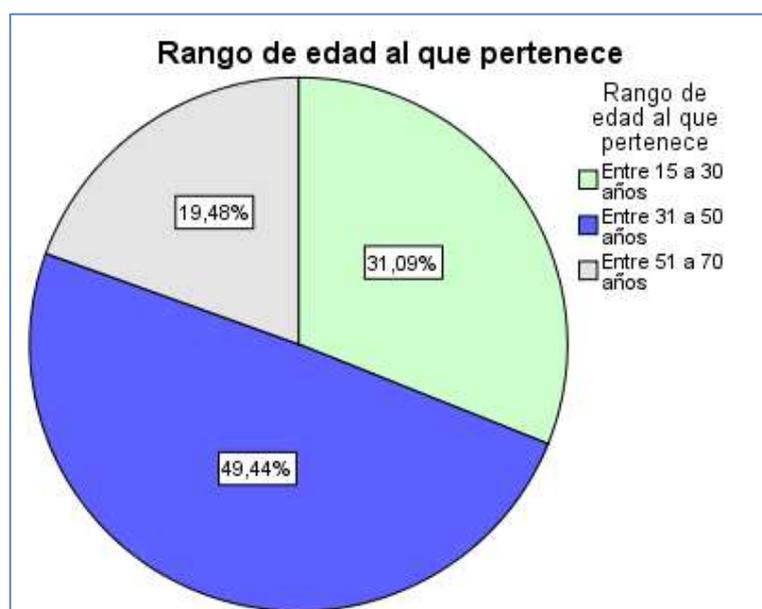
## Datos Generales

### Rango de Edad

**Tabla 6.** Rango de edad al que pertenece

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 15 a 30 años	83	31,1	31,1	31,1
	Entre 31 a 50 años	132	49,4	49,4	80,5
	Entre 51 a 70 años	52	19,5	19,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 3.** Rango de Edad

**Elaborado por:** Autores

### Análisis:

La muestra seleccionada a encuestar fueron 267 personas de las cuales el 49,44 % están en edades entre 31 hasta 50 años, mientras el 19,48% están entre 51 hasta 70 años y el restante del 31,09 % están entre los 15 y 30 años de edad.

**Tabla 7.** ¿Tipo de género al que pertenece?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	191	71,5	71,5	71,5
	Masculino	35	13,1	13,1	84,6
	Otros	41	15,4	15,4	100,0
Total		267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 4.** Género

**Elaborado por:** Autores

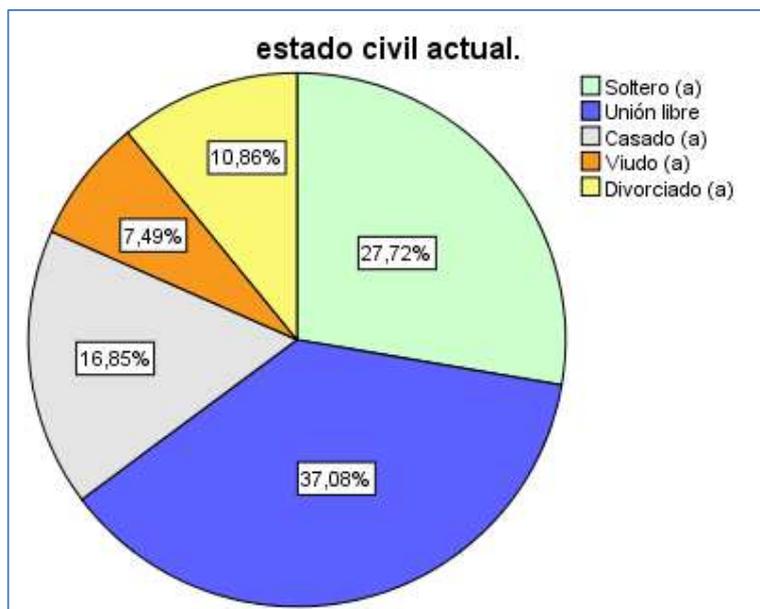
### Análisis

Puesto a que el producto que marca la ventaja competitiva para la microempresa Your Ideal Place es la lencería armable junto con productos manuales las encuestas principalmente se las dirigió al sexo femenino, pero en este mundo cambiante en el que vivimos, la opinión del género opuesto también es válida e importante para la empresa sin importar la preferencia sexual de nuestros clientes de manera que se decidió encuestar hombres y mujeres para conocer sus percepciones.

**Tabla 8.** Estado civil actual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero (a)	74	27,7	27,7	27,7
	Unión libre	99	37,1	37,1	64,8
	Casado (a)	45	16,9	16,9	81,6
	Viudo (a)	20	7,5	7,5	89,1
	Divorciado (a)	29	10,9	10,9	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 5.** Estado Civil

**Elaborado por:** Autores

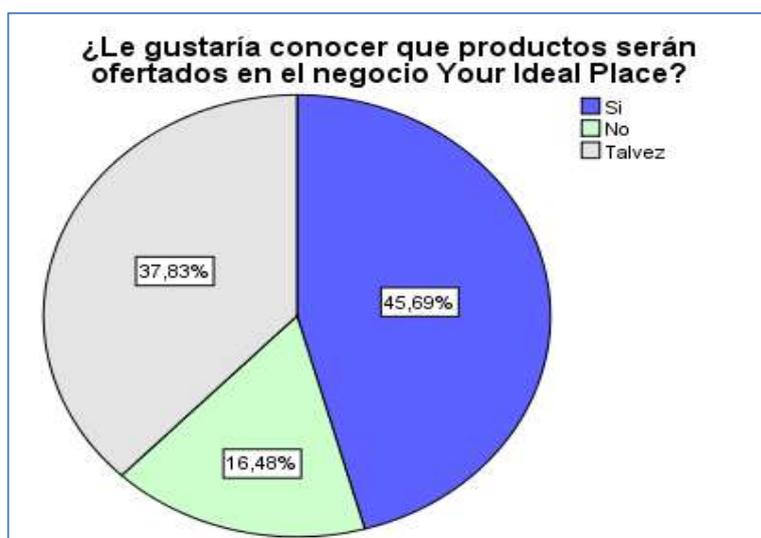
**Análisis:**

Conocer el estado civil actual causo interés cuando al encuestar a las personas nos contaban anécdotas y vivencias sobre su estado, el 37,08% de la muestra mantienen una relación de unión libre con sus parejas mientras que el 27,72% prefieren estar casados, otro 10,86% se divorció y el 7,49% son viudos.

**Tabla 9.** ¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en el negocio Your Ideal Place?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	122	45,7	45,7	45,7
	No	44	16,5	16,5	62,2
	Tal vez	101	37,8	37,8	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 6.** ¿Le gustaría conocer que productos serán ofertados en Your Ideal Place?

**Elaborado por:** Autores

### Análisis

Que los clientes o consumidores sientan el deseo o la curiosidad por ver o saber que productos se ofertan en un negocio, es provechoso más aún cuando es nuevo, el 45,69% Si quiere conocer los productos de la microempresa Your Ideal Place, mientras que el 37,87% considera la opción tal vez y el restantes con un 16,48% no le interesaría, pero para la empresa todos los clientes son importantes, para ello se debe de procurar establecer estrategias tanto de producto como de mercado para introducir los productos en la mente del Consumidor.

**Tabla 10.** ¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy De acuerdo	59	22,1	22,1	22,1
	De Acuerdo	103	38,6	38,6	60,7
	Indiferente	86	32,2	32,2	92,9
	En desacuerdo	19	7,1	7,1	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 7.** ¿Estaría de acuerdo en adquirir un nuevo modelo de lencería que le permita mayor comodidad?

**Elaborado por:** Autores

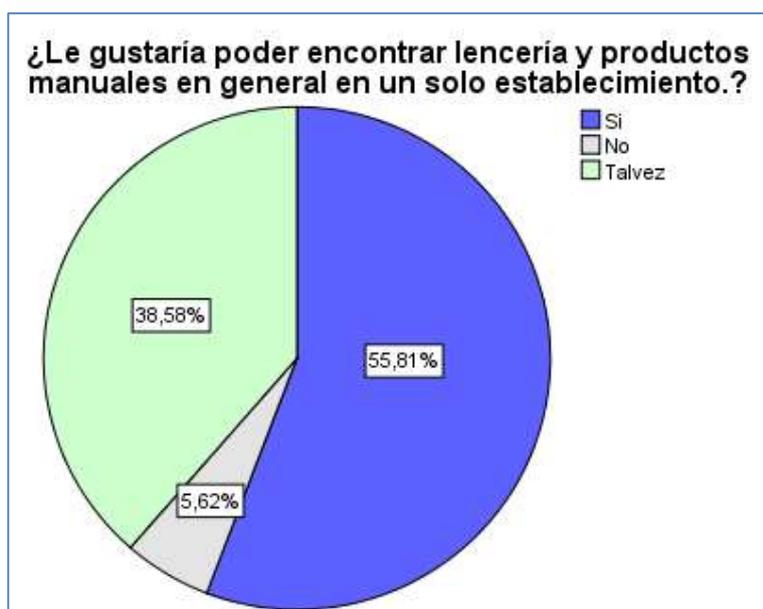
**Análisis:**

La mayor parte de las personas encuestadas adquirirían un nuevo modelo de lencería, al explicar cómo era el producto a muchos les llamo la atención sobre todo a las mujeres que dan de lactar a sus hijos, este tipo de producto le es beneficioso debido a que se le facilita la mujer mayor comodidad al momento de dar de lactar. Con un 22,10% se seleccionó la alternativa muy de acuerdo y con un 38,58% de mayor preferencia la opción de acuerdo ambas representan gran importancia para el proceso de implementación del negocio.

**Tabla 11.** ¿Le gustaría poder encontrar lencería y productos manuales en general en un solo establecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	149	55,8	55,8	55,8
	No	15	5,6	5,6	61,4
	Tal vez	103	38,6	38,6	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 8.** Ofertas de Productos en un solo establecimiento

**Elaborado por:** Autores

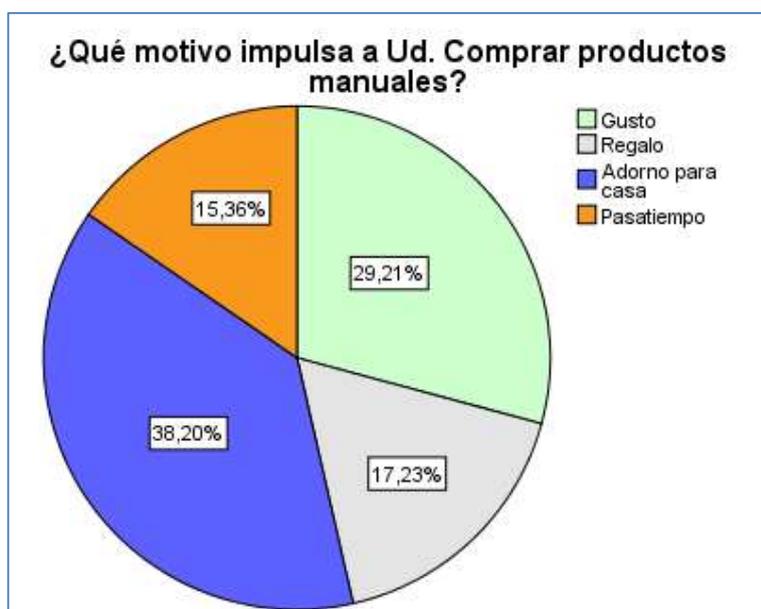
### Análisis

El 55,81% en efecto, si le gustaría poder adquirir ambas líneas de productos en un solo establecimiento, el 38,58% en cambio se encuentra un poco dudoso y selecciona la alternativa tal vez en donde se genera una probabilidad del 50% de que sea aceptable y de igual manera un 50% de que no lo sea.

**Tabla 12.** ¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gusto	78	29,2	29,2	29,2
	Regalo	46	17,2	17,2	46,4
	Adorno para casa	102	38,2	38,2	84,6
	Pasatiempo	41	15,4	15,4	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 9.** ¿Qué motivo impulsa a Ud. Comprar productos manuales?

**Elaborado por:** Autores

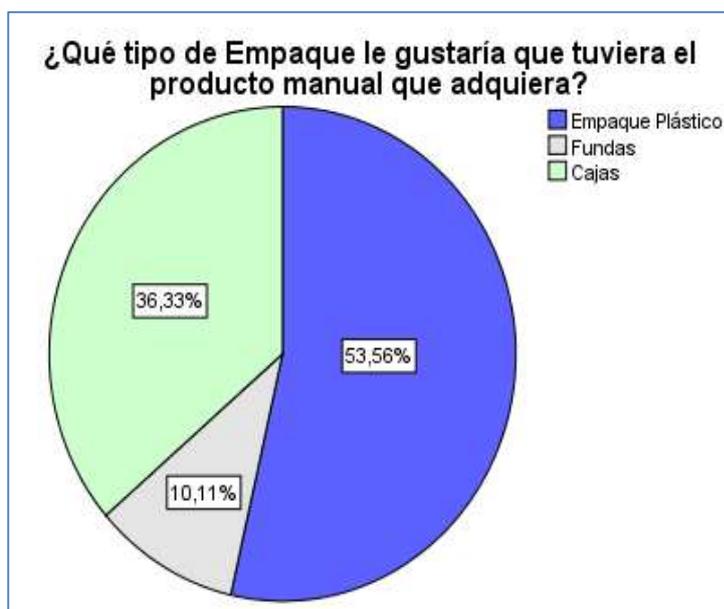
**Análisis:**

Generalmente el ser humano posee el impulso de comprar productos inclusive no siendo de primera necesidad, sin embargo, procedemos a realizar comprar cuando se trata de arreglo o adorno para el hogar (38,20%), otra 29,21% compran sencillamente porque el producto les gusto y tuvieron que comprarlo debido a que causo un gran impacto ya sea en la calidad, diseño o presentación, el 17,23% suelen realizar este tipo de compras para dar de regalo.

**Tabla 13.** ¿Qué tipo de Empaque le gustaría que tuviera el producto manual que adquiriera?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empaque Plástico	143	53,6	53,6	53,6
	Fundas	27	10,1	10,1	63,7
	Cajas	97	36,3	36,3	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 10.** ¿Qué tipo de Empaque le gustaría para los productos manuales

**Elaborado por:** Autores

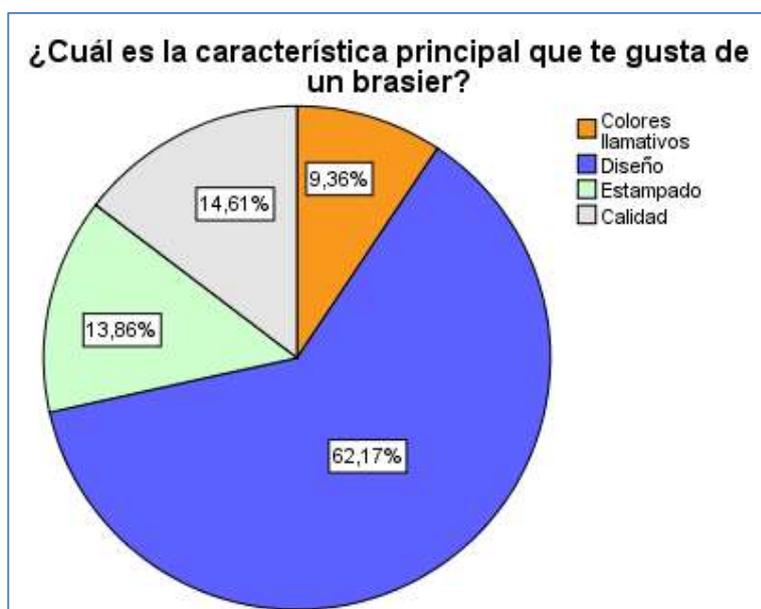
### Análisis

Considerando la percepción del cliente; el 53,56% de las personas prefieren llevar sus productos manuales en empaque plásticos, estos clientes poseen diversas razones, entre ellas es que es más práctico de llevar, no ocupa tanto espacio, o simplemente por que cubre del polvo entre otras consideraciones.

**Tabla 14.** ¿Cuál es la característica principal que te gusta de un brasier?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Colores llamativos	25	9,4	9,4	9,4
	Diseño	166	62,2	62,2	71,5
	Estampado	37	13,9	13,9	85,4
	Calidad	39	14,6	14,6	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 11.** Característica principal del brasier

**Elaborado por:** Autores

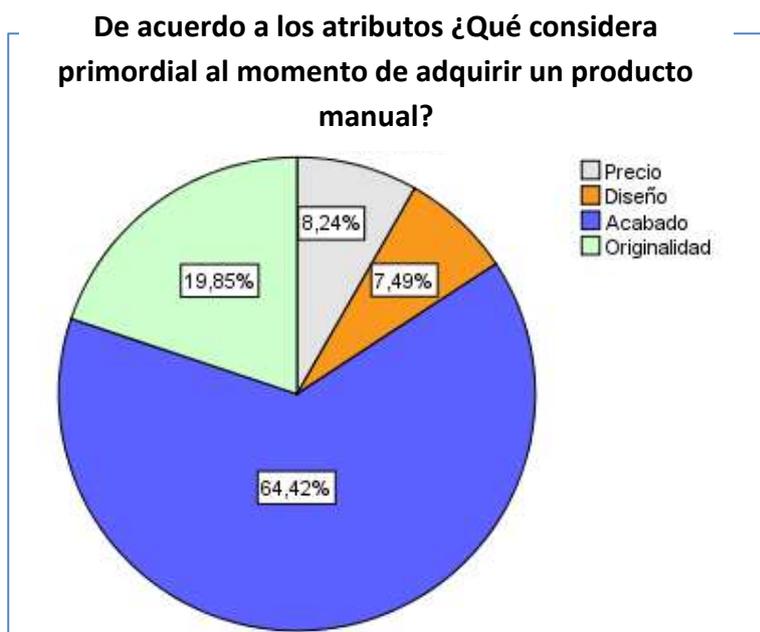
### **Análisis**

Al analizar la opción de elección en lo que respecta a conocer cuál es la característica del brasier en un cliente o consumidor genera expectativas varias en donde el diseño es la característica que más les llama la atención. Pocas personas se dejan llevar por los colores llamativos (9,36%) por otro lado el 14,61% les interesa más la calidad en un producto.

**Tabla 15.** De acuerdo a los atributos ¿Qué considera primordial al momento de adquirir un producto manual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Precio	22	8,2	8,2	8,2
	Diseño	20	7,5	7,5	15,7
	Acabado	172	64,4	64,4	80,1
	Originalidad	53	19,9	19,9	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Elaborado por: Autores



**Gráfico 12.** Atributos de los productos manuales

Elaborado por: Autores

Los Atributos de los productos manuales a la hora de que el cliente elija si comprarlo o no, esto se debe a que los atributos de los productos deben cubrir una necesidad del consumidor, el 64,42% consideran importante que la elaboración de los productos tenga un excelente acabado, y que genere garantía del esfuerzo y trabajo realizado arduamente.

**Tabla 16.** En general, ¿En qué lugares realiza la compra de la lencería?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Centro Comerciales	68	25,5	25,5	25,5
	Bahía	98	36,7	36,7	62,2
	Locales comerciales	61	22,8	22,8	85,0
	Otros	40	15,0	15,0	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 13.** Sector de Compra del Consumidor

**Elaborado por:** Autores

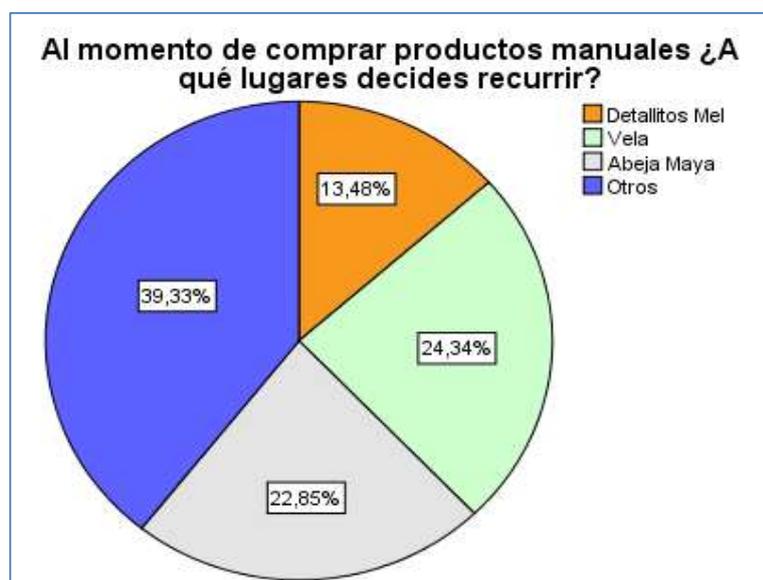
### Análisis

En general las personas suelen comprar su lencería de modelo clásico, en la bahía, (36,7%), en el centro quizás en puestos ambulantes, (22,85%) adquieren esos productos en locales comerciales reconocidos en el cantón milagro, por sus años de experiencia.

**Tabla 17.** Al momento de comprar productos manuales ¿A qué lugares decides recurrir?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Detallitos Mel	36	13,5	13,5	13,5
	Vela	65	24,3	24,3	37,8
	Abeja Maya	61	22,8	22,8	60,7
	Otros	105	39,3	39,3	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 14.** Sector de Compra de productos manuales

**Elaborado por:** Autores

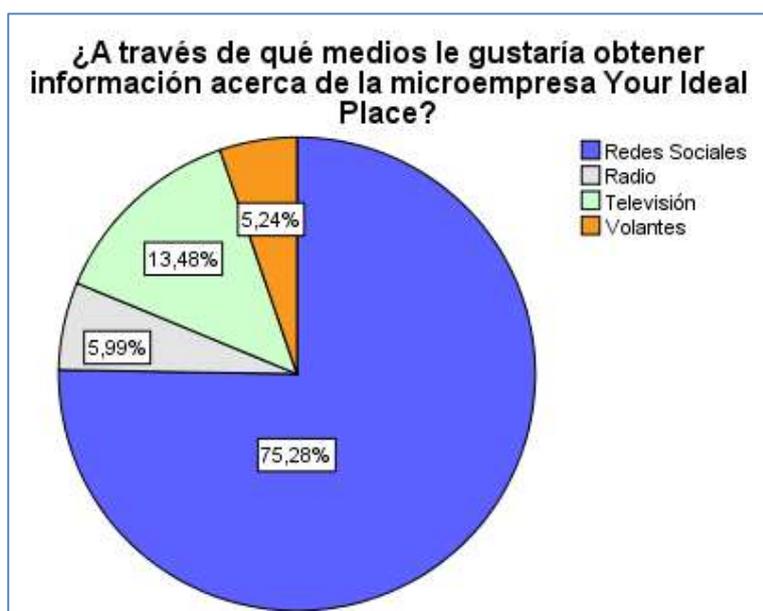
### Análisis

Normalmente cuando se requiere comprar producto manual las personas acuden a comprar a otros sitios en donde el producto cueste menos, o tenga una presentación bueno (39,33%), inclusive esos lugares no se encuentran ubicados dentro del cantón milagro, otros para no incurran r en gasto de viáticos y desplazarse de otros lados, para evitar esto deciden comprar en el almacén vela, abeja maya entre otros.

**Tabla 18.** ¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de la microempresa Your Ideal Place?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes Sociales	201	75,3	75,3	75,3
	Radio	16	6,0	6,0	81,3
	Televisión	36	13,5	13,5	94,8
	Volantes	14	5,2	5,2	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 15.** Medio publicitario para hacer conocer el negocio

**Elaborado por:** Autores

### **Análisis:**

Las redes sociales son los medios de mayor uso por parte de los Usuarios, que se han adaptado a los cambios que genera el avance tecnológico, con un 75,28% se demuestra que la mayor parte de la muestra encuestada prefiere conocer sobre el proyecto a través de Facebook, en donde puedo hacer publicidad sin costo alguno.

**Tabla 19.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el set completo de la lencería armable con sus respectivos repuestos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$15 - \$20	197	73,8	73,8	73,8
	\$20 - \$25	41	15,4	15,4	89,1
	\$25 - \$30	29	10,9	10,9	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 16.** Costo a pagar por la lencería

**Elaborado por:** Autores

### Análisis

El rango de precio por el cual las personas estarían dispuestas a pagar por la lencería armable equivale de \$15 a \$20.00, dicha variable puede ser considerada al momento de asignar el PVP de la lencería armable.

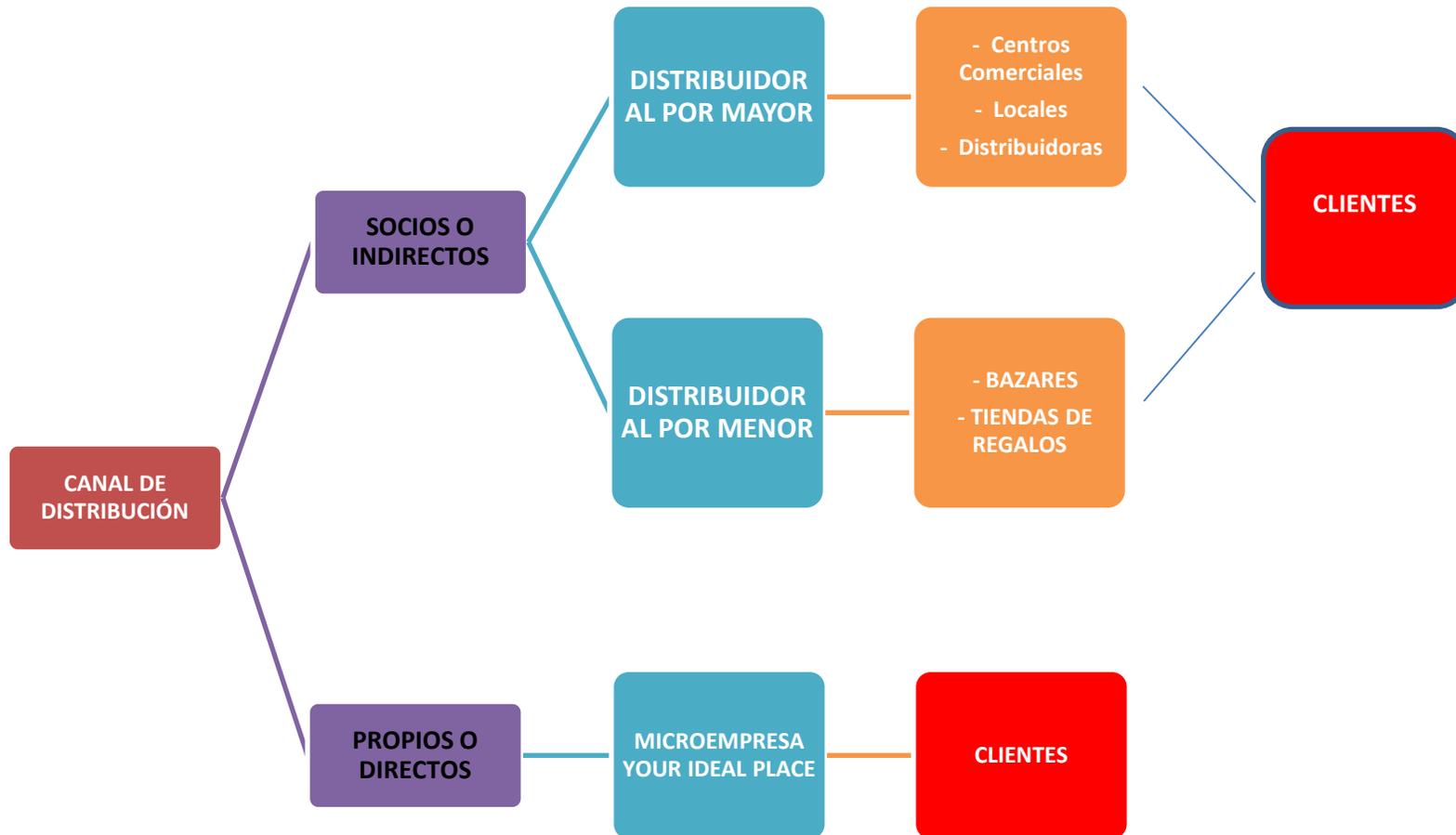
## 2.4. Plan De Marketing

**Tabla 20.** Estrategias de Marketing

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Plaza</b>	<b>Promoción</b>
<p>-Patentar la marca.</p> <p>-Mejorar constantemente el diseño y color del Packaging de los productos.</p> <p>-Ampliar la línea de productos para contar con un portafolio fortalecido.</p> <p>-Lanzar una nueva marca en la línea de negocio artesanal para lograr distinción</p>	<p>-Fijar un precio promedio comparando el valor en el mercado de la competencia.</p> <p>-Elaborar productos con precios bajos para atraer al cliente.</p> <p>-Obsequiar regalos por la compra, a partir de un determinado valor de dinero.</p> <p>-Aplicar precios especiales para clientes especiales y que su volumen de compra es considerable.</p>	<p>-Ofertar los productos en locales minoristas de productos de similares características para que comercialice nuestros productos.</p> <p>-Distribución de los productos entrega a Domicilio con respecto a la línea de negocio artesanal.</p> <p>-Establecer canales de distribución</p>	<p>-Crear contenidos publicitarios infundidos en redes sociales, YouTube y demás medios asociados.</p> <p>-Crear un evento en donde las personas asistan y puedan conocer el negocio.</p> <p>-Participar en ferias de emprendimiento que se realizan para promover y dar a conocer nuevas ideas y ofertas de negocio.</p> <p>Elaborar Banner.</p>
<b>Personalización</b>	<b>Prueba</b>	<b>Proceso</b>	<b>Partes (Alianzas Estratégicas)</b>
<p>-Cambios en el diseño de la lencería armable</p> <p>-Adecuar nuevos accesorios tanto en los productos manuales como en la lencería</p> <p>-Elaborar Lencería a la medida del cliente en casos especiales (Tallas XXG).</p> <p>-Adquisición Individual de partes de la prenda de vestir.</p> <p>- Adquisición de productos y comercialización de los mismos.</p>	<p>-Realizar una prueba social a través de las redes sociales, en donde los clientes califiquen el servicio y opinen cualquier incomodidad o conformidad al recibir el producto, esto dará crédito a que nuevas personas decidan ser clientes potenciales.</p>	<p>-Contestación inmediata de mensajes para cubrir vacíos de información por parte del cliente en redes sociales.</p> <p>-Cumplimiento de entrega de productos en forma y tiempo.</p> <p>-Generar Valor a los insumos que se utiliza en el proceso productivo</p> <p>-Optimizar tiempo y recursos.</p> <p>-Reducir costos innecesarios para aumentar las ganancias</p>	<p>- Establecer alianzas con empresas o negocios pymes que estén dispuestos a comercializar los productos que oferta Your Ideal Place como (Novedades Mandí, Detallitos Mel, Tía, Bazares, entre otros.)</p>

**Elaborado por:** Autores

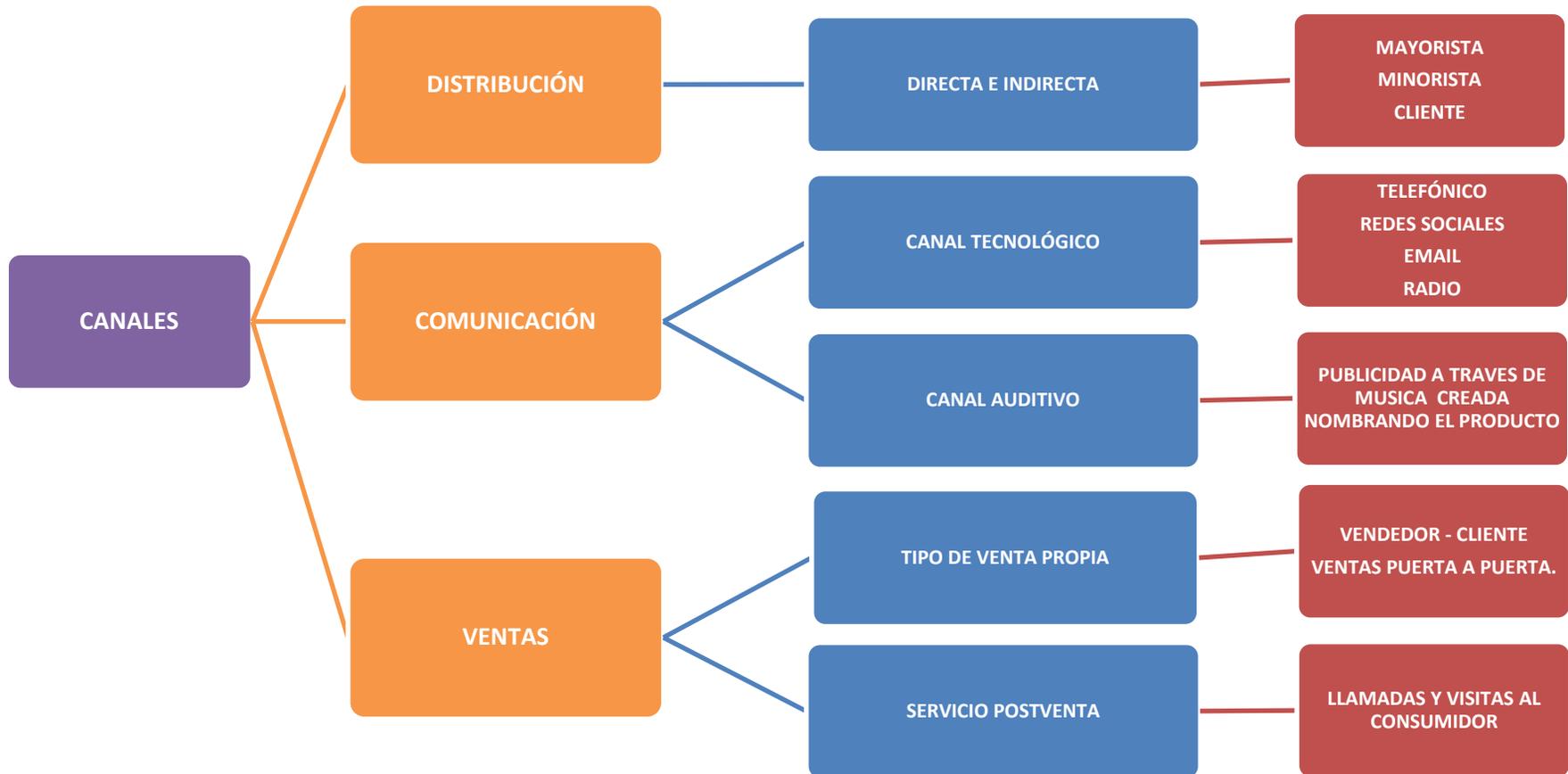
### 2.4.1. Flujograma de canales de distribución



**Gráfico 17.-** Flujograma de canales de distribución

**Elaborado por:** Autores

## 2.4.2. Flujograma de canales de distribución y comunicación



**Gráfico 18.-** Flujograma de canales de distribución y comunicación

**Elaborado por:** Autores

### 2.4.3. Logo



**Figura 1.-Logotipo**

**Elaborado por:** Autores

Los colores representativos del logotipo son diversos, puesto que la cadena de productos que ofrece la microempresa Your Ideal Place, es extensa, pero sobre todo refleja la creatividad con la que se trabaja. A continuación, detallare brevemente su significado: El color naranja representa la creatividad y energía que para la microempresa es fundamental mantener esos factores. El color Amarillo refleja la concentración y dominio por parte de la empresa, al estar enfocado en un objetivo claro. El color Marrón representa netamente la autenticidad y seguridad del trabajo ejercido.

### 2.4.4. Slogan

**DISEÑO & ESTILO. PORQUE TE LO MERECE**

**Figura 2.- Slogan**

**Elaborado por:** Autores

El color Azul asignado al eslogan, se debe principalmente en la confianza, lealtad, fidelidad y compromiso que tiene Your Ideal Place ante la sociedad, el cual busca satisfacer sus necesidades.

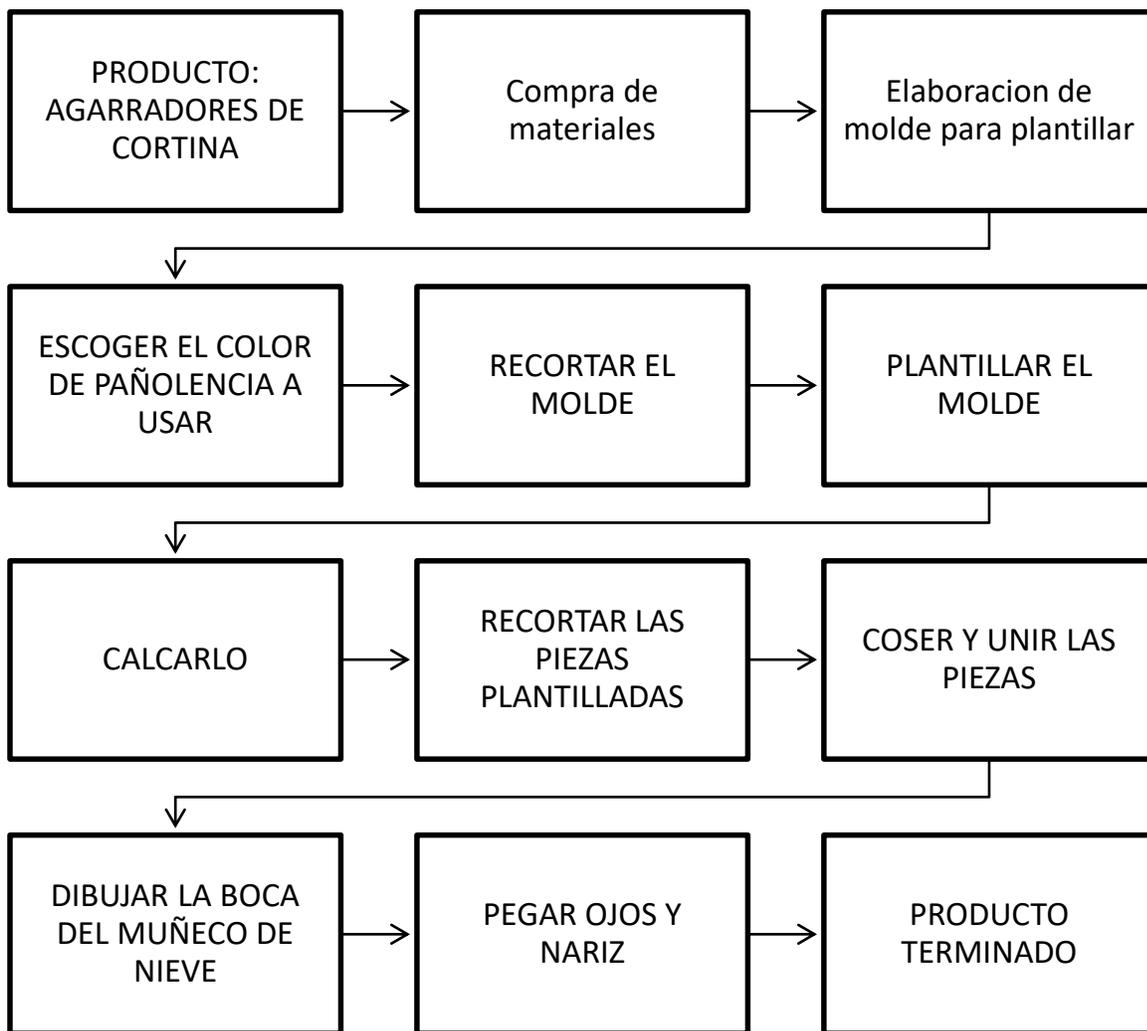
### 2.4.5. Link del video publicitario

<https://www.youtube.com/watch?v=RSspNhe9-9Q&feature=share>

## CAPITULO 3

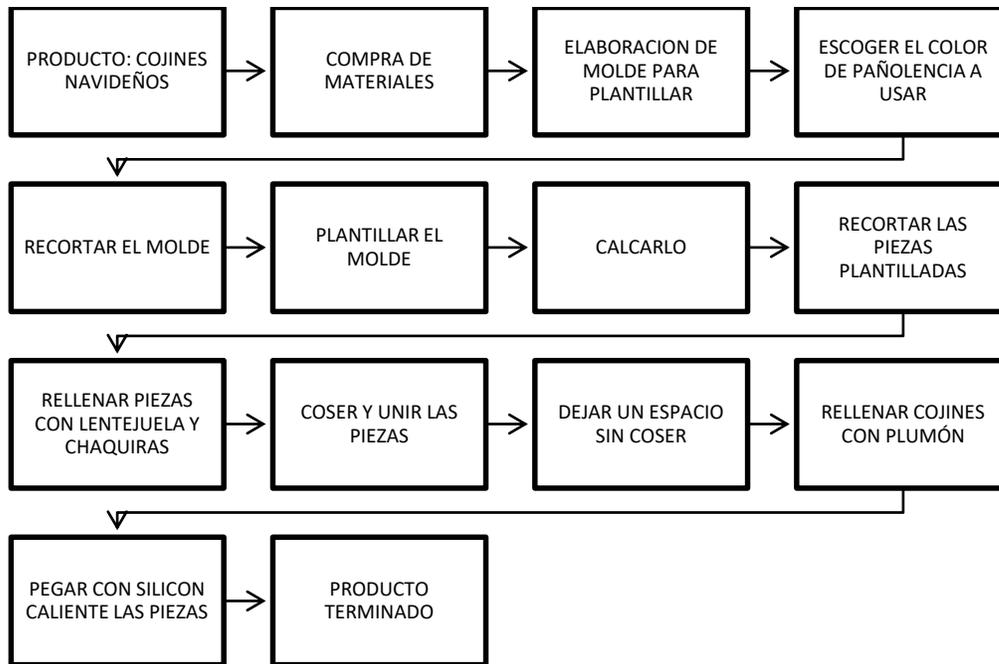
### 3. UBICACIÓN DE FACTORES Y UTILIZACION DE FACTORES PRODUCTIVOS

#### 3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio



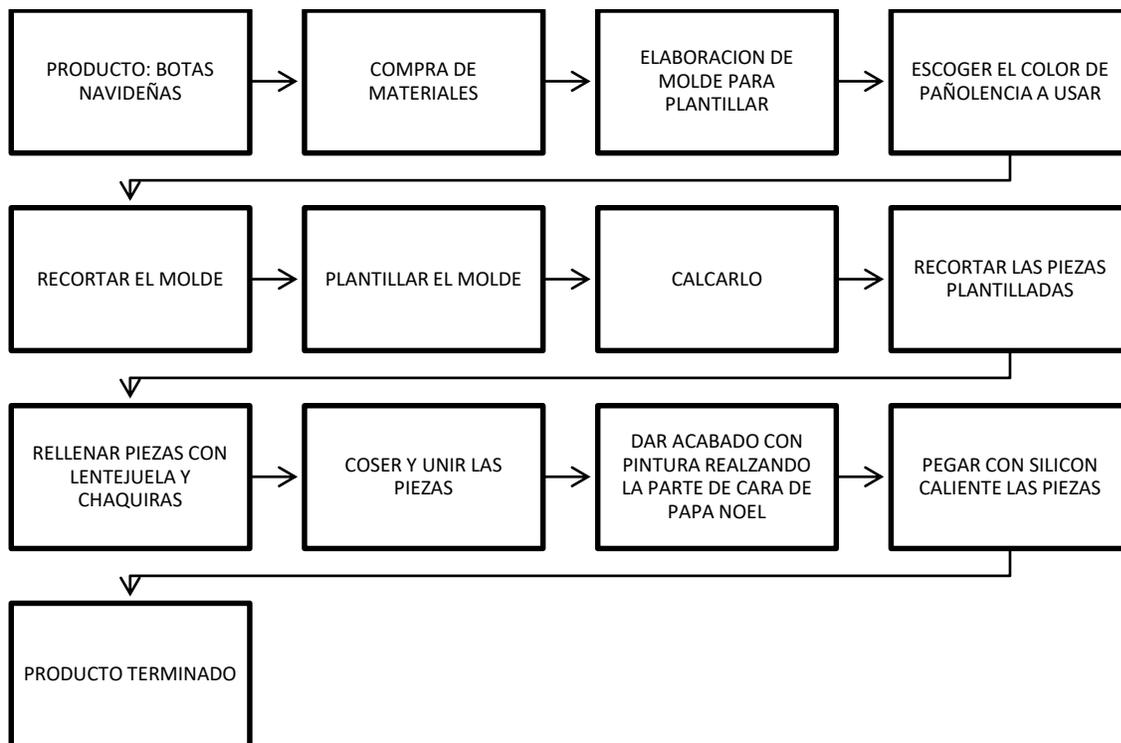
**Gráfico 19.-** Flujograma proceso de elaboración de agarradores de cortina

**Elaborado por:** Autores



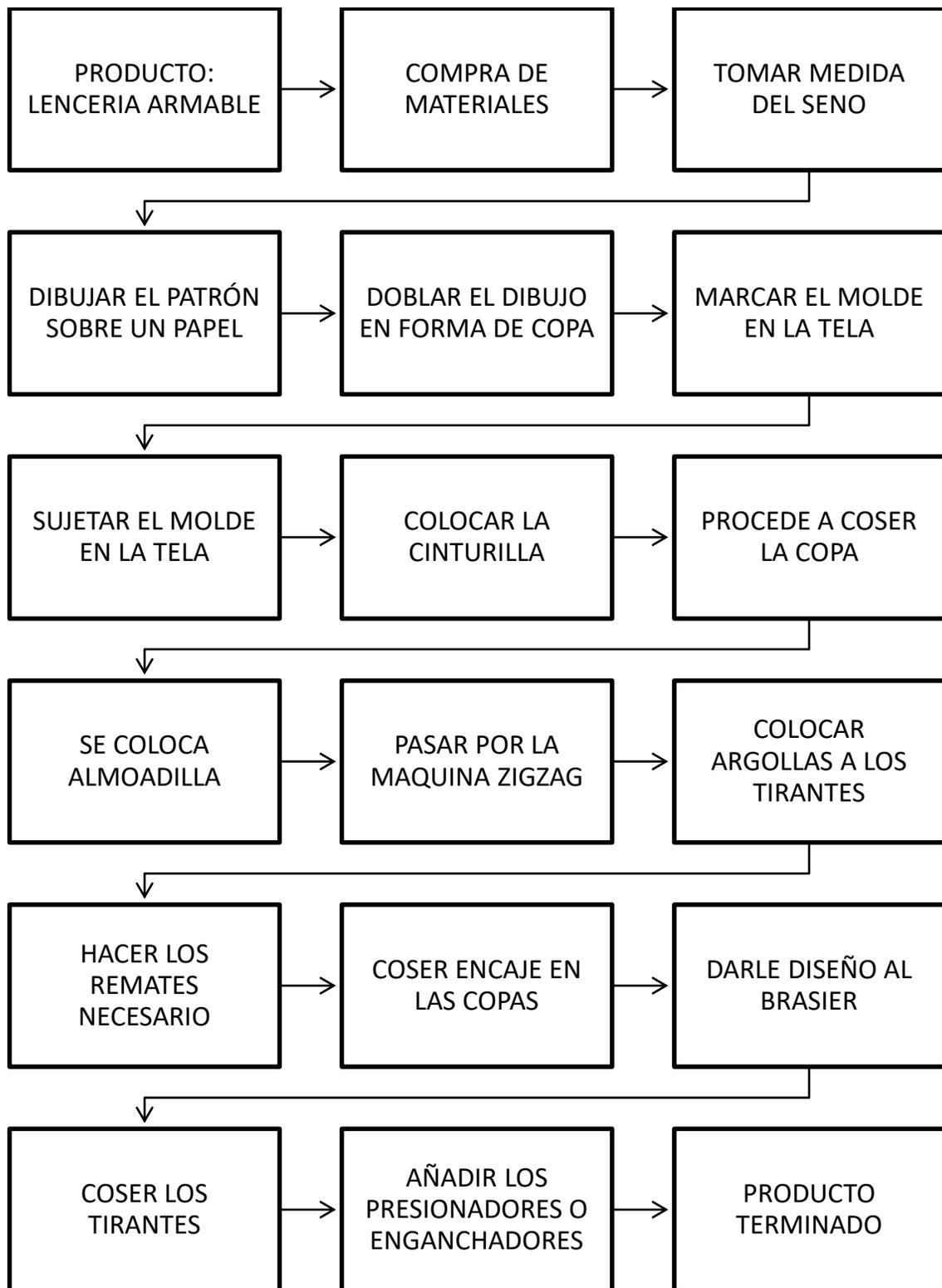
**Gráfico 20.-** Flujograma proceso de elaboración de cojines navideños

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 21.-** Flujograma proceso de elaboración de botas navideñas

**Elaborado por:** Autores



**Gráfico 22.-** Flujograma proceso de elaboración de brasier armable

**Elaborado por:** Autores

### 3.2.Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse

Se detalla la especificación de los insumos que se utilizara para la elaboración de 290 artículos que se fijara como propuesta.

**Tabla 21.** Especificaciones de materia prima

<b>Almohadas de Niña 50 cm * 50 cm</b>			
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>
Pañolencia (Varios Colores)	25 metros	\$ 5,00	\$ 100,00
Hilo	3 madejos	\$ 1,50	\$ 4,50
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30
Plumón	15 empaques	\$ 5,00	\$ 60,00
Encaje	100 metros	\$ 0,60	\$ 60,00
Cintas	2 pieza de 10 yardas	\$ 3,00	\$ 6,00
Silicón	20	\$ 0,15	\$ 3,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 233,80</b>
<b>Almohadas de Niño 50 cm * 50 cm</b>			
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>
Pañolencia (Varios Colores)	13 metros	\$ 5,00	\$ 65,00
Hilo	3 madejos	\$ 1,50	\$ 4,50
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30
Plumón	9 empaques	\$ 5,00	\$ 45,00
Encaje	60 metros	\$ 0,60	\$ 36,00
Cintas	1 pieza de 10 yardas	\$ 3,00	\$ 3,00
Silicón	13	\$ 0,15	\$ 1,95
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 155,75</b>
<b>Agarradores de cortinas</b>			
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>
Tela Polar llana	18 metros	\$ 6,50	\$ 117,00
Tela Polar estampada	4 metros	\$ 7,50	\$ 30,00
Hilo	2 madejos	\$ 1,50	\$ 3,00
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30
Plumón	5 empaques	\$ 5,00	\$ 25,00
Silicón	12	\$ 0,15	\$ 1,80
Accesorios (ojos sintéticos, nariz, etc.)			\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 197,10</b>
<b>Porta medias bebés</b>			

<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>	
<b>Pañolencia (Varios Colores)</b>	<b>15</b>	<b>\$ 5,00</b>	<b>\$</b>	<b>75,00</b>
<b>Hilo</b>	<b>2 paquetes</b>	<b>\$ 1,50</b>	<b>\$</b>	<b>3,00</b>
<b>Aguja</b>	<b>3</b>	<b>\$ 0,10</b>	<b>\$</b>	<b>0,30</b>
<b>esponja</b>	<b>2 planchas</b>	<b>\$ 5,00</b>	<b>\$</b>	<b>10,00</b>
<b>Silicón</b>	<b>24</b>	<b>\$ 0,15</b>	<b>\$</b>	<b>3,60</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$</b>	<b>91,90</b>
<b>Conjunto Vestidos Tejidos (talla 6 a 9 meses )</b>				
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>	
<b>hilo súper ajuar</b>	<b>20</b>	<b>\$ 4,50</b>	<b>\$</b>	<b>90,00</b>
<b>Crochet</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1,50</b>	<b>\$</b>	<b>3,00</b>
<b>Cintas</b>	<b>3 yardas</b>	<b>\$ 0,60</b>	<b>\$</b>	<b>1,80</b>
<b>Botones</b>	<b>50</b>	<b>\$ 0,20</b>	<b>\$</b>	<b>10,00</b>
<b>Broches - uvillas</b>	<b>20</b>	<b>\$ 0,50</b>	<b>\$</b>	<b>10,00</b>
<b>plantillas de zapatos</b>	<b>10 pares</b>	<b>\$ 1,50</b>	<b>\$</b>	<b>15,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$</b>	<b>129,80</b>
<b>Conjunto Vestidos Tejidos (talla 9 a 12 meses )</b>				
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>	
<b>hilo súper ajuar</b>	<b>30</b>	<b>\$ 4,50</b>	<b>\$</b>	<b>135,00</b>
<b>Crochet</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1,50</b>	<b>\$</b>	<b>3,00</b>
<b>Cintas</b>	<b>4 yardas</b>	<b>\$ 0,60</b>	<b>\$</b>	<b>2,40</b>
<b>Botones</b>	<b>75</b>	<b>\$ 0,20</b>	<b>\$</b>	<b>15,00</b>
<b>Broches - evillos</b>	<b>30</b>	<b>\$ 0,50</b>	<b>\$</b>	<b>15,00</b>
<b>plantillas de zapatos</b>	<b>15 pares</b>	<b>\$ 1,50</b>	<b>\$</b>	<b>22,50</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$</b>	<b>192,90</b>
<b>Lencería Armable</b>				
<b>Materia Prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>precio total</b>	
<b>tela lycra</b>	<b>12 metros</b>	<b>\$ 4,00</b>	<b>\$</b>	<b>48,00</b>
<b>tela grapeada o diseñada</b>	<b>10 metros</b>	<b>\$ 7,00</b>	<b>\$</b>	<b>70,00</b>
<b>Pieza de Broches</b>	<b>250</b>	<b>\$ 0,50</b>	<b>\$</b>	<b>125,00</b>
<b>Conos</b>	<b>140</b>	<b>\$ 2,00</b>	<b>\$</b>	<b>280,00</b>
<b>Varillas</b>	<b>140</b>	<b>\$ 0,50</b>	<b>\$</b>	<b>70,00</b>
<b>elástico</b>	<b>7 metros</b>	<b>\$ 0,80</b>	<b>\$</b>	<b>5,60</b>
<b>broches plásticos y metálicos</b>	<b>70</b>	<b>\$ 0,25</b>	<b>\$</b>	<b>17,50</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$</b>	<b>616,10</b>
<b>TOTALES</b>				<b>19.408,20</b>

Elaborado por: Autores

### 3.3.Instalaciones

En la presente propuesta de modelo de negocio, se expone a través de una maqueta en 3D, en donde muestra la distribución interna de la empresa Your Ideal Place, en donde cuenta con: Área de Cobranza. (Caja) - Área de Ventas de Productos Manuales (Pañolencía) - Área de Ventas de Productos de tejidos (Ropa tejida de Niña y accesorios, de 1 a 12 meses) - Área de Ventas de Productos de Lencería Armable - Bodega Y Almacenaje.



**Figura 3.- Parte frontal del negocio**

**Elaborado por:** Autores



**Figura 4.- Parte interior del negocio**

**Elaborado por:** Autores



**Figura 5.- Área de Ventas de Productos manuales y prendas tejidas**

**Elaborado por:** Autores



**Figura 6.- Área de Ventas**

**Elaborado por:** Autores

### **3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos**

**Tabla 22.** Maquinaria y equipo con sus costos

<b>Cantidad.</b>	<b>Mueble y enseres</b>	<b>Características</b>	<b>Costo</b>
2	Tijeras Profesional de Costura	Color Roja o Negra, utilizada expresamente para realizar cortes solo en telas. Costo unitario: \$15,00	\$ 30,00
2	Pistolas de Silicón	*Color Negro *Ajuste Manual: encendido o apagado *Se utiliza para colocar el silicón en barra y pegar piezas, sean de tela, o cualquier material de manualidades Costo unitario: \$4,50	\$ 9,00

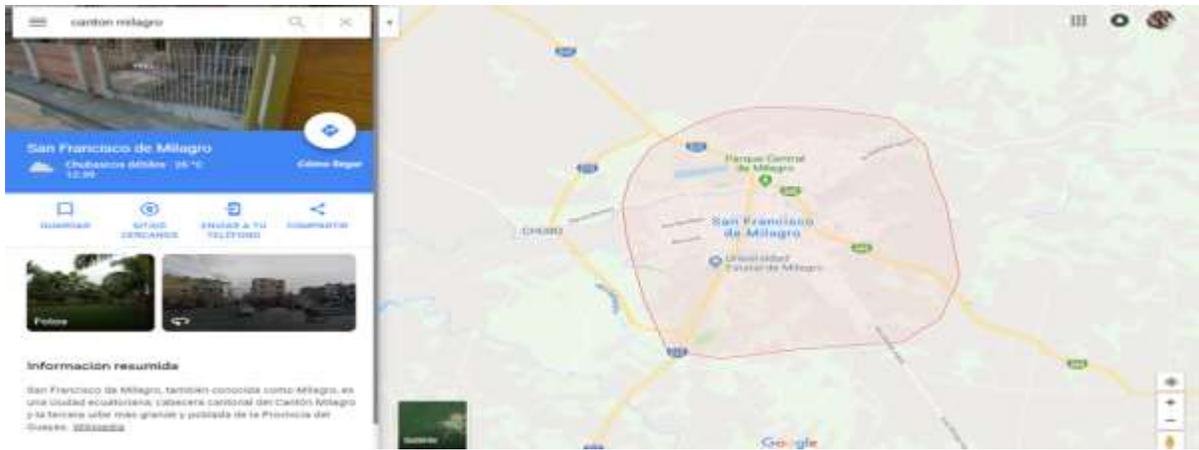
4	Vitrinas	Doble puerta De vidrio Costo Unitario: 80	\$ 320,00
3	Perchas	Aluminio y Fierro Costo Unitario= \$60,00	\$180,00
4	Sillas	Asientos de Espera Costo Unitario= \$7,50	\$ 30,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$569,00</b>
<b>Cantidad.</b>	<b>Maquinaria</b>	<b>Características</b>	<b>Costo</b>
1	Maquina Recta de Coser	Modelo Gentex Industrial incluye mesa de 1 aguja, para fijar entretela y encaje	\$384,00
1	Máquina de Zigzag	Ya mata triple para coser el borde superior e inferior de la copa del brasier.	\$345,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$729,00</b>
<b>Cantidad.</b>	<b>Equipos</b>	<b>Características</b>	<b>Costo</b>
1	Computadora de Escritorio	Marca Hp I 15	\$725,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$725,00</b>
<b>TOTAL ( Muebles y enseres + maquinaria + equipos)</b>			<b>\$ 2023,00</b>

**Elaborado por:** Autores

### **3.5.Localización del negocio: macro y micro localización**

#### **3.5.1. Macro Localización**

La microempresa Your Ideal Place, está localizada en el País Ecuador, Provincia Guayas, Cantón Milagro el cual forma parte de la zona 5, ubicación que se muestra en la Figura siguiente.

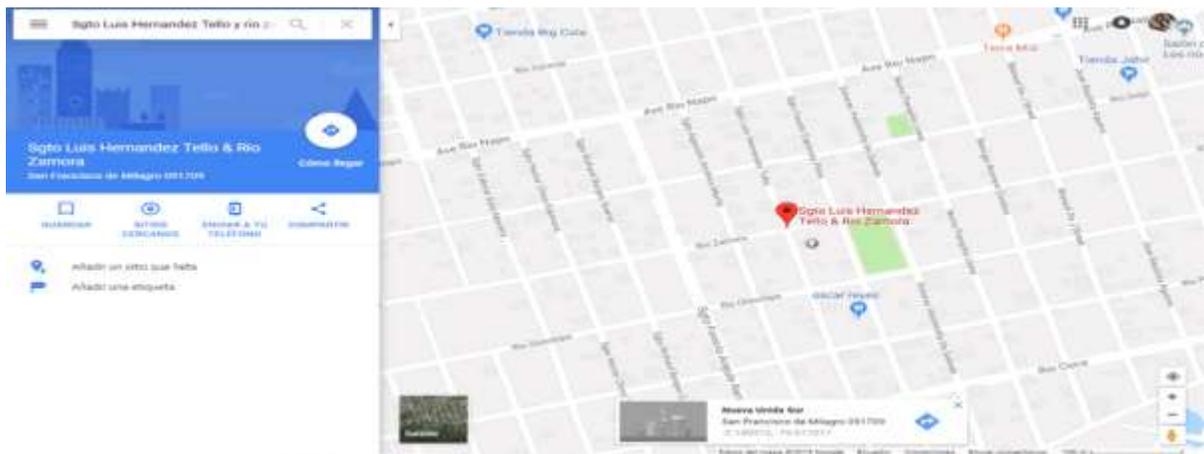


**Figura 7.- Macro localización**

**Fuente:** (Google Maps, 2019)

### 3.5.2. Micro localización

Your Ideal Place, estará ubicado en la ciudadela Unida Sur, Calles Sgto. Luís Hernández Tello y Río Zamora. Hoy en día, es un sector en donde se está desarrollando una extensa zona comercial.



**Figura 8.- Micro localización empresa Your Ideal Place.**

**Fuente:** (Google Maps., 2018)

---

### **3.6.Tamaño**

El Tamaño de la estructura de la idea de negocio bajo la razón social Your Ideal Place con slogan Diseño & Estilo, porque te lo mereces. Su espacio es de 6 x15 que consta de planta baja se expondrá los productos de lencería caja y bodega) y alta (se exhibirán los productos manuales y de tejidos.)

## **CAPITULO 4**

### **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### **4.1.Tipo de organización**

La microempresa denominada bajo la razón social “Your Ideal Place” forma parte del tipo de organización registrada por la superintendencia de compañías, la cual corresponde a Compañías de responsabilidad limitada, debido a que su constitución está conformada por 2 socios y a su vez el capital generado entre las partes.

Los socios de la compañía corresponden a los nombres de Peggy Carolina Barahona Santos con CI. 0955416912 y Karen Tatiana David Arreaga con CI. 0929858264.

## 4.2. Estructura organizacional



Gráfico 23.- Organigrama Microempresa Your Ideal Place

Elaborado por: Autores

### 4.3. Funciones y responsabilidades

Tabla 23. Funciones del cargo administradora

Identificación del Cargo	
<b>Nombre:</b>	Karen Tatiana David Arreaga
<b>Dependencia:</b>	Administradora
<b>Cargo a los que supervisa:</b>	Departamento de Ventas – Publicidad
<b>Cargos Con Los Que colabora:</b>	Departamento de Finanzas
<b>Jornada:</b>	Completa

#### **Administradora**

Planea, organiza, dirige y controla las actividades y tareas de la organización

Evalúa y Analiza los riesgos a los que está expuesta la organización.

Realiza estudios de mercado, que le permita definir el FODA de la organización. Supervisar las áreas o departamentos que estén regidas bajo las políticas y normas de la organización.

#### **Jefe Departamento de Ventas y Publicidad**

Supervisar el volumen de ventas de la compañía

Determinar estrategias de producto para posicionar los productos

Insertar el producto en nuevos mercados.

Dar a conocer los productos que oferta la empresa mediante herramientas tecnológicas publicitarias.

#### **Colaborador Finanzas**

Mantener el control y seguimiento de los estados financieros, que mantiene la empresa.

Verificar que la empresa tenga su información financiera actualizada.

**Elaborado por:** Autores

**Tabla 24.** Funciones de Administrador 2.

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre:</b>	Peggy Carolina Barahona Santos
<b>Dependencia:</b>	Administradora
<b>Cargo a los que supervisa:</b>	Departamento de Compras, Departamento de Producción Departamento de Finanzas.
<b>Cargos con Los que colabora:</b>	Departamento de Producción
<b>Jornada:</b>	Completa
<b>Funciones</b>	

**Administradora**

Planea, organiza, dirige y controla las actividades y tareas de la organización

Evalúa y Analiza los riesgos a los que está expuesta la organización.

Realiza estudios de mercado, que le permita definir el FODA de la organización. Supervisar las áreas o departamentos que estén regidas bajo las políticas y normas de la organización.

**Jefe Departamento de Compra, Producción y Finanzas.**

Selección proveedores.

Analizar costo de insumos y materiales

Coordinar la realización de los productos manuales y lencería. Asegurar que los datos económicos cuadren al cierre del periodo Controlar el registro de valores que ingresan y salen de la empresa.

**Colaborador Departamento de Producción**

Elaborar los productos manuales con la debida precaución.

Cuidar que el acabado del producto se encuentre en perfectas condiciones

Cumplir con la normativa de calidad en la elaboración de los productos.

---

**Elaborado por:** Autores

**Tabla 25.** Funciones colaborador productos manuales

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre:</b>	Luz Barahona Santos
<b>Dependencia:</b>	Colaborador Departamento de Producción
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>Funciones</b>	
Elaborar los productos manuales con la debida precaución.	
Cuidar que el acabado del producto se encuentre en perfectas condiciones	
Cumplir con la normativa de calidad en la elaboración de los productos.	
Diseñar y crear los moldes utilizados como plantillas para elaborar los productos manuales.	

**Elaborado por:** Autores

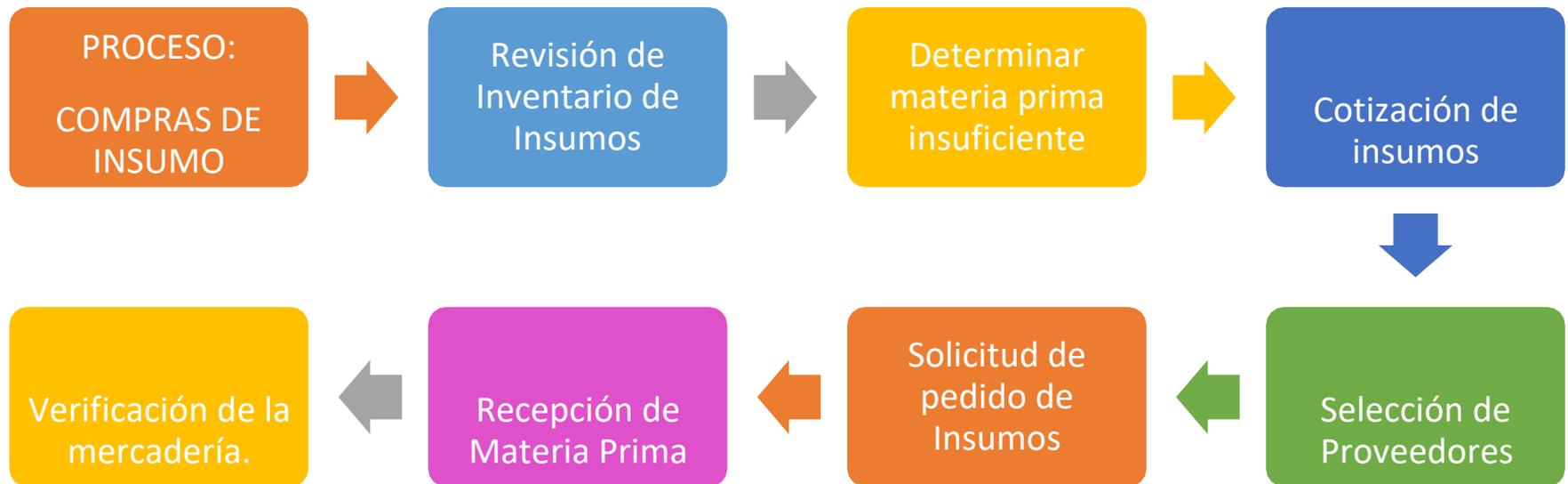
**Tabla 26.** Funciones Diseño Corte y confección

<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre:</b>	María Peralta de Fajardo.
<b>Dependencia:</b>	Diseño, Corte y Confección.
<b>Número de cargos:</b>	1
<b>Funciones</b>	

Elaboración de productos de lencería armable  
(brasier) Diseñar nuevos modelos de brasieres.  
Respetar la política de calidad que se rigen nuestros productos  
Conocer y cumplir con los valores y principios de la empresa.

**Elaborado por:** Autores

#### 4.4. Flujo de procesos administrativo



**Gráfico 24.-** Flujo de Proceso de Compras de Insumo

**Elaborado por:** Autores

#### 4.5.Instalación, Equipos Y Maquinarias Para El Personal Administrativo

**Tabla 27.** Instalación, maquinaria y equipo personal administrativo

<b>Equipo de Computo</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Equipos</b>	<b>Característica</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
2	Laptop	Marca: Hewlett Packard (HP) Modelo Intel i3/ Core Capacidad 32 GB	\$ 500,00	\$ 1.000,00
2	Impresora	Marca: CANON Modelo: G2100 Multifunción Color negro Imprime copia y escanea	\$ 160,00	\$ 320,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1.320,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Muebles y enseres</b>	<b>Característica</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
2	Escritorio de Oficina	Moderno de Vidrio Color Negra la estructura o base de la mesa. Resistente	\$ 120,00	\$240,00
2	Silla ejecutiva	Asiento Ergonómico Color Negro Con graduador de altura.	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Archivadores	De 4 divisiones Con cajones Color Madera	\$ 100,00	\$200,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 600,00</b>
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Suministro</b>	<b>Característica</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
	Suministros de Oficina	Hojas A4 bond Esferos Carpetas para archivero Portafolios Clips Grapas Perforadoras Separadores Cinta Almacenaje de tinta para la impresora	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 100,00</b>
<b>TOTAL ( equipo de cómputo + muebles y enseres + suministros de oficina)</b>				<b>\$2020,00</b>

Elaborado por: Autores

#### CAPITULO 5

## 5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

### 5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

La microempresa Your Ideal Place está sujeta a cumplir con cada uno de los requisitos y requerimientos necesario para su correcto funcionamiento y aplicación de sus actividades laborales.

En la determinación del tipo de compañía al que pertenece la microempresa se considera que forma parte de la compañía limitada.

Según el artículo 92. “la compañía limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva” (Ley de Compañías, 1999, pág. 17).

**Según el Art. 102.** “El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación” (Ley de Compañías, 1999, pág. 18).

Requisitos para el debido funcionamiento del nuevo negocio:

**Para obtener el certificado de uso de suelo deberá tener los siguientes documentos:**

Tasa uso de suelo (ventanilla), copia de cedula de identidad y certificado de votación, copia de predios urbanos o recibo de agua potable, copia de ruc o rice, (entregar documentación en secretaria municipal para coordinar inspección),

**Requisitos Cuerpo de Bomberos deberá llevar:** Copia del certificado de uso de suelo, copia de cedula de identidad y certificado de votación,

**Requisitos para obtener patente municipal anual (Primera vez) son:** Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, comprar solicitud de patente (ventanilla), copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación, copia de registro único contribuyente (ruc) o régimen impositivo simplificada ecuatoriana, Certificado de uso de suelo, Certificado del cuerpo bomberos actual, En caso de ser artesanos (copia de la calificación artesanal vigente),

NOTA: Así como se registra una actividad económica y se obtiene patente municipal el cierre del negocio debe ser reportado y comunicado al municipio de Milagro, caso contrario se da por entendido que la actividad económica fue ejercida,

PASO A SEGUIR: Acercarse a la ventanilla para hacer el debido trámite del uso del suelo, luego llevarlo a secretaria, después se tendrá que ir a retirar dicho certificado al CAC de Milagro (Centro de Atención Ciudadana) para poder ir al cuerpo de Bombero con los requisitos solicitados, y así otorguen el certificado de cuerpo de bomberos para proceder a sacar la patente (Municipio de Milagro, 2019).

En él (COPCI, 2010) se enmarca el siguiente artículo:

**Según el Art. 3.- Objeto.** – “El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor

agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza”

## **REGLAMENTO FUNCIONAMIENTO**

### **ESTABLECIMIENTOS SUJETOS CONTROL SANITARIO**

Según el Art. 8. “Los establecimientos categorizados como artesanales están exentos del pago del derecho por Permiso de Funcionamiento; y, para su funcionamiento se regirán por lo dispuesto en la Ley de Fomento Artesanal vigente y en este Reglamento” (Registro Oficial 834, 2016, pág. 4).

En el Art. 10 del mismo reglamento menciona que:

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de identidad, y ciudadanía, carnet de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento,
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Nota: Literal derogado por Acuerdo Ministerial No. 5004, publicado en Registro Oficial Suplemento 317 de 22 de Agosto del 2014

- e) Categorización emitida por los Ministerios de Turismo o de Industrias y Productividad, cuando corresponda,
- f) Nota: Literal derogado por Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial Suplemento 299 de 29 de Julio del 2014
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos (Registro Oficial 834, 2016).

## **5.2.Descripción del impacto ambiental**

La microempresa “Your Ideal Place” mantiene el cuidado del medio ambiente a través de productos como la comercialización de lencería femenina armable con materiales sustentables que aportan a la responsabilidad ambiental ayudando al ecosistema a contrarrestar el gran impacto que este puede ocasionar descartando la materia prima sintética como las varillas de metal en la confección de la lencería replazándolos por materiales de origen natural como las varillas hechas a base de biopolímeros, son plásticas.

### 5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

**Tabla 28.** Plan de Mitigación

PROBLEMA	MITIGACIÓN	
	ACCION	VALOR
Uso de sillas de madera o plástico provoca Daños Ergonómicos en el personal	Adquirir 3 sillas ergonómicas cómodas especiales para postura. \$100	\$300,00
Cajas de cartón utilizadas para empaque	Adquirir 100 empaque de material biodegradable.	\$100,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$400,00</b>

Elaborado por: Autores

**Tabla 29.** Plan de Compensación

PROBLEMA	COMPENSACIÓN	
	ACCION	VALOR
Uso de sillas de madera o plástico provoca Daños Ergonómicos en el personal	Impartir charlas de prevención de accidentes laborales. Plan de acción.	\$ 250
Cajas de cartón utilizadas para empaque	Otorgar 150 fundas biodegradables.	\$150
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 400,00</b>

Elaborado por: Autores

## CAPITULO 6.

### 6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

#### 6.1. Inversión y fuente de financiamiento

##### 6.1.1. Activos fijos

Your Ideal Place registra sus activos fijos y los considera como aquellos bienes que no están disponibles para la venta, debido a que son utilizados para comenzar su actividad comercial.

**Tabla 30.** Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.269,00
MAQUINARIAS	\$ 2.300,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.235,00
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 1.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 6.804,00</b>

**Elaborado por:** Autores

De acuerdo a la sumatoria de los activos fijos que dispone la microempresa, corresponde a los muebles y enseres, las maquinarias o equipos como las máquinas de coser, las máquinas registradoras entre otros, los equipos de computación, como las laptops, impresora, y los gastos pre operacionales como la preparación del personal, materia prima, inventarios etc.

##### 6.1.2. Capital Trabajo

“Your Ideal Place” está compuesto por el activo corriente por el valor de

\$6.804,00

**Tabla 31.-** Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Insumos	\$6.804,00
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 6.804,00</b>

Elaborado por: Autores

### 6.1.3. Tabla De Amortización

También llamadas como devolución tal y como se la considera en la microempresa Your ideal Place, se la realiza con el fin de desglosar el valor de compromiso mensual del pago de un préstamo o crédito, que en su momento se obtuvo y que este presenta un tiempo límite para ser saldado, en este caso es de 5 años.

**Tabla 32.-** Cuadro de Amortizaciones

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>				
<b>Capital</b>			<b>\$10.304</b>	
<b>Tasa de interés mensual</b>			<b>1,25%</b>	<b>15% anual</b>
<b>Plazo en años</b>			<b>5</b>	
<b>Forma de Pago</b>			<b>MENSUAL</b>	
<b>Total Periodos</b>			<b>60</b>	
<b>Periodos de Gracia</b>			<b>0</b>	
<b>Periodos Normales</b>			<b>60</b>	
<b>Valor Dividendo</b>			<b>\$245</b>	
No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
<b>0</b>				\$10.304
<b>1</b>	\$129	\$116	\$245	\$10.188
<b>2</b>	\$127	\$118	\$245	\$10.070
<b>3</b>	\$126	\$119	\$245	\$9.951
<b>4</b>	\$124	\$121	\$245	\$9.830

<b>5</b>	\$123	\$122	\$245	\$9.708
<b>6</b>	\$121	\$124	\$245	\$9.584
<b>7</b>	\$120	\$125	\$245	\$9.458
<b>8</b>	\$118	\$127	\$245	\$9.332
<b>9</b>	\$117	\$128	\$245	\$9.203
<b>10</b>	\$115	\$130	\$245	\$9.073
<b>11</b>	\$113	\$132	\$245	\$8.941
<b>12</b>	\$112	\$133	\$245	8.808
<b>13</b>	\$110	\$135	\$245	8.673
<b>14</b>	\$108	\$137	\$245	8.536
<b>15</b>	\$107	\$138	\$245	8.398
<b>16</b>	\$105	\$140	\$245	8.258
<b>17</b>	\$103	\$142	\$245	8.116
<b>18</b>	\$101	\$144	\$245	7.972
<b>19</b>	\$100	\$145	\$245	7.827
<b>20</b>	\$98	\$147	\$245	7.679
<b>21</b>	\$96	\$149	\$245	7.530
<b>22</b>	\$94	\$151	\$245	7.379
<b>23</b>	\$92	\$153	\$245	7.226
<b>24</b>	\$90	\$155	\$245	7.071
<b>25</b>	\$88	\$157	\$245	6.915
<b>26</b>	\$86	\$159	\$245	6.756
<b>27</b>	\$84	\$161	\$245	6.595
<b>28</b>	\$82	\$163	\$245	6.433
<b>29</b>	\$80	\$165	\$245	6.268
<b>30</b>	\$78	\$167	\$245	6.101
<b>31</b>	\$76	\$169	\$245	5.932
<b>32</b>	\$74	\$171	\$245	5.761

<b>33</b>	\$72	\$173	\$245	5.588
<b>34</b>	\$70	\$175	\$245	5.413
<b>35</b>	\$68	\$177	\$245	5.235
<b>36</b>	\$65	\$180	\$245	5.056
<b>37</b>	\$63	\$182	\$245	4.874
<b>38</b>	\$61	\$184	\$245	4.690
<b>39</b>	\$59	\$187	\$245	4.503
<b>40</b>	\$56	\$189	\$245	4.314
<b>41</b>	\$54	\$191	\$245	4.123
<b>42</b>	\$52	\$194	\$245	3.929
<b>43</b>	\$49	\$196	\$245	3.733
<b>44</b>	\$47	\$198	\$245	3.535
<b>45</b>	\$44	\$201	\$245	3.334
<b>46</b>	\$42	\$203	\$245	3.130
<b>47</b>	\$39	\$206	\$245	2.924
<b>48</b>	\$37	\$209	\$245	2.716
<b>49</b>	\$34	\$211	\$245	2.505
<b>50</b>	\$31	\$214	\$245	2.291
<b>51</b>	\$29	\$216	\$245	2.074
<b>52</b>	\$26	\$219	\$245	1.855
<b>53</b>	\$23	\$222	\$245	1.633
<b>54</b>	\$20	\$225	\$245	1.409
<b>55</b>	\$18	\$228	\$245	1.181
<b>56</b>	\$15	\$230	\$245	951
<b>57</b>	\$12	\$233	\$245	717
<b>58</b>	\$9	\$236	\$245	481
<b>59</b>	\$6	\$239	\$245	242
<b>60</b>	\$3	\$242	\$245	-0

<b>Totales</b>	<b>\$4.404</b>	<b>\$10.304</b>	<b>\$14.708</b>
----------------	----------------	-----------------	-----------------

Elaborado por: Autores

#### 6.1.4. Depreciación

En la presente tabla se muestra la depreciación que compete a los activos Fijos que forman parte de la microempresa, y que a su vez refleja el valor que ha perdido dicho bien en el transcurso de su vida útil.

**Tabla 33.-** Depreciación de Activos Fijos

<b>ACTIVOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>% DEPREC.</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$1.269,00	<b>10,0%</b>	\$127,00
<b>MAQUINARIAS</b>	\$2.300,00	<b>10,0%</b>	\$230,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	\$2.235,00	<b>33,0%</b>	\$738,00
<b>GTS. PREOPERACIONALES</b>	\$1.000,00	<b>33,0%</b>	\$330,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$6.804,00</b>		<b>\$1.424,00</b>

Elaborado por: Autores

La tabla está compuesta por los muebles y enseres el cual se lo deprecia en un 10%, equivalente a \$127,00, las maquinarias depreciadas en un 10%, que corresponde a \$ 230,00. Los equipos de computación se deprecian al 33% el cual equivale a \$738,00 y a su vez los gastos pre operativo depreciado en un 33%, representan \$330,00 lo que el sumatorio total de activos fijos depreciados es \$ 1.424,00

#### 6.2. Proyección de Ingreso.

##### 6.2.1. Ventas

En la proyección de las ventas que pretende lograr tanto mensual como anualmente, la microempresa Your Ideal Place, registra los siguientes datos, de forma que permita obtener altos ingresos, el cual sería beneficioso para el negocio, porque el ingreso serviría para cubrir en parte la deuda por el crédito y otros gastos lo más pronto posible.

**Tabla 34.-** Ventas

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	UNIDADES	PRECIO	VENTAS
	MENSUALES	ANUALES DE VENTA		ANUALES
Almohadas de Niña	60	720	\$ 10,00	\$ 7.200,00
Almohadas de Niño	50	600	\$ 10,00	\$ 6.000,00
Agarradores de Cortina	35	420	\$ 20,00	\$ 8.400,00
Porta medias bebés	20	240	\$ 10,00	\$ 2.400,00
Conjunto Vestidos Tejidos (talla 6-9 meses )	35	420	\$ 25,00	\$ 10.500,00
Conjunto Vestidos Tejidos (talla 9-12 meses)	20	240	\$ 30,00	\$ 7.200,00
Lencería Armable	70	840	\$ 16,50	\$13.860,00
<b>TOTALES</b>	<b>290</b>	<b>3.480</b>		<b>55.560,00</b>

Elaborado por: Autores

### 6.2.2. Proyección de ventas

La cantidad de ventas de los cinco meses anteriores fueron de:

**Tabla 35.** Datos de Ventas

MESES	Q. VENTAS
X	Y
1	290
2	334
3	379
4	423
5	468

Elaborado por: Autores

1. Se busca la valoración de las ventas para los 5 meses posteriores utilizando las mismas tendencias, en el cual nuestro negocio "Your Ideal Place" acude a realizar su pronóstico de ventas mediante el método de mínimos cuadrados.

$$Y = a + bx$$

En donde se presenta las siguientes formulas:

$$b = \frac{N\Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$a = \frac{\Sigma y - b\Sigma x}{N}$$

2. Es necesario determinar:

XY

Y

X<sup>2</sup>

Se estima un 5% de incremento en el volumen de ventas tomando como referencia el total de cantidades propuestas para el proyecto

### Proyección de Ventas.

**Tabla 36.** Ventas: Calculo XY y X<sup>2</sup>

MESES	C. VENTAS				
x	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	X*Y	
1	290	1	46225	290	
2	334	4	40000	668	
3	379	9	62500	1137	
4	423	16	81225	1692	
5	468	25	87616	2340	
<b>15</b>	<b>1894</b>	<b>55</b>	<b>737160,80</b>	<b>6126</b>	

**Elaborado por:** Autores

2. Aplicar y Reemplazar las formulas sugeridas en el punto 2:

$$b = \frac{N\Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{5(6126) - 15(1894)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{2220}{50}$$

$$b = 44,4$$

$$a = \frac{\Sigma y - b\Sigma x}{N}$$

$$a = \frac{1894 - 44,4(15)}{5}$$

$$a = \frac{1228}{5}$$

$$a = 245,6$$

4. Se ajusta:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 245,6 + 44,4(x)$$

5. Mientras que el crecimiento se determina bajo la siguiente formula:

$$c = \frac{b(n)}{\Sigma y}$$

$$c = \frac{44,4(5)}{1894}$$

$$c = \frac{222}{1894}$$

$$c = 0,11721225$$

**ANALISIS:** Lo que significa que las ventas tendrán un crecimiento promedio de 0,11721225 % por periodo

#### PRONOSTICO DE VENTAS PARA LOS SIGUIENTES CINCO PERIODOS

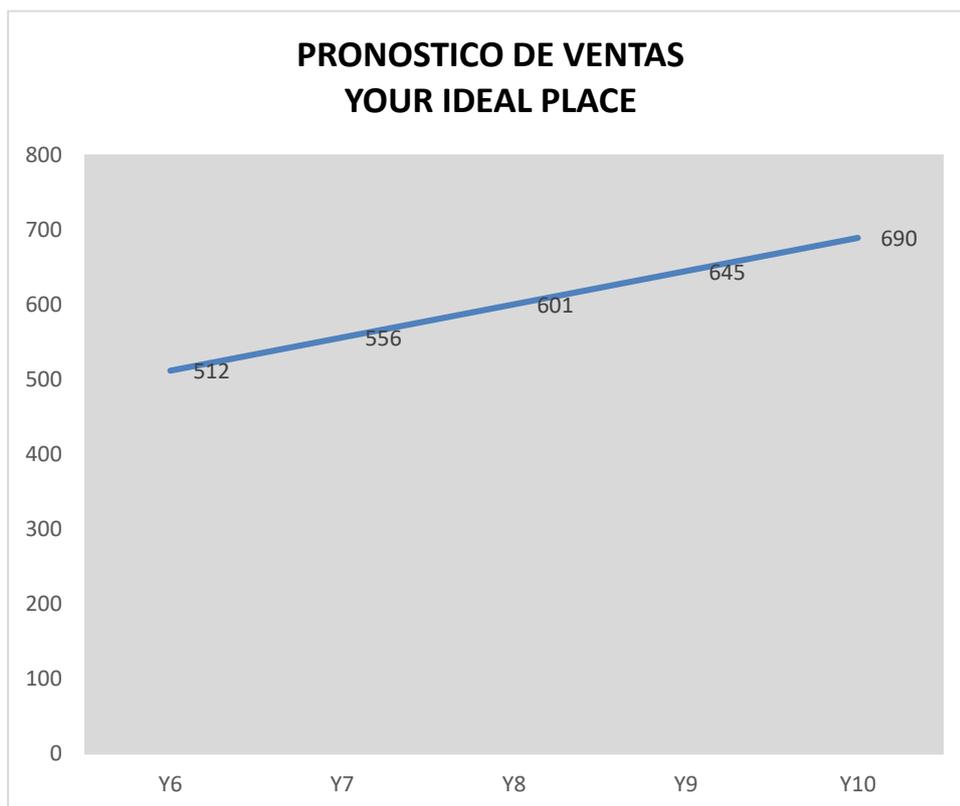
PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
$y = a + bx$	$y = a + bx$	$y = a + bx$
$y = 245,6 + 44,4 (6)$	$y = 245,6 + 44,4 (7)$	$y = 245,6 + 44,4 (8)$
$y = 512$	$y = 556$	$y = 601$
PERIODO 9		PERIODO 10
$y = a + bx$	$y = a + bx$	$y = a + bx$
$y = 245,6 + 44,4 (9)$	$y = 245,6 + 44,4 (10)$	
$y = 645$	$y = 690$	

A continuación, se detalla el pronóstico de venta de los siguientes 5 meses

**Tabla 37.** Cantidad de Ventas Proyectadas

PERIODO (MENSUAL)	C. VENTAS
6	512
7	556
8	601
9	645
10	690

Elaborado por: Autores



**Gráfico 25.-** Ventas proyectadas de la empresa Your Ideal Place.

**Elaborado por:** Autores

**Representación de Ventas anteriores con la proyección de las ventas futuras**

**Tabla 38.** Ventas proyectadas de la empresa Your Ideal Place.

MESES X	VENTAS Y	X2	Y2	XY
1	290	1	84100	290
2	334	4	111823,36	669
3	379	9	143489,44	1136
4	423	16	179098,24	1693
5	468	25	218649,76	2338
6	512	36	262144,00	3072

7	556	49	309136,00	3892
8	601	64	361201,00	4808
9	645	81	416025,00	5805
10	690	100	476100,00	6900

**Elaborado por:** Autores

### 6.3. Proyección de egresos.

#### 6.3.1. Costos directos.

Son aquellos que corresponden al valor que cuesta elaborar un producto utilizando la adecuada materia prima y maquinaria que permita realizar la elaboración de los productos que son ofertados en el local comercial

**Tabla 39.-** Costos Directos.

DESCRIPCIÓN	parcial			UNIDADES	UNIDADES	COSTO	VENTAS
	Cantidad	Precio Unit	precio total	MENSUALES	ANUALES	DE VENTA	ANUALES
<b>Almohadas de Niña 50 cm *</b>							
<b>50 cm</b>				60	720	\$5,25	\$ 3780,00
Pañolencia (Varios Colores)	25 metros	\$ 5,00	\$125,00				
Hilo	3 madejos	\$ 1,50	\$ 4,50				
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30				
	15						
Plumón	empaques	\$ 5,00	\$ 60,00				
Encaje	100 metros	\$ 0,60	\$ 60,00				
Cintas	2 pieza de 10 yardas	\$ 3,00	\$ 6,00				
Silicón	20	\$ 0,15	\$ 3,00				
<b>TOTAL</b>			<b>\$258,80</b>				
<b>Almohadas de Niño 50 cm *</b>							
<b>50 cm</b>				50	600	\$ 3,42	\$ 2.052,00
Pañolencia (varios colores)	13 metros	\$ 5,00	\$ 65,00				

Hilo	3 madejos	\$ 1,50	\$ 4,50		
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30		
	9				
Plumón	empaques	\$ 5,00	\$ 45,00		
Encaje	60 metros	\$ 0,60	\$ 36,00		
Cintas	1 pieza de 10 yardas	\$ 3,00	\$ 3,00		
Silicón	13	\$ 0,15	\$ 1,95		
<b>TOTAL</b>			<b>\$155,75</b>		
<b>Agarradores de cortinas</b>				35	420 \$ 5,50 \$ 2.310,00
Tela Polar llana	20 metros	\$ 6,50	\$130,00		
Tela Polar estampada	4 metros	\$ 7,50	\$ 30,00		
Hilo	2 madejos	\$ 1,50	\$ 3,00		
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30		
	5				
Plumón	empaques	\$ 5,00	\$ 25,00		
Silicón	12	\$ 0,15	\$ 1,80		
Accesorios ( ojos sintéticos, nariz, etc)			\$ 20,00		
<b>TOTAL</b>			<b>\$210,10</b>		
<b>Porta medias bebes</b>				20	240 \$ 3,68 \$ 883,20
Pañolencia (varios Colores)	15	\$ 5,00	\$ 75,00		
Hilo	2 paquetes	\$ 1,50	\$ 3,00		
Aguja	3	\$ 0,10	\$ 0,30		
esponja	2 planchas	\$ 5,00	\$ 10,00		
Silicón	24	\$ 0,15	\$ 3,60		
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 91,90</b>		
<b>Conjunto Vestidos Tejidos (talla 6 a 9 meses )</b>				35	420 \$3,25 \$ 1.365,00
hilo super ajuar	50	\$ 4,50	\$225,00		
Crochet	2	\$ 1,50	\$ 3,00		
Cintas	5 yardas	\$ 0,60	\$ 3,00		
Botones	1340	\$ 0,10	\$134,00		
Broches - evillas	20 pares	\$ 0,50	\$ 10,00		
plantillas de zapatos	10 pares	\$ 1,50	\$ 15,00		
<b>TOTAL</b>			<b>\$390,00</b>		
<b>Conjunto Vestidos Tejidos (talla 9 a 12 meses )</b>				20	240 \$6,43 \$ 1.543,20
hilo super ajuar	30	\$ 4,50	\$135,00		
Crochet	2	\$ 1,50	\$ 3,00		
Cintas	4 yardas	\$ 0,60	\$ 2,40		
Botones	100	\$ 0,10	\$ 10,00		
Broches - evillas	20 pares	\$ 0,50	\$ 10,00		
plantillas de zapatos	15 pares	\$ 1,50	\$ 22,50		
<b>TOTAL</b>			<b>\$182,90</b>		
<b>Lencería Armable</b>				70	840 \$ 8,80 \$ 7.392,00
tela lycra	12 metros	\$ 4,00	\$ 48,00		
tela grapeada o diseñada	10 metros	\$ 7,00	\$ 70,00		
Pieza de Broches	250	\$ 0,50	\$125,00		

Conos	140	\$ 2,00	\$280,00
Varillas	140	\$ 0,50	\$ 70,00
elastico	7 metros	\$ 0,80	\$ 5,60
broches plasticos y metálicos	70	\$ 0,25	\$ 17,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$616,10</b>
<b>TOTALES</b>	<b>290</b>	<b>3480</b>	<b>\$19.325,40</b>

**Elaborado por:** Autores

### 6.3.2. Insumos Directos

Para Your Ideal Place, entre sus costos directos que incurren en la microempresa, están constituidos por el pago de la energía, las etiquetas para diferenciar y darle renombre al producto final, las fundas que se despacha el producto, y a su vez las cajas en donde estará la lencería.

**Tabla 40.** Insumos directos

<b>INSUMOS DIRECTOS</b>				
<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES MENSUALES</b>	<b>UNIDADES ANUALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL ANNUAL</b>
<b>Etiquetas</b>	<b>290</b>	<b>3.480</b>	<b>\$0,03</b>	<b>\$ 104,40</b>
<b>Fundas</b>	<b>300</b>	<b>3.600</b>	<b>\$0,02</b>	<b>\$ 72,00</b>
<b>Banner</b>		<b>1</b>	<b>\$50,00</b>	<b>\$50,00</b>
<b>Cajas Para Lencería</b>	<b>70</b>	<b>840</b>	<b>\$1,50</b>	<b>\$ 1.260,00</b>
<b>TOTALES</b>				<b>\$1.436,40</b>

**Elaborado por:** Autores

### 6.3.3. Mano de Obra Directa

Dentro de la M.O.D que forma parte de la organización se cuenta, con la persona encargada de elaborar los productos manuales, y la costurera que es la encargada de elaborar la lencería. El sueldo mensual para las personas varía de acuerdo a su cargo, lo que al año representa a \$12.840,00.

**Tabla 41.-** Mano de Obra Directa

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANNUAL</b>
<b>DESCRIPCION</b>			
<b>Colaborador productos Manuales</b>	<b>1</b>	<b>\$420,00</b>	<b>\$5.040,00</b>
<b>Costurera</b>	<b>1</b>	<b>\$350,00</b>	<b>\$4.200,00</b>
<b>Cajera</b>	<b>1</b>	<b>\$300,00</b>	<b>\$3.600,00</b>
<b>TOTALES</b>			<b>\$12.840,00</b>

Elaborado por: Autores

#### 6.3.4. Costos indirectos.

##### 6.3.4.1. Gastos administrativos.

Debido a que la actividad comercial de Your Ideal Place, está comenzando no cuenta con amplio número de trabajadores, las socias o dueñas del negocio, son quienes se encargan de la mayor parte de los procesos de la microempresa, por ende, se registra en los pagos administrativos el sueldo de \$420,00 para la administradora.

**Tabla 42.-** Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ING. MENSUAL</b>	<b>TOTAL ING MEN.</b>	<b>T. ANUAL</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	<b>1</b>	<b>\$ 420,00</b>	<b>\$ 420,00</b>	<b>\$ 5.040,00</b>
<b>TOTALES</b>				<b>\$5.040,00</b>

Elaborado por: Autores

##### 6.3.4.2. Gastos generales

Your Ideal Place reconoce como parte de los gastos en general el arriendo, internet, publicidad y los suministros, estos gastos en conjunto registran la cantidad de \$3.268,80 anual:

**Tabla 43.-** Gastos Generales

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>ARRIENDO</b>	<b>\$200,00</b>	<b>\$2.400,00</b>
<b>INTERNET</b>	<b>\$ 22,40</b>	<b>\$ 268,80</b>
<b>ENERGIA</b>	<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>
<b>TOTALES</b>	<b>\$252,40</b>	<b>\$3.268,80</b>

Elaborado por: Autores

**CAPITULO 7.****7. ESTUDIO FINANCIERO****7.1.Estado de situación inicial**

En la Tabla 44. Se muestra la situación actual de la microempresa y como estará compuesta al momento de su iniciación.

**Tabla 44.** Estado de Situación Inicial

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>
<b>Activos Corrientes</b>	
Caja – Bancos	\$8.000,00
Inventarios	
<b>Activos Fijos Netos</b>	
Activos Fijos	\$6.804,00
(Depreciación acumulada)	
<b>Total Activos</b>	<b>\$14.804,00</b>
<b>Pasivos</b>	
Préstamo Bancario	\$ 10.304,00

### Patrimonio

Aporte Futura Capitalización	\$4.500,00
Utilidad del Ejercicio	
Utilidades Retenidas	

<b>Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 14.804,00</b>
----------------------------	---------------------

**Elaborado por:** Autores

## 7.2.Estados Financieros Proyectados

### 7.2.1. Balance General Proyectado

Your Ideal Place muestra su balance General proyectado en base al año 1 hasta el año 5, se desglosa el detalle de las cuentas mostrando el año cero.

**Tabla 45.-** Balance General proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos Corrientes</b>	\$ <b>13.495,05</b>	\$ <b>19.497,85</b>	\$ <b>26.024,14</b>	\$ <b>33.088,87</b>	\$ <b>40.705,96</b>
Caja – Bancos	\$ 5.495,05	\$ 11.497,85	\$ 18.024,14	\$ 25.088,87	\$ 32.705,96
Inventarios	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>Activos Fijos Netos</b>	\$ <b>5.379,55</b>	\$ <b>3.955,10</b>	\$ <b>2.530,65</b>	\$ <b>1.106,20</b>	-\$ <b>318,25</b>
Activos Fijos	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00
(Depreciación acumulada)	-\$ 1.424,45	-\$ 2.848,90	-\$ 4.273,35	-\$ 5.697,80	-\$ 7.122,25
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 18.874,60</b>	<b>\$ 23.452,95</b>	<b>\$ 28.554,79</b>	<b>\$ 34.195,07</b>	<b>\$ 40.387,71</b>
<b>Pasivos</b>	\$ <b>8.807,94</b>	\$ <b>7.071,37</b>	\$ <b>5.055,65</b>	\$ <b>2.715,89</b>	-\$ <b>0,00</b>
Préstamos Bancarios	\$ 8.807,94	\$ 7.071,37	\$ 5.055,65	\$ 2.715,89	-\$ 0,00

<b>Patrimonio</b>	\$ <b>10.066,67</b>	\$ <b>16.381,58</b>	\$ <b>23.499,14</b>	\$ <b>31.479,18</b>	\$ <b>40.387,71</b>
Aporte Futura Capitalización	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Utilidad del Ejercicio	\$ 5.566,67	\$ 6.314,92	\$ 7.117,56	\$ 7.980,04	\$ 8.908,53
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 5.566,67	\$ 11.881,58	\$ 18.999,14	\$ 26.979,18
<b>Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 18.874,60</b>	<b>\$ 23.452,95</b>	<b>\$ 28.554,79</b>	<b>\$ 34.195,07</b>	<b>\$ 40.387,71</b>

**Elaborado por:** Autores

### 7.2.2. Estado de Resultados.

En los datos que arroja el estado de resultados se puede determinar que entre el año 1 hasta el año 5 la empresa obtendrá un incremento porcentual del 5% y un crecimiento marginal en su utilidad promedio del 60% lo cual es favorable para el negocio puesto que puede mantenerse y cubrir sus costos.

**Tabla 46.-** Estado de Resultado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$55.560	\$58.338	\$61.255	\$64.318	\$67.534	\$307.004
(Costos Directos)	\$33.602	\$35.282	\$37.046	\$38.898	\$40.843	\$185.671
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$21.958</b>	<b>\$23.056</b>	<b>\$24.209</b>	<b>\$25.419</b>	<b>\$26.690</b>	<b>\$121.333</b>
(Costos Indirectos)	\$8.309	\$8.309	\$8.309	\$8.309	\$8.309	\$41.544
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$13.649</b>	<b>\$14.747</b>	<b>\$15.900</b>	<b>\$17.111</b>	<b>\$18.382</b>	<b>\$79.789</b>
(Depreciación)	\$ 1.424	\$ 1.424	\$ 1.424	\$ 1.424	\$ 1.424	\$ <b>7.122</b>
(Gastos Financieros)	\$1.446	\$1.205	\$926	\$602	\$226	\$ <b>4.404</b>

(Reparto de Trabajadores 15%)	\$2.047	\$2.212	\$2.385	\$2.567	\$2.757	\$11.968
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$8.732</b>	<b>\$9.906</b>	<b>\$11.165</b>	<b>\$12.518</b>	<b>\$13.974</b>	<b>\$56.294</b>
(Impuestos 36.25%)	\$3.165	\$3.591	\$4.047	\$4.538	\$5.066	\$20.407
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$5.566,67</b>	<b>\$6.314,92</b>	<b>\$7.117,56</b>	<b>\$7.980,04</b>	<b>\$8.908,53</b>	<b>\$35.887,71</b>

**Elaborado por:** Autores

### 7.3. Flujo de Caja

Para la microempresa Your Ideal Place considera imprescindible realizar el flujo de caja proyectado en donde hace referencia a los ingresos y los gastos en efectivo que el negocio tendrá en un período determinado de tiempo. Sus datos se muestran en la tabla.

**Tabla 47.-** Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas		\$55.560,00	\$58.338,00	\$61.254,90	\$64.317,65	\$67.533,53	<b>\$307.004,07</b>
(Costos Directos)		\$33.601,80	\$35.281,89	\$37.045,98	\$38.898,28	\$40.843,20	<b>\$185.671,16</b>
(Costos Indirectos)		\$8.308,80	\$8.308,80	\$8.308,80	\$8.308,80	\$8.308,80	<b>\$41.544,00</b>
<b>Flujo Operativo</b>		<b>\$ 13.649,40</b>	<b>\$ 14.747,31</b>	<b>\$ 15.900,12</b>	<b>\$ 17.110,56</b>	<b>\$ 18.381,53</b>	<b>\$79.788,92</b>
<b>Ingresos no operativos</b>		<b>\$ 14.804,00</b>					<b>\$14.804,00</b>
Crédito		\$ 10.304,00					<b>\$10.304,00</b>
Aporte Propio		\$ 4.500,00					<b>\$ 4.500,00</b>
<b>Egresos no operativos</b>		<b>\$ 22.958,35</b>	<b>\$ 8.744,51</b>	<b>\$ 9.373,83</b>	<b>\$ 10.045,83</b>	<b>\$ 10.764,44</b>	<b>\$ 52.675,85</b>
<b>Inversiones</b>	<b>\$14.804,00</b>	\$ 14.804,00					<b>\$ 14.804,00</b>
<i>Activos Fijos</i>	<b>\$ 6.804,00</b>	\$ 6.804,00					<b>\$ 6.804,00</b>

<i>Capital de Trabajo</i>	\$8.000,00	\$ 8.000,00					\$ 8.000,00
Pago de dividendos		\$ 2.941,58	\$ 2.941,58	\$ 2.941,58	\$ 2.941,58	\$ 2.941,58	\$ 14.707,89
Impuestos		\$3.165,36	\$3.590,83	\$4.047,24	\$4.537,67	\$5.065,63	\$ 20.406,74
		\$2.047,41	\$2.212,10	\$2.385,02	\$2.566,58	\$2.757,23	\$ 2.757,23
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>\$8.000,00</b>	<b>-\$8.154,35</b>	<b>-\$8.744,51</b>	<b>-\$9.373,83</b>	<b>-\$10.045,83</b>	<b>-\$10.764,44</b>	<b>-\$37.871,85</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$8.000,00</b>	<b>\$5.495,05</b>	<b>\$6.002,80</b>	<b>\$6.526,28</b>	<b>\$7.064,73</b>	<b>\$7.617,09</b>	<b>\$32.705,96</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$8.000,00</b>	<b>\$ 5.495,05</b>	<b>\$ 11.497,85</b>	<b>\$ 18.024,14</b>	<b>\$25.088,87</b>	<b>\$32.705,96</b>	

Elaborado por: Autores

#### 7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

##### 7.4.1. Índices financieros

El índice financiero es tomado como un análisis que se realiza para tener en cuenta el comportamiento de la microempresa con el fin de conocer su evolución.

Tabla 48.- Índice Financieros

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$8.000	\$5.495	\$6.003	\$6.526	\$7.065	\$7.617
<i>Flujo Acumulado</i>		\$5.495	\$11.498	\$18.024	\$25.089	\$32.706

Tasa de Descuento mensual	1,19%
Tasa de Descuento anual	14.26%

Elaborado por: Autores

### 7.4.2. Índice Nominal

El Payback permite establecer el año de recuperación de la inversión que ha realizado la microempresa Your Ideal Place, en donde se ha determinado a través de los cálculos de los indicadores que su recuperación será en el 2 años -6 meses, debido a que el flujo acumulado es superior al valor de la inversión.

**Tabla 49.- Índice Nominal**

<b>Payback (Recuperación de la Inversión)</b>		<b>(Menor al plazo)</b>	
<b>Año de Recuperación de la Inversión</b>	<b>Año</b>	<b>2</b>	
<b>Diferencia con Inversión Inicial</b>	\$8.000,00	<b>\$11.497,85</b>	<b>-\$3.497,85</b>
<b>Flujo Mensual Promedio Año Siguiete</b>	<b>\$6.526,28</b>	12	<b>\$543,86</b>
<b>Número de Meses</b>	<b>-\$3.497,85</b>	\$544	<b>-6</b>
<b>PAYBACK</b>		<b>2</b>	<b>Año (s)</b>
		<b>-6</b>	<b>Mes(es)</b>

**Elaborado por:** Autores

### 7.4.3. Tasa de rendimiento promedio

Se encuentra esencialmente expresada en porcentaje debido a que de tal modo permite realizar las debidas comparaciones en cuanto al costo de capital. Reflejándose un TRP del 81.8%.

**Tabla 50.- TRP. Tasa de Rendimiento de Promedio**

<b>Tasa de Rendimiento Promedio</b>	
<b>Sumatoria de Flujos</b>	<b>32.705,96</b>
<b>Años</b>	<b>5</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$8.000,00</b>
<b>TRP</b>	<b>81,8 %</b>

**Elaborado por:** Autores

### 7.4.4. Índices descontados

Los índices descontados permiten determinar el valor de la acción de la compañía, se muestra a continuación, el cálculo en la siguiente tabla:

**Tabla 51.- Índices Descontados**

<b>INDICES DESCONTADOS</b>		
<b>Suma Flujos Descontados \$17.592,96</b>		
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>(Positivo)</b>	<b>\$23.509,44</b>
<b>Índice de Rentabilidad (IR)</b>	<b>(Mayor a 1)</b>	<b>2,20</b>
<b>Rendimiento Real (RR)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>120%</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (Tir)</b>	<b>(Mayor a la T. Dcto)</b>	<b>70%</b>
<b>Índice de Endeudamiento</b>	<b>Año 1</b>	<b>47%</b>
<b>Índice de Autonomía</b>	<b>Año 1</b>	<b>53%</b>

**Elaborado por:** Autores

El VAN denota un valor en positivo, el cual representa para la empresa de gran beneficio ya que para Your Ideal Place significa que estaría en capacidad de cubrir los costos que incurren en el proceso que se lleva a cabo para desarrollar la actividad comercial. El 70 % de la Tasa Interna de Retorno es mayor a la tasa de descuento por ende compensa la desvalorización del dinero, El índice de endeudamiento nos refleja que por cada dólar que se invierte los acreedores participan con \$0,47 ctvs. Mientras que en el Índice de Autonomía nos refleja que por cada dólar que se invierte los accionistas participan con \$0,53 ctvs.

#### **7.4.5. Ratios- Riesgo- Razones financieras**

Las razones financieras se ejecutan su cálculo en la microempresa con el fin de determinar la realidad económica que atraviesa la organización, permite conocer las ratios de riesgo, su margen de utilidad neto.

**Tabla 52.- Ratios - riesgos- Razones Financieras**

<i>Ventas</i>	<i>\$58.338</i>
<i>Costos Directos</i>	<i>\$35.282</i>
<i>Costos Indirectos</i>	<i>\$8.309</i>
<i>Flujo Neto</i>	<i>\$6.003</i>
<i>Pagos de Dividendos</i>	<i>\$2.942</i>
<i>Gastos Financieros</i>	<i>\$1.205</i>
<i>Gastos de Personal</i>	<i>\$17.880</i>

<i>Activos Fijos Netos</i>	\$3.955
<i>Activos Corrientes</i>	\$19.498
<i>Activos Totales</i>	\$23.453
<i>Utilidad Neta</i>	\$6.315
<i>Utilidad Operativa</i>	\$79.789
<i>Gastos Financieros</i>	\$4.404
<i>Inversión Inicial</i>	\$8.000
<i>Utilidad Neta</i>	\$35.888
<i>Valor del Crédito</i>	\$10.304
<i>Ventas</i>	\$307.004
<i>Total Activos</i>	\$40.388

**Elaborado por:** Autores

**Tabla 53.** Razones Financieras

<b>Punto de Equilibrio</b>	<i>En U\$</i>	\$21.023
	<i>En %</i>	36%
	<i>En unid.</i>	1.254
<b>Valor Agregado sobre Ventas</b>	(Menor a 50%)	33%
<b>Riesgo de Ilquidez</b>	(Menor a 50%)	17%
<b>Margen Neto de Utilidad</b>	(Mayor a la T. Dcto)	12%
<b>Rotación de Activos</b>	(Mayor a 1)	7.6
<b>Dupont</b>	Aprox. al 100%	89%

**Elaborado por:** Autores

El valor agregado sobre las ventas o EVA sirve de gran aporte al momento de tomar decisiones en la microempresa. Este cálculo permite establecer y desarrollar estrategias y objetivos que se encuentren focalizados a la creación de valor.

El riesgo de liquidez equivale a un 17% el cual nos indica la capacidad de pago que cuenta la microempresa para poder cubrir su deuda a corto plazo.

El margen neto de utilidad lo obtenemos de la división entre la utilidad neta y Las ventas.

La rotación de activos se obtiene de ventas / activos totales y se puede concluir que por cada dólar invertido la empresa rota sus activos 7,6 veces.

El sistema DuPont indica una rentabilidad de la empresa del 89%.

## 7.5. Análisis de sensibilidad.

**Tabla 54.** Análisis de Sensibilidad

	0%	+ 9 %	- 7 %	+ 10 %	- 19 %
<b>UNIDADES VENDIDAS</b>	290	316	270	319	235
<b>PRECIO DE VENTAS</b>	\$ 55.560,00	\$60.560,40	\$51.670,80	\$ 61.116,00	\$ 45.003,60
<b>VARIACION VAN</b>	\$ 23509,44	\$ 28.715,65	\$10.134,73	\$ 30.080,57	\$ -316,54
<b>VARIACION TIR</b>	70 %	77%	46 %	79 %	-5%
<b>VARIACION TRP</b>	81.8 %	95,4 %	46,7 %	99 %	14,4 %

**Elaborado por:** Autores

Al realizar un exhaustivo análisis en cuanto a las variaciones reflejadas del VAN, TIR y TRP, es posible denotar como el volumen y precio de las ventas varían. Al incrementar las ventas en 10 % hace posible que la empresa obtenga una tasa de retorno promedio del 99% lo que hace que el negocio se encuentre con grandes ingresos y beneficios por ende genera un buen rendimiento, pero si nos enfocamos en una disminución en las ventas del 19% el TIR disminuye a gran escala denotando un – 5 % y a su vez el valor del VAN se refleja en negativo, lo que de una u otra manera no le resultaría a la empresa y enfrentaría una serie de problemas.

## CONCLUSIONES

Tomar la decisión de emprender una nueva idea de negocio no es tarea fácil para ello debes tomar en consideración varios aspectos a la hora de hacerlo, se debe estar totalmente

comprometido con lo que se quiere realizar. Es esencial que se realice un análisis en base a las necesidades que están presentes en los consumidores y determinar cuáles serían las posibles contribuciones que se haría si se crea un nuevo producto, servicio o negocio en general.

La creación de la microempresa Your Ideal Place, para proceder a su implementación se destinó hacer una ardua investigación y análisis de mercado, para poder llevar a cabo su operatividad. Se utilizaron herramientas de investigación tales como la encuesta, que consta preguntas previamente estructurada por 11 preguntas dirigidas hacia el consumidor y de esta manera poder determinar porcentualmente el nivel de aceptación de los mismos y su percepción ante la propuesta del presente emprendimiento.

El mercado o segmento al que se dirigió la encuesta se estableces en edades promedios entre 15 años en adelante, se encuesta tanto a hombres como mujeres, debido a la expresión de libertad que existe en el Ecuador, en donde el ser humano puede decidir entre que ser y no ser, las personas Transgenero también hacen uso de lencería, es por esa justa razón, que tas la existencia de este género y bajo los criterios de no discriminación por parte de la microempresa se enfocó en hombres y mujeres en general como nuestros clientes potenciales.

Tras un largo proceso de estudio y regido bajo todos los parámetros, cumpliendo a cabalidad el paso a paso que conlleva establecer el programa en cuanto a la planeación del negocio para la implementación de la microempresa Your Ideal Place se puede concluir que el proyecto es factible debido a que posee grande acogida y aceptación por parte del consumidor, así como también en la medición del estudio técnico, económico y financiero del proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

Establecer un estudio de mercado para conocer las nuevas tendencias que enmarca la línea de negocio que se pretende crear.

Fortalecer la idea de negocio, ofertando un producto estrella que marque la ventaja competitiva del negocio y lo haga diferenciador

Determinar estrategias de marketing que haga posible que el producto y negocio en general se dé a conocer en el mercado laboral.

Realizar siempre que se busque emprender un negocio el debido estudio técnico, económico y financiero para determinar qué tan factible es el proyecto.

A través del análisis de mercado determinar las fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas y demás aspectos internos y externos de la organización.

## REFERENCIAS

- COPCI. (29 de diciembre de 2010). *Código Orgánico de Producción Comercio e Inversión*. Obtenido de Suplemento del Registro Oficial No. 351:  
[https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/CODIGO\\_ORGANICO\\_DE\\_LA\\_PRODUCION\\_COMERCIO\\_E\\_INVER\\_974.pdf](https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/CODIGO_ORGANICO_DE_LA_PRODUCION_COMERCIO_E_INVER_974.pdf)
- Google Maps. (18 de Enero de 2019). *Localización San Francisco de Milagro*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/San+Francisco+de+Milagro/@-2.1401617,-79.6239717,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d47b1ac773e79:0xca6e788c9cf5a035!8m2!3d-2.1387682!4d-79.5940544>
- Google Maps. (2018). *Micro localización empresa Your Ideal Place*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Sgto+Luis+Hernandez+Tello+%26+Rio+Zamora,+San+Francisco+de+Milagro+091709/@-2.1401274,-79.6130603,17.25z/data=!4m5!3m4!1s0x902d4705e0a943f1:0x74ac00f1a0a4ea97!8m2!3d-2.1401136!4d-79.6112701>
- Ley de Compañías. (5 de Noviembre de 1999). *Codificación de la Ley de Compañías*. Obtenido de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_comp.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf).
- Municipio de Milagro. (2019). *Requisitos implementar un negocio por primera vez*.
- Porter, M. E. (Enero de 2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Obtenido de Harvard Business Review América Latina:  
[https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las\\_5\\_fuerzas\\_competitivas-\\_michael\\_porter-libre.pdf](https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf)
- Prefectura del Guayas. (2018). *Milagro*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/milagro>
- Registro Oficial 834. (6 de Septiembre de 2016). *REGLAMENTO FUNCIONAMIENTO ESTABLECIMIENTOS SUJETOS CONTROL SANITARIO*. Obtenido de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/A-4712-Reglamento\\_otorgar\\_Permisos\\_funcionamiento\\_Establecimientos.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/A-4712-Reglamento_otorgar_Permisos_funcionamiento_Establecimientos.pdf).
- SICLA. (2019). *Archivos de datos poblacionales por Cantón*. Obtenido de [http://sicla.org/ajax/tabla.php?tabla=archivo&nivel1\\_id=&p=ec&n=2&t=a&id=&offset=](http://sicla.org/ajax/tabla.php?tabla=archivo&nivel1_id=&p=ec&n=2&t=a&id=&offset=)

## ANEXOS

**Producto: Lencería Armable**



Productos Manuales





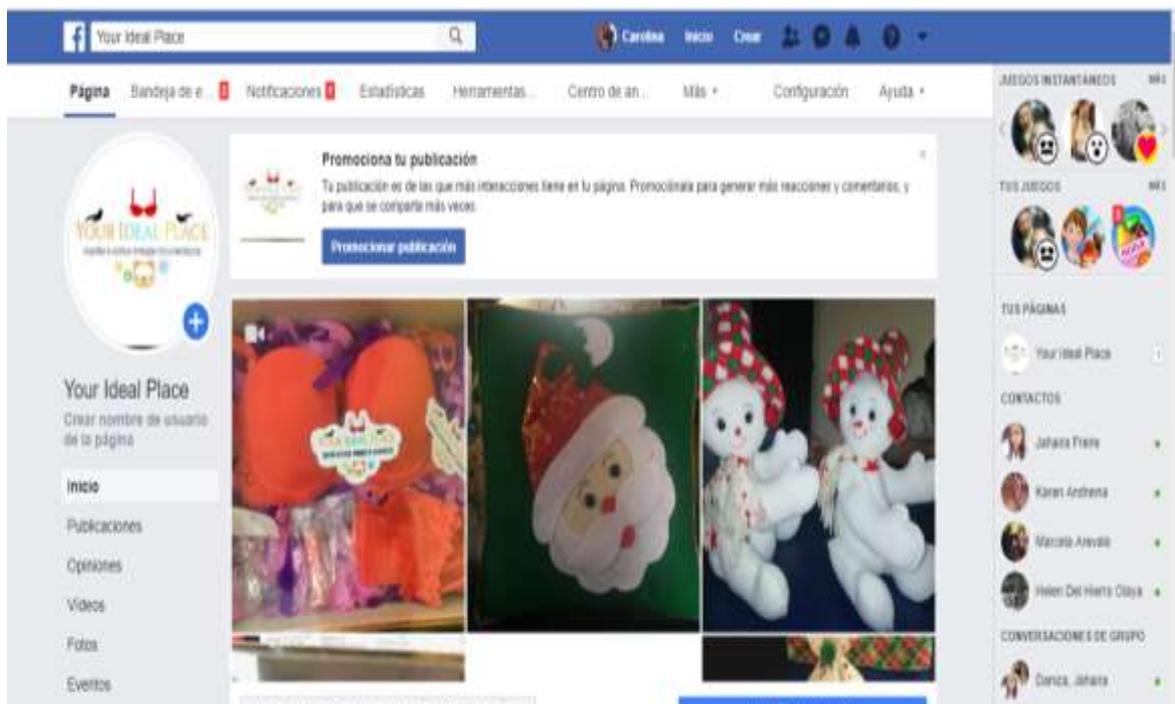
## Mano de Obra Lencería Armable



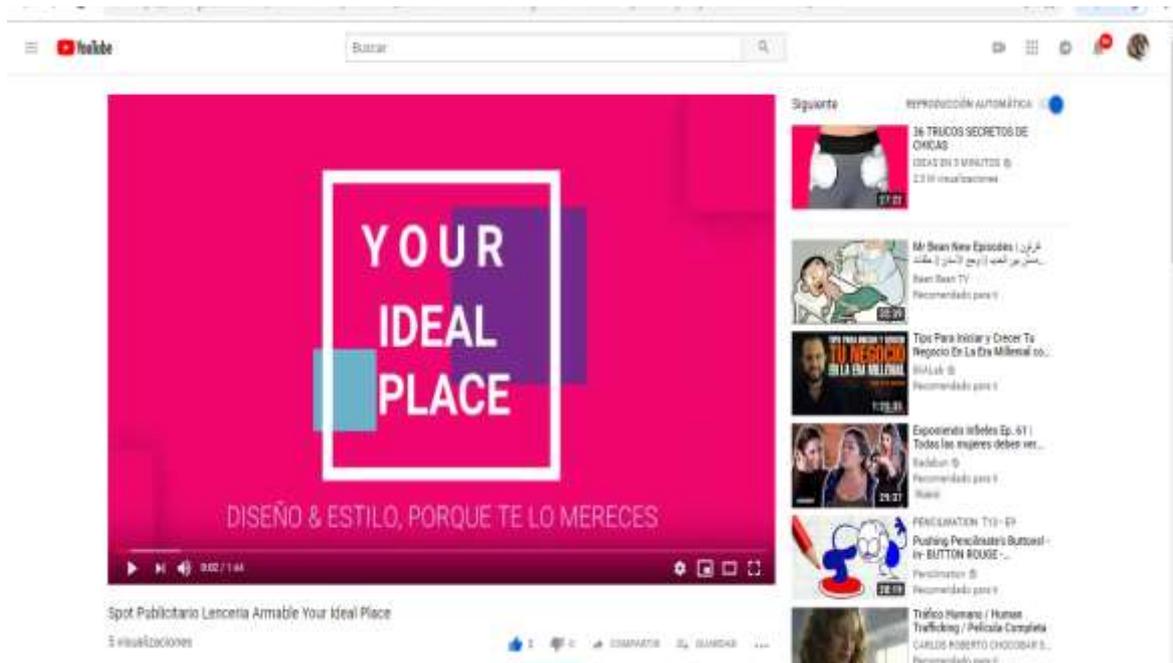
## Mano de Obra Almohada



## Medios Publicitarios

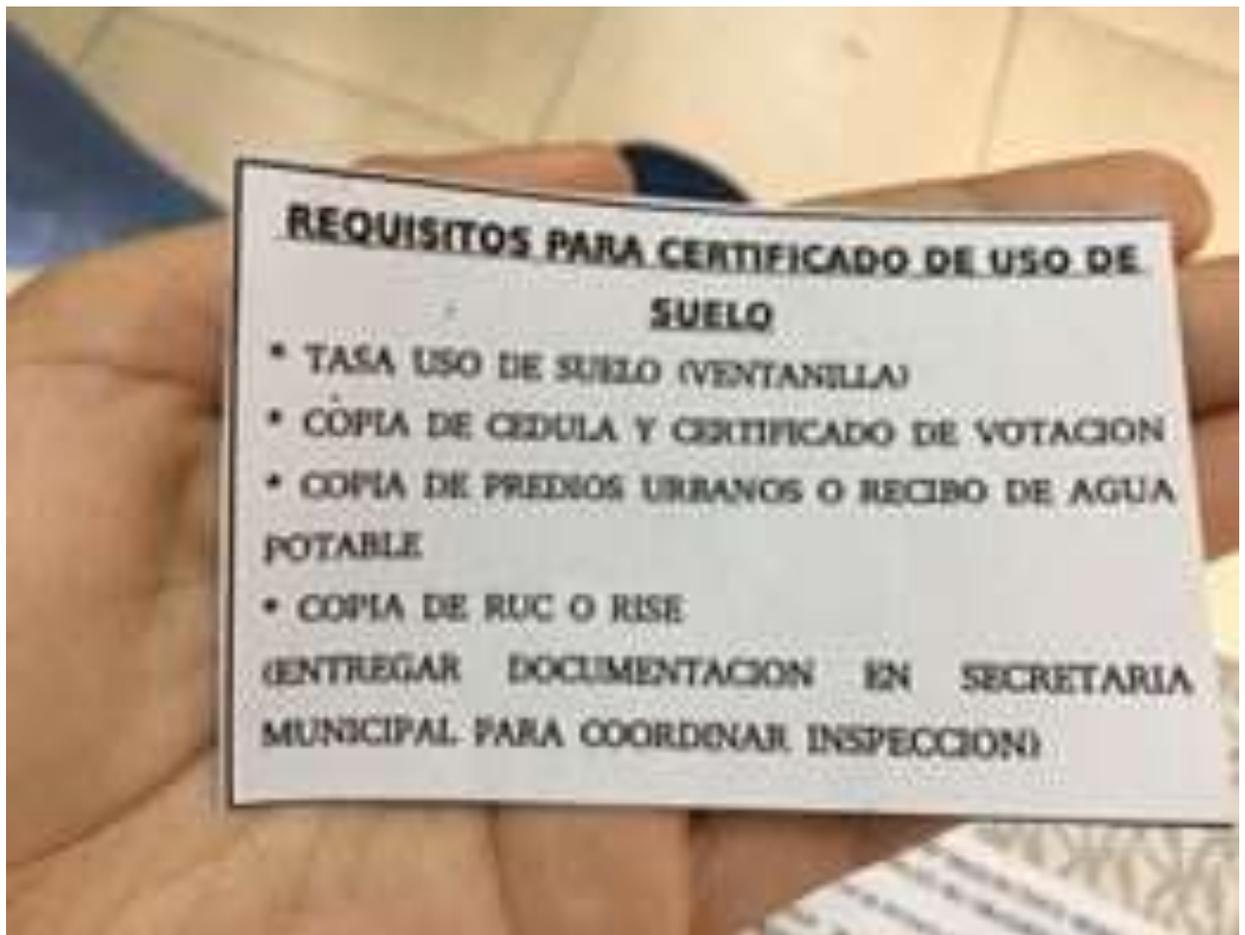


## Spot Publicitario



## REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA (GAD MUNICIPAL MILAGRO)







**REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS**

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Línea de Investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD

TEMA: PLAN DE NEGOCIO MICROEMPRESA "YOUR IDEAL PLACE"

ACOMPAÑANTE: SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BARAHONA SANTOS PEGGY CAROLINA	0855418912	INGENIERÍA COMERCIAL
2	DAVID ARREAGA KAREN TATIANA	0929858264	INGENIERÍA COMERCIAL

Nº	FECHA	HORA	Nº HORAS	DETALLE
1	24-06-2019	Inicio: 14:48 p.m. Fin: 16:48 p.m.	2	REVISIÓN GENERAL DE PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO
2	01-07-2019	Inicio: 18:58 p.m. Fin: 18:58 p.m.	2	REVISIÓN SOBRE EL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO
3	10-07-2019	Inicio: 10:30 a.m. Fin: 12:30 p.m.	2	REVISIÓN DEL FLUJO DE CAJA Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
4	18-07-2019	Inicio: 13:15 p.m. Fin: 15:15 p.m.	2	REVISIÓN DE ENCUESTA Y MUESTRA DEL PROYECTO
5	24-07-2019	Inicio: 10:56 a.m. Fin: 12:56 p.m.	2	REVISIÓN DE ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO
6	01-08-2019	Inicio: 11:55 a.m. Fin: 13:55 p.m.	2	REVISIÓN ESTRATEGIAS DE MARKETING
7	07-08-2019	Inicio: 15:33 p.m. Fin: 17:33 p.m.	2	REVISIÓN DE ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO
8	09-08-2019	Inicio: 10:12 a.m. Fin: 12:12 p.m.	2	REVISIÓN DE UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS
9	10-08-2019	Inicio: 10:51 a.m. Fin: 12:51 p.m.	2	REVISIÓN FINAL
10	11-08-2019	Inicio: 10:01 a.m. Fin: 12:01 p.m.	2	REVISIÓN FINAL (SEGUNDA VEZ)

DIRECCIÓN DE CARRERA  
INGENIERÍA COMERCIAL

*Solis Granda Luis Eduardo*  
SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO  
PROFESOR(A)

*Solis Granda Luis Eduardo*  
SOLIS GRANDA LUIS EDUARDO  
DIRECTOR(A)

*Peggy Barahona Santos*  
BARAHONA SANTOS PEGGY CAROLINA  
ESTUDIANTE

*Karen David*  
DAVID ARREAGA KAREN TATIANA  
ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26  
Contactador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107  
Teléfono: (04) 2715187  
Milagro - Guayas - Ecuador

**VISIÓN**  
Ser una universidad de docencia e investigación.

**MISIÓN**  
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, que promuevan investigación científica y oferta servicios que demanden el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

## TUTORIA – SEGUIMIENTO



# PLAN DE NEGOCIO MICROEMPRESA "YOUR IDEAL PLACE"

## INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[www.wipo.int](http://www.wipo.int)

Fuente de Internet

1%

2

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Fuente de Internet

<1%

3

[www.contratanet.gov.ec](http://www.contratanet.gov.ec)

Fuente de Internet

<1%

4

[www.tierraverde.cl](http://www.tierraverde.cl)

Fuente de Internet

<1%

5

Submitted to Escuela Politecnica Nacional

Trabajo del estudiante

<1%

6

[www.iesweb.com](http://www.iesweb.com)

Fuente de Internet

<1%

7

Submitted to 95131

Trabajo del estudiante

<1%

8

Submitted to Universidad San Francisco de Quito

Trabajo del estudiante

<1%

9

Submitted to Universidad Catolica De Cuenca  
Trabajo del estudiante

<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado