



**INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO TENA**  
Tecnología, Innovación y Desarrollo



**ADMINISTRACIÓN**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA  
CREACIÓN DE UNA SUCURSAL “STAR MONA BOUTIQUE”, EN LA CIUDAD  
DE TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito  
parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración.

**AUTORES:** Cevallos Urbina Mariuxi Dhayan

Merino Jimenez Mariuxi Irene

**DIRECTOR:** Ing. Henry Fabián Chango Chango Mg.

**Tena - Ecuador**

**2024-2025**

## **APROBACIÓN DEL DIRECTOR**

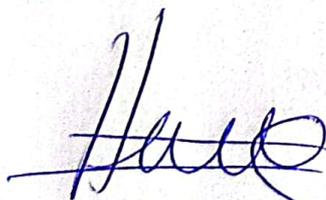
**ING. HENRY FABIÁN CHANGO CHANGO MG.**

**DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

### **CERTIFICA:**

En calidad de Director del Trabajo de Integración Curricular denominado **ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA BOUTIQUE", EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO.**, de autoría de las señoritas **CEVALLOS URBINA MARIUXI DHAYAN** con CC. 150087485-2 y **MERINO JIMENEZ MARIUXI IRENE** con CC. 150104423-2 estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena 13 de febrero 2025



Ing. Henry Fabián Chango Chango Mg.

**DIRECTOR**

## CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 07 de marzo 2025

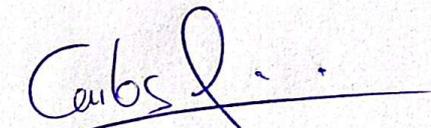
Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominado: **ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA BOUTIQUE"**, EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO presentado por CEVALLOS URBINA MARIUXI DHAYAN y MERINO JIMENEZ MARIUXI IRENE estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;



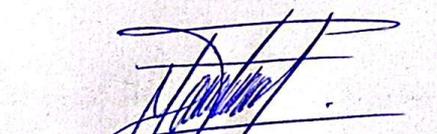
Eco. Cristian Castro

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



Ing. Carlos Guerrero

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Ing. Yajaira Heredia

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## AUTORÍA

Nosotras, CEVALLOS URBINA MARIUXI DHAYAN y MERINO JIMENEZ MARIUXI IRENE, declaramos ser las autoras del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA BOUTIQUE"**, EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO, y absolvemos expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de nuestro trabajo de Titulación en el repositorio institucional-biblioteca Virtual.

### AUTORAS:



**Cevallos Urbina Mariuxi Dhayan**  
CÉDULA: 150087485-2



**Merino Jimenez Mariuxi Irene**  
CÉDULA:150104423-2

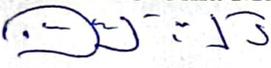
**FECHA:** Tena 13 de febrero de 2025

## CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Nosotras, CEVALLOS URBINA MARIUXI DHAYAN y MERINO JIMENEZ MARIUXI IRENE, declaramos ser las autoras del Trabajo de Integración Curricular titulado **ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA BOUTIQUE", EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizamos al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que consta en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 13 de febrero de 2025, firma el autor.

**AUTOR:** Cevallos Urbina Mariuxi Dhayan & Merino Jimenez Mariuxi Irene

**FIRMA:**  **FIRMA:** 

**CÉDULA:** 150087485-2 & 150104423-2

**DIRECCIÓN:** Av. El Chofer y calle Cuenca y Terere

**CORREO ELECTRÓNICO:** [mariuxi.cevallos@itstena.edu.ec](mailto:mariuxi.cevallos@itstena.edu.ec) & [mariuxi.merino@itstena.edu.ec](mailto:mariuxi.merino@itstena.edu.ec)

**CELULAR:** 0983870218 & 0986414806

### DATOS COMPLEMENTARIOS

**DIRECTOR:** Ing. Henry Fabián Chango Chango Mg.

#### TRIBUNAL DEL GRADO:

Eco. Cristian Castro (presidente).

Ing. Carlos Guerrero (Miembro).

Ing. Yajaira Heredia (Miembro).

## **DEDICATORIA**

Con mucho orgullo, amor y respeto dedico este trabajo de investigación a quienes debo mi vida. Dios y mis padres. Ellos han sido las bases donde se fundamenta mi esfuerzo y dedicación. Es por ello que día a día me esfuerzo por ser mejor.

A mi hijo por llenar de alegría mis días y con su presencia darme fuerzas para mirar hacia un futuro soñado.

A mi pareja, por apoyar mis ideas y ser cómplice en ellas.

**Mariuxi Dhayan Cevallos Urbina.**

Dedico el presente trabajo, con profundo agradecimiento y amor; primeramente, a Dios que es mi pilar indispensable en mi vida, que me ha guiado y fortalecido en cada paso de este camino. A mis padres y hermanos, que han sido mi apoyo fundamental y constante, su amor incondicional, su aliento y su sacrificio han sido la base sobre la que he podido desarrollar mi Trabajo de Integración Curricular. Les agradezco por creer en mí y por estar siempre allí para mí. A mis seres queridos, amigos y personas que, de una u otra manera me han brindado su apoyo incondicional en la realización de este trabajo. Su presencia, sus consejos y su motivación han sido fundamentales para superar los obstáculos y alcanzar mis objetivos.

Y, en especial, a Cristiano Ronaldo “CR7”, mi inspiración y modelo a seguir. Su dedicación, perseverancia y pasión por su trabajo me han motivado a dar lo mejor de mí en cada momento. Su ejemplo me ha enseñado que, con esfuerzo y determinación, se pueden alcanzar grandes metas.

A todos ellos, les expreso mi más sincero agradecimiento y les dedico este trabajo, como un testimonio de gratitud y amor.

**Merino Jimenez Mariuxi Irene**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos profundamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, por habernos brindado la oportunidad de desarrollar este trabajo de investigación y haberlo tomado en cuenta para evaluar la viabilidad de la creación de la sucursal "STAR MONA BOUTIQUE", en la ciudad de Tena provincia de Napo.

En especial expresamos nuestra gratitud a la carrera de Administración de Empresas, por haber sido parte fundamental de nuestra formación académica y profesional. A nuestros docentes, por los conocimientos y habilidades que nos han transmitido a lo largo de nuestra vida universitaria.

También queremos agradecer especialmente a nuestro director de tesis, el Ing. Henry Fabian Chango Chango Mg, Por su valioso asesoramiento y orientación que han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, nuestro agradecimiento más sincero y profundo es para nuestros padres, quienes han sido nuestro principal apoyo y motivación. Su financiamiento y sacrificio han hecho posible que podamos realizar este trabajo y alcanzar nuestros objetivos, les estamos eternamente agradecidos.

**Las Autoras**

**Cevallos Urbina Mariuxi Dhayan & Merino Jimenez Mariuxi Irene**

## ÍNDICES GENERAL

PORTADA .....	I
APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	II
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	III
AUTORÍA .....	IV
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR .....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICES GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
A. TÍTULO.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	4
2.1 Necesidad.....	4
2.2 Actualidad.....	6
2.3 Importancia .....	7
2.4 Presentación del problema de investigación a responder .....	8
2.5 Delimitación.....	9
2.5.1 Delimitación Espacial.....	10
2.5.2 Delimitación Temporal.....	10
2.6 Beneficiarios .....	10
2.6.1 Directos .....	10
2.6.2 Indirectos .....	10
C. OBJETIVOS.....	11
3.1 Objetivo General.....	11
3.2 Objetivos específicos .....	11
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS.....	12
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
5.1 Variable Independiente .....	14
5.1.1 Viabilidad técnica financiera y económica.....	14

5.1.1.2	Ratios Financieros de Inversión.....	15
5.1.3	La Contabilidad .....	18
5.1.3.1	Tipos de contabilidad:.....	19
5.2	Variable Dependiente.....	20
5.2.1	Administración .....	20
5.2.1.2	Características de la Administración.....	21
5.2.1.3	Importancia de la administración.....	21
5.2.1.4	Etapas de la Administración .....	22
5.2.2	Empresa .....	23
5.2.2.2	Clasificación de las empresas.....	23
5.2.3	Unidad de negocio.....	26
5.3	Marco Legal.....	27
5.3	Marco Conceptual.....	31
<b>F.</b>	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>33</b>
6.1	Materiales y equipos .....	33
6.2	Ubicación del Área de estudio .....	33
6.2.1	Población .....	34
6.2.2	Muestra .....	35
6.3	Tipo de investigación / estudio .....	36
6.3.1	En función del propósito .....	36
6.3.2	Por su nivel de profundidad.....	37
6.3.3	Por la naturaleza de los datos y la información .....	38
6.3.4	Por los medios para obtener los datos .....	38
6.3.5	Por la mayor o menor manipulación de las variables.....	39
6.3.6	Según el tipo de inferencia .....	40
6.3.7	Según el periodo temporal en el que se realza .....	40
6.3.8	De acuerdo en el tiempo en que se efectúan.....	41
6.4.	Metodología para cada objetivo.....	42
6.4.1	Metodología para el Objetivo 1.....	42
6.4.2	Metodología para el Objetivo 2.....	43
6.4.3	Metodología para el Objetivo 3.....	44
<b>G.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>46</b>
7.1.	Resultados del Objetivo 1.....	46
7.2.	Resultados del objetivo 2.....	52

7.3 Resultados del Objetivo 3.....	64
<b>H. CONCLUSIONES .....</b>	<b>87</b>
<b>I. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>J. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>89</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>93</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. <i>Países con mayores tasas de cierre de emprendimientos.....</i>	5
Gráfico 2. <i>Árbol de Problema .....</i>	8
Gráfico 3. <i>Jerarquización de Variables .....</i>	13
Gráfico 4. <i>Tipos de contabilidad.....</i>	19
Gráfico 5. <i>Características de la Administración.....</i>	21
Gráfico 6. <i>Etapas del Proceso Administrativo .....</i>	22
Gráfico 7. <i>Clasificación de las empresas .....</i>	24
Gráfico: 8. <i>Análisis FODA de Star Mona Boutique en Tena .....</i>	48
Gráfico 9. <i>Rango de edad.....</i>	53
Gráfico 10. <i>Clasificación de género.....</i>	54
Gráfico 11. <i>Frecuencia compra ropa y accesorios.....</i>	55
Gráfico 12. <i>Lugar donde suele realizar compras de ropa y accesorios.....</i>	56
Gráfico 13. <i>Importancia al comprar ropa y accesorios.....</i>	57
Gráfico 14. <i>Valor promedio de ropa y accesorios .....</i>	58
Gráfico 15. <i>Preferencia respecto a la ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA.....</i>	59
Gráfico 16. <i>Ubicación de la sucursal en el centro de la ciudad del Tena. ....</i>	60
Gráfico 17. <i>Creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena .....</i>	61
Gráfico 18. <i>Ubicación de la sucursal Star Mona Boutique .....</i>	62

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de asignaturas integradoras .....	12
Tabla 2. Tipos de régimen .....	30
Tabla 3. Matriz DAFO .....	49
Tabla 4. Rango de Edad.....	53
Tabla 5. Género. ....	54
Tabla 6. Frecuencia de compras de ropa y accesorios.....	55
Tabla 7. Lugar donde suele comprar ropa y accesorios. ....	56
Tabla 8. Importancia al comprar ropa y accesorios.....	57
Tabla 9. Valor al gastar en una compra promedio de ropa y accesorios. ....	58
Tabla 10. Ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en Tena 59	
Tabla 11. Ubicación de la sucursal en el centro de la ciudad.....	60
Tabla 12. Creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena .....	61
Tabla 13. Ubicación de la sucursal Star Mona Boutique .....	62
Tabla 14. Detalle de inventario de mercadería .....	71
Tabla 15. Servicios Básicos.....	72
Tabla 16. Suministro de limpieza.....	72
Tabla 17. Materiales de oficina .....	73
Tabla 18. Depreciaciones muebles y enseres .....	73
Tabla 19. Depreciación equipo de computo .....	74
Tabla 20. Gasto de venta .....	74
Tabla 21. Costos fijos totales .....	75
Tabla 22. Rol de pagos .....	75
Tabla 23. Costos variable totales.....	76
Tabla 24. Plan económico de inversión.....	76
Tabla 25. Estado de situación inicial.....	77
Tabla 26. Plan de financiamiento externo .....	77
Tabla 27. Datos de la actividad crediticia.....	78
Tabla 28. Tabla de amortización .....	78
Tabla 29. Tabla de amortización método francés.....	80
Tabla 30. Proyección de ingresos por venta cuatrimestral .....	80

Tabla 31. Proyección de ingresos anuales.....	80
Tabla 32. Balance general proyectado.....	81
Tabla 33. Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	82
Tabla 34. Flujo de efectivo neto.....	83
Tabla 35. Indicadores de proyecto.....	84

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Mapa satelital del área de estudio (Bellavista Alta-Parroquia Tena) ...	34
Imagen 2. Solicitud para la gerente propietaria de “Star Mona”.....	94
Imagen 3. Carta de aceptación por parte de la propietaria de la boutique Star mona 95	
Imagen 4. Encuesta para el estudio de mercado para la creación e implementación de la BOUTIQUE STAR MONA.....	96
Imagen 5. Boutique STAR MONA .....	99

**A. TÍTULO**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA  
CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA BOUTIQUE", EN LA  
CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO**

## RESUMEN

El desarrollo del sector comercial en Ecuador ha experimentado un crecimiento debido a las necesidades económicas actuales de la población. En este contexto, se llevó a cabo un estudio de factibilidad financiera y económica para la apertura de una sucursal de prendas de vestir denominada "STAR MONA BOUTIQUE" en la ciudad de Tena, provincia de Napo. La importancia de este estudio radica en la generación de nuevas oportunidades de negocio y su contribución al fortalecimiento de la economía local, especialmente en un entorno caracterizado por la inestabilidad económica del país. El análisis se sustenta en la literatura científica relevante y se apoya en un enfoque metodológico cuantitativo, cuyo objetivo es recopilar, analizar y evaluar la viabilidad económica y comercial del negocio. Como parte de la factibilidad comercial, se realizó un estudio de mercado mediante encuestas determinando que el 90% de la población apoya la apertura de la boutique. En términos financieros, se calculó una inversión inicial de \$19.048,00 dólares americanos, con una rentabilidad proyectada de \$9.489,66 dólares americanos. Así mismo, el flujo neto de efectivo asciende a \$7.119,79 dólares americanos, mientras que el flujo neto descontado se estima en \$6.148,12 dólares americanos. Finalmente se determinó un retorno de inversión del 12,72% y una relación costo beneficio de \$1,38 centavos por cada dólar invertido.

**Palabras clave:** Sector comercial, Viabilidad financiera y económica, Estudio de mercado, Costos totales, Rentabilidad proyectada, Tasa interna de retorno, Valor actual neto, Costo beneficio, Recuperación de la inversión.

## ABSTRACT

The development of the commercial sector in Ecuador has experienced growth due to the current economic needs of the population. In this context, a financial and economic feasibility study was carried out for the opening of a clothing branch called "STAR MONA BOUTIQUE" in the city of Tena, province of Napo. The importance of this study lies in the generation of new business opportunities and its contribution to the strengthening of the local economy, especially in an environment characterized by the economic instability of the country. The analysis is based on relevant scientific literature and is supported by a quantitative methodological approach, whose objective is to collect, analyze and evaluate the economic and commercial viability of the business. As part of the commercial feasibility, a market study was carried out through surveys determining that 90% of the population supports the opening of the boutique. In financial terms, an initial investment of \$19.048,00 US dollars was calculated, with a projected profitability of \$9.489,66 US dollars. Likewise, the net cash flow amounts to \$7.119,79 US dollars, while the discounted net cash flow is estimated at \$6.148,12 US dollars. Finally, a return on investment of 12,72% and a cost-benefit ratio of \$1.38 cents for each dollar invested were determined.

**Key words:** Commercial sector, Financial and economic viability, Market study, Total costs, Projected profitability, Internal rate of return, Net present value, Cost benefit, Recovery of investment.

Reviewed by:

  
B.A Ana Carolina Romero Álava M.ED.  
LANGUAGE CENTER COORDINATOR

## B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

La fundamentación del tema es un componente fundamental del informe ya que proporciona la base teórica y conceptual que sustenta el desarrollo del trabajo. En este sentido, la fundamentación del tema cumple el propósito de iniciar y motivar al lector en el estudio del informe, brindándole una visión general del contexto y la relevancia del estudio. Hernández et al (2022).

### 2.1 Necesidad

En la actualidad los emprendimientos en América latina carecen de sustento técnico para la creación de los mismos, Noriega (2024) menciona que los emprendedores latinoamericanos enfrentan un panorama desafiante, caracterizado por obstáculos como el difícil acceso a financiamiento, la complejidad de las regulaciones gubernamentales y la falta de apoyo después de un fracaso. Además, existe una gran necesidad de mentoría y guía por parte de emprendedores experimentados para abordar estos desafíos con éxito.

Se puede analizar que los emprendimientos en Latinoamérica, carecen de estudios técnicos para su creación y desarrollo, incrementándose de manera elocuente sin realizar un estudio previo antes de crear el emprendimiento, también es fundamental abordar estos desafíos para fomentar bases sólidas empresariales que en un futuro no ocasionen el declive empresarial de los emprendimientos.

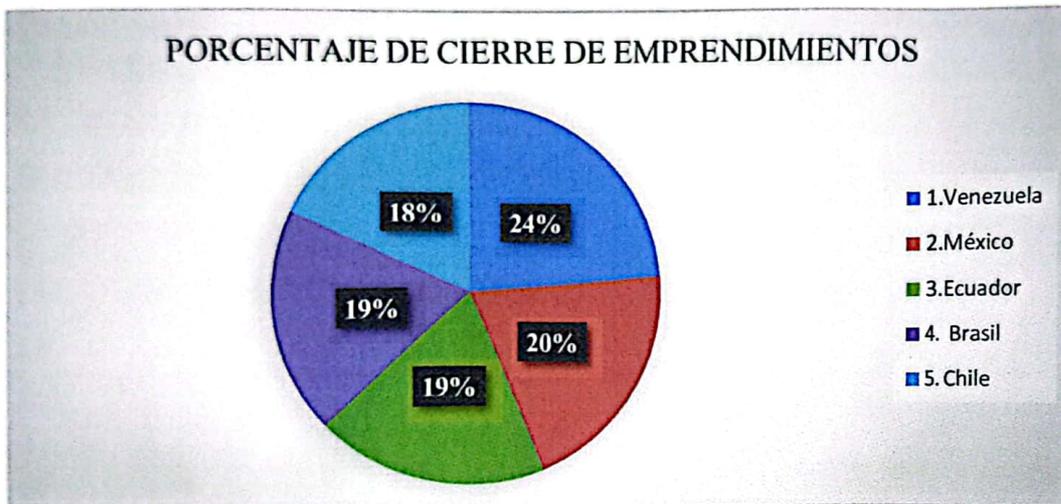
Según Aguirre (2018) *“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”*. En tal sentido un emprendedor es portador de ideas, innovación, apetito por el riesgo, visión, predisposición a penetrar en nuevos mercados y capacidades académicas y prácticas que

colaborarán para que los proyectos en los que se incluya puedan tener mayor probabilidad de éxito.

Según el reporte presentado por Chávez (2024) Afirma que se encontró con un dato que le llamó la atención: “El porcentaje de emprendedores que cerraron, vendieron o detuvieron la actividad empresarial en el 2023”.

### Gráfico 1.

*Países con mayores tasas de cierre de emprendimientos.*



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de Chávez (2024)

Como se puede evidenciar en primer lugar, se encuentra Venezuela con un porcentaje de 9,92 %, México con 8,41 %, ocupa el segundo lugar, Ecuador se ubica en el tercer lugar con 8,09 % de cierre de empresas, en el cuarto puesto se encuentra Brasil 7,95 %, en la quinta ubicación está Chile con un 7,58 % de negocios discontinuados. Lo que demuestra que, aunque la mayoría de las personas en América Latina tienen el deseo de emprender, el miedo al fracaso y la falta de recursos impiden que muchos de estos proyectos se conviertan en realidad, por lo que es fundamental abordar estos desafíos y brindar apoyo a los emprendedores para que puedan superar los obstáculos y contribuir al crecimiento económico de la región.

## 2.2 Actualidad

Según Aguirre (2023) es fundamental ampliar la visión financiera empresarial en el país, ya que muchos negocios carecen de una comprensión administrativa sólida de su situación financiera. En efecto, algunos empresarios no tienen una idea clara de sus verdaderos ingresos, costos, ni del flujo de caja diario, lo que puede generar dificultades para tomar decisiones informadas y asegurar la sostenibilidad financiera de la empresa.

En base a este contexto podemos determinar que la mayor parte de los emprendimientos en Ecuador tienen un declive significativo a través del tiempo, por lo general los emprendimientos intentan mantenerse estables innovando e inyectando mayor capital al emprendimiento, pero es inevitable la caída del mismo ya que el nivel económico, las políticas económicas y sociales, no están alineadas a la generación y al desarrollo de la idea de negocio de los mismos.

Celi (2020) afirma que: “Ecuador es el país que más emprende en la región, pero lamentablemente es el país que más fracasa, 8 de cada 10 emprendimientos fracasa en el umbral de los 3 años”. Esto indica que, si bien Ecuador tiene una alta tasa de emprendimientos, también enfrenta una alta tasa de fracaso empresarial, especialmente en los primeros 3 años.

Se puede definir que la recuperación de los emprendimientos tiene algunos obstáculos complejos que superar, los cuales no se podrán resolver a menos que exista la cooperación de entidades gubernamentales que aceleren el proceso, con programas de apoyo y asesoramiento a los negocios, permitiéndoles accesos a créditos, reducción de impuestos y mejora de seguridad de manera permanente para que los emprendedores avancen en la reactivación.

## 2.3 Importancia

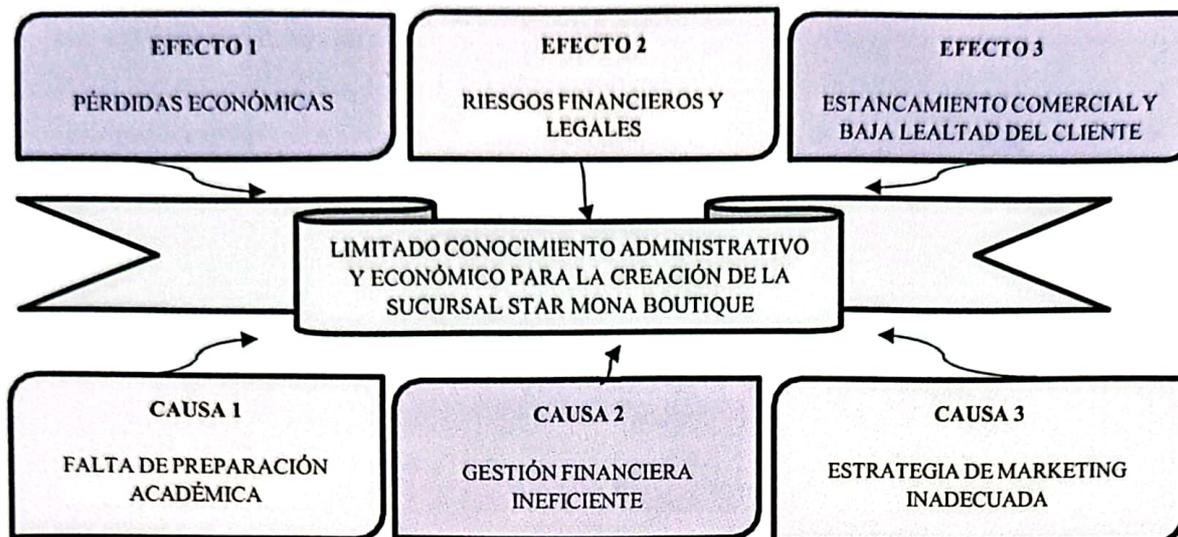
Los emprendimientos en la provincia de Napo son una parte integral de la vida cotidiana de los napenses. Sin embargo, la falta de análisis administrativo y preparación para iniciar estos negocios limita su potencial. En los últimos meses, los proyectos en la provincia han enfrentado desafíos significativos, como la falta de: acceso a financiamiento, créditos, carencia de capacitación, asesoramiento administrativo, y falta de infraestructura han sido un obstáculo significativo para muchos entusiastas de este método de trabajo.

Según Molina (2019), la educación para la formación empresarial es una actividad importante en los programas formativos de los jóvenes, cada vez que investigan acerca del merecimiento de estudio a la creación de un emprendimiento, no cabe duda que es un pilar fundamental para el desarrollo sostenible del mismo que la preparación y planificación son pilares fundamentales para el desarrollo sostenible de cualquier emprendimiento.

En STAR MONA, estamos comprometidos con la preparación y planificación antes de implementar nuestra idea de sucursal. Esto nos permitirá reducir el riesgo de fracaso, identificar posibles problemas y riesgos, así como tomar decisiones informadas, además nos facilitará identificar oportunidades y amenazas potenciales, lo que nos posibilitará tomar decisiones estratégicas. La realización de un estudio técnico financiero es una herramienta fundamental para cualquier organización que busque tomar decisiones asertivas y estratégicas, este tipo de estudio permite evaluar la situación financiera actual, identificar oportunidades también riesgos, así como desarrollar planes además estrategias para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad financiera.

## 2.4 Presentación del problema de investigación a responder

**Gráfico 2.**  
*Árbol de Problema*



**Nota:** Elaboración propia.

La problemática del estudio de viabilidad económica y financiera para la creación de una sucursal "STAR MONA " BOUTIQUE, en la ciudad de Tena, provincia de Napo se centra en la siguiente pregunta: ¿Por qué es necesario realizar un estudio económico y financiero para la creación de la sucursal STAR MONA?

Esta interrogante proviene de la intención que el negocio tiene como empresa, la visión está orientada a abrirse mercado en varios sitios de la ciudad, cantón, provincia y país. La argumentación parte de la intención de expansión, el problema que hemos identificado en la investigación es el limitado conocimiento administrativo y económico que se tiene para emprender esta acción.

Como primera causa de esta problemática es la falta de preparación académica, y presenta el efecto de pérdidas económicas, el desconocimiento crea limitaciones como, la reducción de la productividad, pérdida de oportunidades,

costos adicionales e incluso daño en la reputación de la empresa, lo que termina en un impacto significativo en la economía de la empresa.

Como segunda causa la gestión financiera ineficiente se debe a la falta de implementación de sistemas de contabilidad, así como los de gestión financiera adecuados lo que genera desorganización y pérdida de control sobre los recursos financieros. Esto aumenta los riesgos financieros, legales tanto como de reputación, ya que la falta de transparencia y control en la gestión financiera puede tener consecuencias negativas para la empresa.

La tercera causa, estrategia de marketing inadecuado, al no desarrollar una estrategia de marketing efectiva y sostenible, lo que limita la visibilidad y atractivo de la sucursal STAR MONA, por efecto adquiere estancamiento comercial y baja lealtad del cliente lo cual genera dificultades para atraer y retener clientes, limitando el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la sucursal STAR MONA.

**Campo:** Administrativo

**Área:** Comercial

**Sector:** Privado

## **2.5 Delimitación**

Permite al investigador centrar su atención en un aspecto específico, de esta manera permitirá especificar qué aspectos serán abordados y cuales quedarán fuera del estudio, con el fin de mantener el enfoque y evitar desviaciones del tema principal.

### **2.5.1 Delimitación Espacial**

**Provincia:** Napo

**Cantón:** Tena

**Ciudad:** Tena

**Parroquia:** Tena

**Barrio / Comunidad:** Vista Hermosa

**Asociación, empresa, emprendimiento:** Star Mona Boutique

### **2.5.2 Delimitación Temporal**

El trabajo de investigación se desarrollará en el ciclo académico noviembre 2024 – febrero 2025, debido a que se busca analizar la situación actual de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena, provincia de Napo, así como evaluar su viabilidad económica y financiera a corto plazo. El periodo de estudio coincide con el ciclo académico lo que permite aprovechar los recursos y el apoyo de la institución académica.

## **2.6 Beneficiarios**

### **2.6.1 Directos**

- Star Mona Boutique

### **2.6.2 Indirectos**

- Clientes establecidos y futuros clientes.
- Proveedores del Tena.

## **C. OBJETIVOS**

Los objetivos son declaraciones claras y precisas que indican las metas o propósitos que se pretende alcanzar en un proyecto o investigación. Funcionan como guías que orientan las actividades y decisiones durante el proceso, y se utilizan para evaluar el grado de cumplimiento de lo planeado.

### **3.1 Objetivo General**

Analizar la viabilidad económica y financiera para la creación de una sucursal “STAR MONA BOUTIQUE” en la ciudad de Tena, provincia de Napo

### **3.2 Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual de los factores internos y externos para la creación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en Tena.
- Determinar la viabilidad comercial para la implementación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena, mediante la aplicación de un estudio de mercado.
- Desarrollar un estudio técnico que permita tomar decisiones asertivas para la creación e implementación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.

## D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

La investigación parte siempre con un enfoque metodológico, por lo cual para desarrollar el presente trabajo de integración curricular se acogió apoyarse en los siguientes métodos de enseñanza, los cuales se encuentran incluidos en el marco curricular de la carrera de tecnología superior en administración

**Tabla 1.**

*Matriz de asignaturas integradoras*

### Asignaturas integradoras

Asignaturas	Resultados de Aprendizaje
Análisis financiero	Identifica los principios financieros revisados en clases de manera que pueda aplicarlos en diferentes escenarios de toma de decisiones.
Contabilidad de costos	Determina la utilidad que tiene la empresa en base a un análisis de costo-volumen.
Investigación de mercado	Identifica el aporte de la investigación de mercado en las diferentes decisiones de las organizaciones de manera eficiente.
Presupuestos	Determina y analiza el aporte de los presupuestos en la planificación y su incidencia en los resultados de la gestión de las empresas a fin de generar soluciones en el ámbito presupuestario en base a normas presupuestarias actualizadas.
Formulación y evaluación de proyectos	Construye y analiza el estudio de mercado a fin de poder conocer los oferentes, y demandantes, de un bien o servicio, aplicando las técnicas cuantitativas y cualitativas, para poder determinar la demanda insatisfecha.

Fuente: Silabo de la asignatura de la carrera de administración.

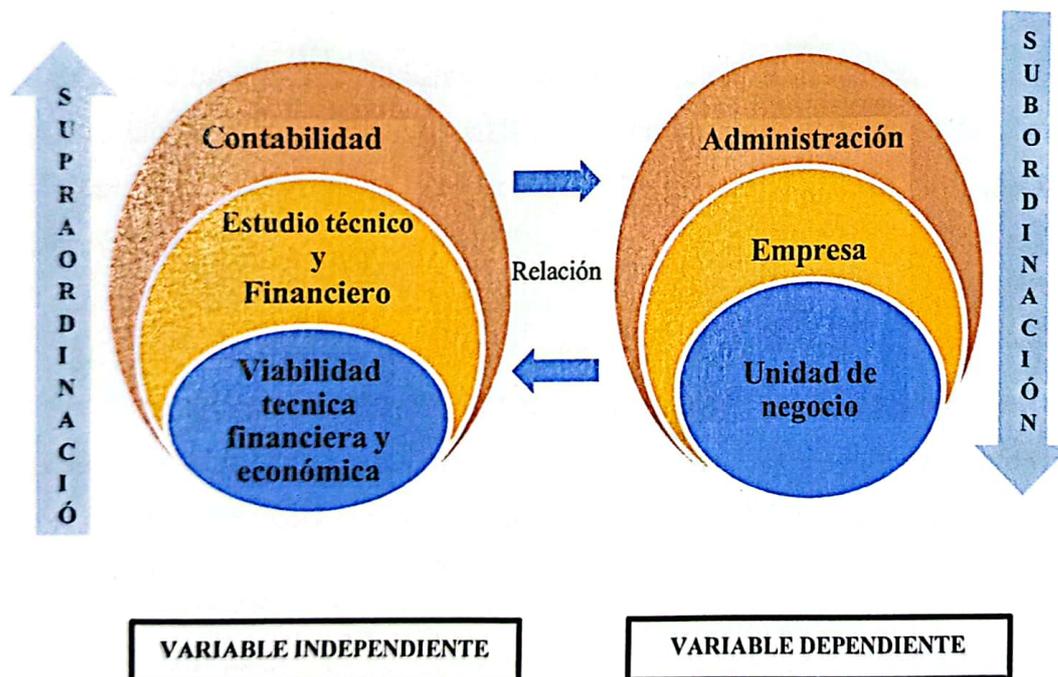
## E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El desarrollo de la fundamentación teórica va de acorde a la jerarquización de variables que se presenta en el gráfico 3. Ya que proporciona las bases necesarias para analizar los resultados del estudio y justificar la viabilidad del proyecto.

Las variables son características, propiedades o elementos que pueden variar o asumir diferentes valores y que se analizan para explicar fenómenos, hechos o situaciones relacionadas con el tema de estudio. Hernández et al (2022).

**Gráfico 3.**

*Jerarquización de Variables*



Elaborado por: Las autoras

## 5.1 Variable Independiente

La variable independiente en este estudio corresponde a los factores que determinan la viabilidad de la apertura de la sucursal, facilitando la manipulación y control para observar su efecto en la variable dependiente, dando acceso al investigador a evaluar la relación entre las variables.

### 5.1.1 Viabilidad técnica financiera y económica.

Según Villanueva (2019) *“En el estudio de viabilidad técnica se lleva a cabo un análisis de los aspectos técnico-operativos claves para alcanzar un determinado objetivo haciendo un uso eficiente de los recursos disponibles”*.

Bajo este contexto se identificó que, para el alcance de las metas propuestas en una empresa, el estudio de viabilidad, es necesario para el aprovechamiento eficiente de los medios, herramientas, fondos, activo, capacidades y medios económicos.

Para Gonzales (2009) *“Los elementos principales que han de ser tenidos en cuenta, haciéndose énfasis en aquellos aspectos que más se reiteran y por ello van a convertirse en claves para la evaluación, agrupándolos en cuatro variables fundamentales”*:

- Viabilidad económica: condición que evalúa la conveniencia de un proyecto, considerando la relación de los recursos invertidos y los beneficios esperados. Esto implica analizar si los costos y esfuerzos empleados para llevar a cabo el proyecto son razonables en comparación con los resultados y beneficios que se esperan obtener.

- **Viabilidad financiera:** condición que evalúa la capacidad de un proyecto, negocio o inversión para generar flujos de caja suficientes para cubrir sus costos, recuperar la inversión inicial y generar un retorno financiero aceptable, considerando los riesgos y la incertidumbre del entorno económico.
- **Viabilidad técnica:** condición que permite el funcionamiento del proyecto, determinando si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente en condiciones de seguridad con la tecnología disponible.
- **Viabilidad operativa:** condición que evalúa si el proyecto es operativamente factible, considerando factores como la gestión de recursos, la logística y la calidad de los procesos.

### 5.1.1.2 Ratios Financieros de Inversión

#### Valor Actual Neto (VAN)

Según Aguilera (2017) el Valor Actual Neto (VAN) es un concepto financiero utilizado para evaluar la rentabilidad de una inversión o proyecto. Se define como la diferencia entre el valor presente de los ingresos o flujos de caja futuros que se esperan generar y la inversión inicial realizada, el VAN mide cuánto valor genera una inversión teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Fórmula del VAN:

$$VAN = \sum \frac{FC_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Según este contexto el VAN es una herramienta esencial en la toma de decisiones financieras, ya que ayuda a determinar si una inversión generará suficiente valor para justificar el riesgo y el capital invertido.

## Tasa Interna De Retorno (TIR)

Según Aguilera (2017) La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una tasa de interés que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de los flujos de caja de un proyecto o inversión sea igual a cero. Es decir, es la tasa de descuento que equilibra la inversión inicial con los flujos de caja futuros esperados, de manera que no haya ganancia ni pérdida neta en términos de valor presente.

Fórmula (TIR)

$$0 = \sum \frac{FC_t}{(1 + TIR)^t} - I_0$$

En otras palabras, la TIR representa la rentabilidad o el rendimiento esperado de una inversión, y es una herramienta clave en la toma de decisiones financieras. Si la TIR de un proyecto es superior a la tasa de rendimiento mínima requerida (o tasa de descuento), el proyecto puede ser considerado rentable.

## Relación Beneficio-Costo (B/C)

Desde el punto de vista de Aguilera (2017) la Relación Beneficio-Costo (B/C) es un indicador financiero utilizado para evaluar la rentabilidad y viabilidad económica de un proyecto o inversión. Este indicador compara los beneficios obtenidos frente a los costos incurridos a lo largo del tiempo, proporcionando una medida de cuántas unidades monetarias de beneficio se generan por cada unidad monetaria invertida.

Fórmula (B/C)

$$B / C = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

Bajo el contexto de Aguilera es importante destacar que este análisis es común en la evaluación de proyectos de inversión, en decisiones de financiamiento público y en estudios de costo-beneficio de políticas económicas.

### **Periodo de la Recuperación de la Inversión (PRI)**

Para Aguilera (2017) El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es un indicador financiero que mide el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de un proyecto o activo, utilizando los flujos de caja netos generados por la inversión. Este indicador ayuda a evaluar la liquidez y el riesgo asociado al proyecto, ya que indica cuán rápidamente se puede recuperar el capital invertido.

Fórmula del (PRI)

$$PRI = \frac{\textit{Inversión Inicial}}{\textit{Flujo de Caja Anual}}$$

Es importante resaltar que, el PRI es una herramienta útil pero limitada si se utiliza de forma aislada su valor radica en su capacidad de brindar una visión rápida del riesgo y la liquidez, por tal manera se debe integrarse en un análisis financiero más amplio.

#### **5.1.2 Estudio Técnico y Financiero**

López (2000) el estudio técnico de la ingeniería de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

El enfoque de López subraya que el estudio técnico no es solo un componente operativo, sino una pieza central en la evaluación de proyectos de inversión. Su relevancia radica en que proporciona los fundamentos para realizar cálculos financieros y económicos precisos, lo que reduce la incertidumbre y mejora la calidad de las decisiones. Sin embargo, debe ser complementado con análisis financieros, económicos y de mercado para garantizar una evaluación integral del proyecto. De tal manera se deduce que el estudio financiero es el primer paso para definir los gastos en los que van a incurrir en determinado proyecto.

Nogueira (2017) El análisis económico financiero permite determinar las principales dificultades que limitan el desarrollo de una organización; así como afectar las reservas que existen para mejorar la efectividad de la empresa y trazar las estrategias correspondientes. El análisis económico financiero es una herramienta fundamental para detectar situaciones presentes y futuras que pueden afectar a la empresa o a su vez mejorar.

Bajo este contexto este análisis no solo ayuda a identificar problemas, sino que también permite descubrir oportunidades y reservas que podrían ser aprovechadas para mejorar la efectividad de la organización. Sin embargo, para maximizar su efectividad, debe complementarse con análisis cualitativos y estratégicos que aborden aspectos no financieros, pero igualmente críticos.

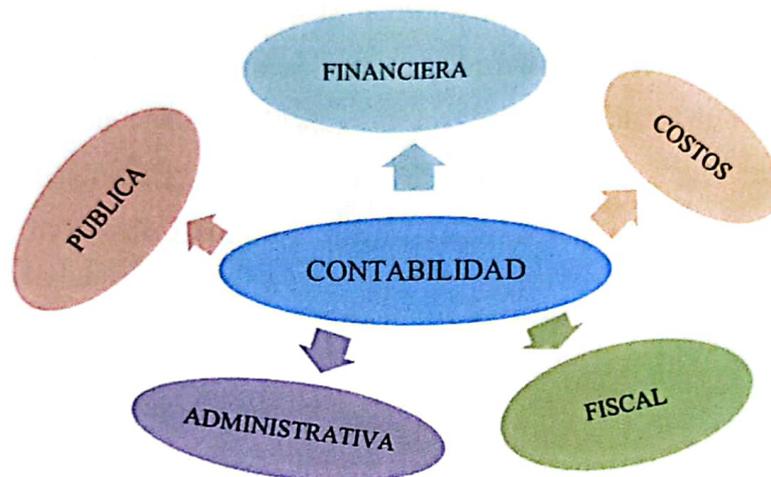
### **5.1.3 La Contabilidad**

Vera (2016) contabilidad administrativa se designa al sistema enfocado en las necesidades internas de la administración y la gestión de recursos de una empresa u organización. Como tal, se encarga del registro, clasificación, análisis y presentación de la información referente a las operaciones económicas.

Bajo este sentido la contabilidad administrativa tiene el fin de contribuir al manejo y control de los recursos en una empresa, así como también de apuntar, agrupar, explorar y mostrar todos los datos que se derivan de las transacciones monetarias.

### 5.1.3.1 Tipos de contabilidad:

**Gráfico 4.**  
*Tipos de contabilidad*



**Elaborado por:** Las autoras, adaptación de datos obtenidos de Vera (2016)

La contabilidad es una disciplina fundamental en la gestión financiera de cualquier organización, que facilita registrar, clasificar y analizar la información económica para la toma de decisiones. Cada tipo de contabilidad cumple una función específica dentro de la organización y permite obtener información clave para la toma de decisiones estratégicas. Su correcta aplicación es esencial para el crecimiento y sostenibilidad de cualquier entidad, ya sea pública o privada.

## 5.2 Variable Dependiente

La variable dependiente en este estudio es el resultado o efecto que se está midiendo en la investigación, debido a que se espera que cambie o se vea afectada por la variable independiente, de este modo la variable dependiente es fundamental para validar o rechazar las hipótesis planteadas en la investigación.

### 5.2.1 Administración

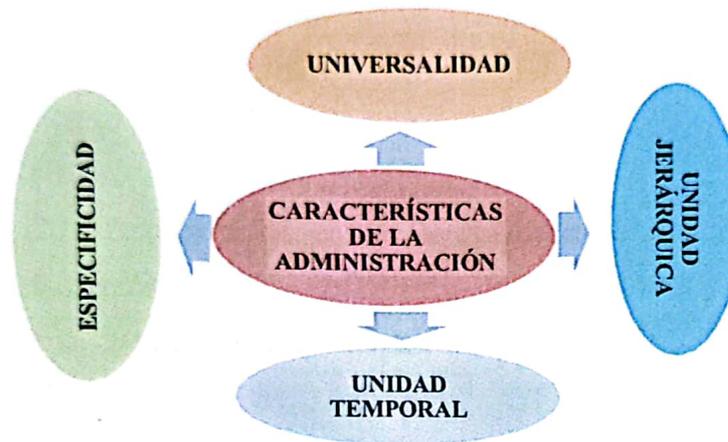
Según Richardson (2019) la administración es el proceso sistemático y racional de planificar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos de una organización, con el fin de alcanzar sus objetivos y metas de manera eficiente y efectiva considerando las variables internas y externas que influyen en la organización buscando siempre la mejora continua y la satisfacción de las partes interesadas.

Para Fayol (2007) *“Administrar es prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar a través de la gerencia”*.

Es importante destacar que ambas definiciones coinciden en la idea de que la Administración es un proceso que involucra la planificación, organización, dirección y control de los recursos y actividades de una organización para alcanzar sus objetivos y metas.

### 5.2.1.1 Características de la Administración

**Gráfico 5.**  
*Características de la Administración.*



**Fuente:** Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de Koontz (2015)

La administración es un proceso esencial en cualquier organización ya que permite coordinar recursos, definir estrategias y alcanzar objetivos de manera eficiente. Estas características hacen que la administración sea un pilar fundamental en el desarrollo de cualquier organización, facilitando la mejora continua de los procesos internos.

### 5.2.1.2 Importancia de la administración

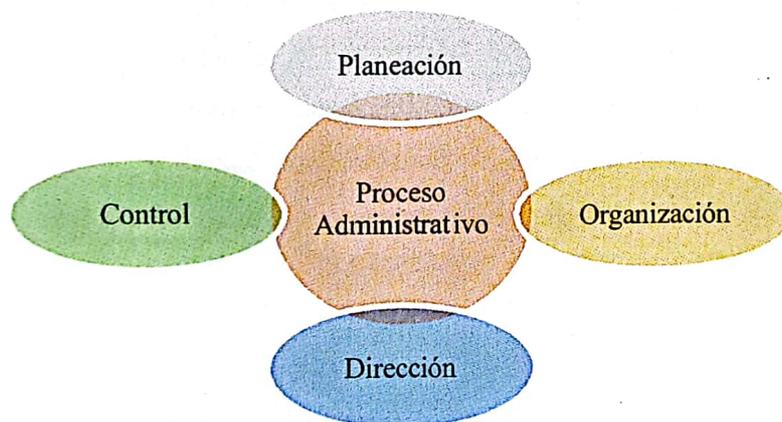
Desde el punto de vista de los autores Koontz y Weihrich (2014), la administración es la fuerza que impulsa a las organizaciones hacia el éxito, y su importancia radica en su capacidad para integrar y coordinar los esfuerzos de los miembros de la organización para alcanzar los objetivos comunes.

Argumentando este contexto se puede definir que la Administración es fundamental para el éxito de cualquier organización, ya que permite establecer objetivos y metas claras, asignar recursos de manera eficiente, coordinar esfuerzos y actividades, controlar y evaluar el desempeño, asegurar la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

### 5.2.1.3 Etapas de la Administración

Anaya (2020) menciona que el proceso administrativo es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades la cual cuenta con cuatro etapas.

**Gráfico 6.**  
*Etapas del Proceso Administrativo*



**Fuente:** Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de Anaya (2020)

El proceso administrativo como lo destaca Anaya (2020) es una herramienta clave en la gestión de organizaciones, ya que facilita planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos para alcanzar los objetivos empresariales de manera eficiente. En conjunto, estas cuatro etapas conforman un ciclo continuo que permite a las organizaciones adaptarse a los cambios del entorno, mejorar su competitividad y optimizar el uso de sus recursos.

## **5.2.2 Empresa**

Según Koontz et al (2018) una empresa es un conjunto de elementos interrelacionados que buscan producir bienes y servicios para satisfacer necesidades y deseos de la sociedad generando valor para los clientes y la sociedad en general.

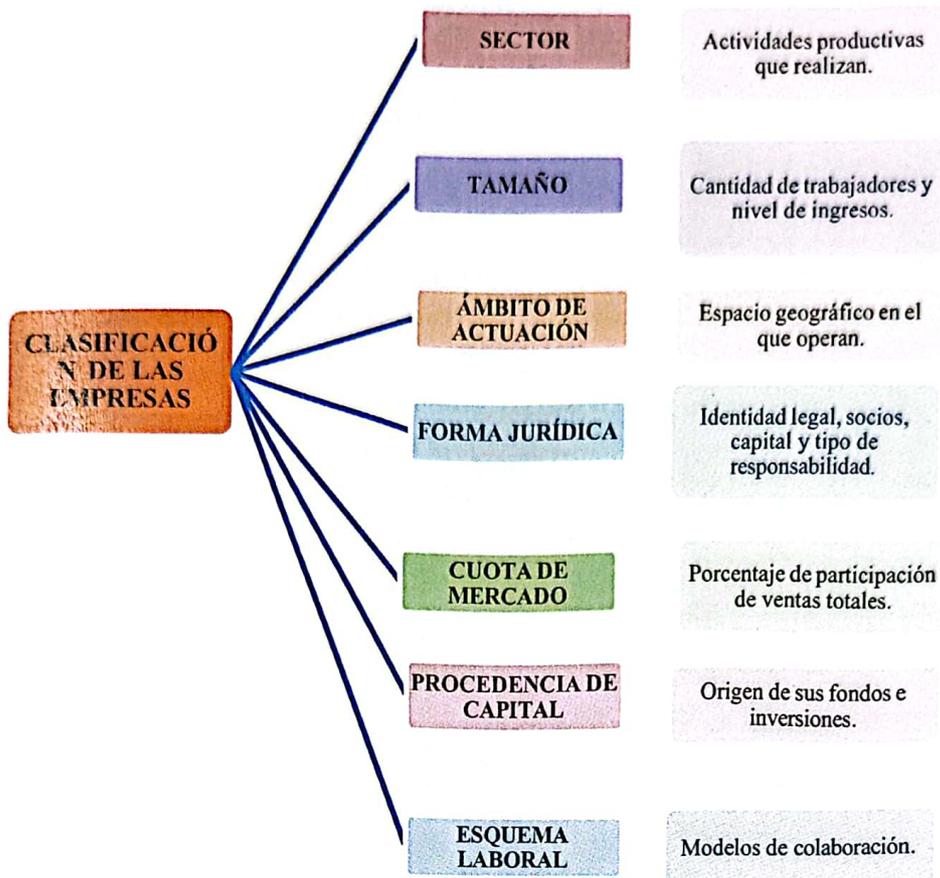
Para Robbins et al (2018) *“la empresa es una entidad social que utiliza recursos para satisfacer las necesidades de un mercado”*.

Bajo el contexto de estos autores, destacan que la empresa es una unidad económica y social que desempeña un papel fundamental en la generación de riqueza y empleo en una sociedad. Su importancia radica en su capacidad para crear valor a través de la producción de bienes y servicios, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico y al desarrollo social. También combina recursos productivos para producir bienes o servicios, con el objetivo de generar valor para sus clientes y la sociedad, satisfaciendo necesidades del mercado buscando un equilibrio entre rentabilidad y responsabilidad social.

### **5.2.2.1 Clasificación de las empresas**

Según Casanova (2019) es una organización o institución dedicada a actividades que buscan beneficios económicos o comerciales, lo que indica que cada empresa tiene objetivos, metas y necesidades diferentes, por lo que se pueden clasificar de la siguiente manera según sus características o funciones.

**Gráfico 7.**  
*Clasificación de las empresas*



Fuente: Elaboración propia

#### 5.2.2.1.1 Por su tamaño

- Microempresa es una unidad económica conformada por menos de 10 trabajadores que llega a generar anualmente ingresos menores a los 200.000 USD.
- Empresa es aquel negocio que tiene entre 11 y 49 empleados y genera ventas entre los 200.000 y los 500.000 USD anuales.
- Mediana empresa cuenta con entre 50 y 249 trabajadores y sus ventas pueden llegar hasta 10.000.000 USD por año.

- Gran empresa tiene entre sus filas a más de 250 empleados y genera de ganancias con cifras superiores a los 10.000.000 USD por año.

#### **5.2.2.1.2 Por su ámbito de actuación**

- Empresas locales son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.

#### **5.2.2.1.3 Por su forma jurídica**

- Persona física es la empresa constituida por una sola persona autónoma, también conocida como «emprendedor», quien es el máximo responsable de cualquier situación financiera y legal dentro de la organización. Por lo tanto, es la única que recibe los beneficios de dicho negocio.

#### **5.2.2.1.4 Por su procedencia de capital**

- Empresa privada es aquella cuyo capital e inversiones que recibe proviene de individuos particulares que desean obtener una rentabilidad y beneficios a través de sus actividades comerciales.

#### **5.2.2.1.5 Por su esquema laboral**

- Empresas con trabajo presencial solo realizan sus actividades en las instalaciones de la empresa. Esto en general ocurre por el tipo de operaciones que se ejercen (las cuales requieren trabajo físico o cooperación constante entre equipos).

### 5.2.3 Unidad de negocio

Según Johnson y Scholes (2017), la unidad de negocio es una división de la empresa que opera como una entidad independiente y tiene su propio objetivo y estrategias, la unidad de negocio es responsable de desarrollar y ejecutar su propia estrategia para alcanzar sus objetivos y contribuir al éxito general de la empresa.

El enfoque descrito por Johnson y Scholes, destaca la importancia de dividir una organización en unidades con estrategia autónomas pero interconectadas. Esto permite a las empresas abordar mercados específicos de manera más eficaz y mantener una visión estratégica integral, cada unidad tiene la libertad de desarrollar y ejecutar estrategias específicas alineadas con su mercado, productos o servicios.

Según Kotler et al (2017), una unidad de negocio es la que opera como una empresa organizativa independiente dentro de una organización más grande, la unidad de negocio tiene su propio objetivo, estrategia y estructura organizativa, es responsable de desarrollar y ejecutar su propia estrategia para alcanzar sus objetivos.

Argumentado lo que señalan los autores, presentan a la unidad de negocio como una estructura que equilibra autonomía estratégica y alineación corporativa ya que de esto permite a las empresas diversificadas operar en distintos mercados de manera eficaz, asegurando tanto la flexibilidad individual como el éxito colectivo de la organización. Este enfoque también permite que las unidades de negocio respondan de manera eficiente a las demandas de su entorno competitivo, fomentando la especialización y la innovación.

### **5.3 Marco Legal**

Según la Asamblea Nacional del Ecuador (2008) La Constitución de la República del Ecuador establece los principios fundamentales que respaldan la actividad empresarial en el país. Entre ellos: Este cumplimiento no solo contribuye a la viabilidad del negocio, sino que también garantiza la equidad y transparencia en su operación dentro del mercado ecuatoriano.

**Art.284:** Promueve el desarrollo económico mediante la diversificación productiva y la generación de empleo, incentivando el emprendimiento.

**Art.289:** La política tributaria debe ser progresiva, equitativa y fomentar la sostenibilidad de las actividades económicas formales, como la apertura de nuevas sucursales.

#### **De acuerdo con el código de Comercio**

Según el Congreso Nacional del Ecuador (2017) El Código de Comercio regula las actividades comerciales en el Ecuador, incluyendo la apertura de sucursales. Los artículos más relevantes son:

**Art.5:** Define los actos de comercio aplicables a las boutiques, como la compraventa de bienes.

**Art.23:** Establece la obligatoriedad de registrar nuevas sucursales en el Registro Mercantil de la jurisdicción correspondiente.

## **En relación a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)**

Según el Servicio de Rentas Internas (2022) esta ley regula las obligaciones fiscales de las empresas en Ecuador. Los aspectos aplicables a la boutique son:

### **Régimen RIMPE (Régimen Impositivo para Microempresas):**

Aplica si los ingresos brutos proyectados no superan los límites establecidos para microempresas (hasta \$300,000 USD anuales). Impone una tarifa única del 2% sobre ingresos brutos y declara el IVA semestralmente.

### **Régimen General:**

Aplica si los ingresos superan el límite del RIMPE o si la actividad económica no califica. Incluye declaraciones mensuales de IVA y una tasa variable para el impuesto a la renta basada en utilidades.

## **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

Según la Asamblea Nacional del Ecuador (2010) el COPCI fomenta el desarrollo de actividades productivas mediante incentivos fiscales y administrativos. En particular, para la apertura de una boutique, incluye:

Incentivos fiscales locales y nacionales para actividades económicas formales en regiones como la provincia de Napo.

## **Según la Normativa Tributaria Interna**

Municipio de Tena, provincia de Napo (2023) la normativa municipal regula la operación de nuevas sucursales:

- Licencia de Funcionamiento: Obligatoria para operar dentro de la ciudad.
- Pago de tasas municipales: Por permisos de uso de suelo, control comercial y publicidad.
- Normativa de comercio local: Regulaciones específicas para actividades económicas, como el horario de funcionamiento y normas de etiquetado.

## **Regulación Laboral: Código del Trabajo**

Ministerio del Trabajo del Ecuador (2023) la apertura de la sucursal implica la contratación de personal, regido por el Código del Trabajo:

- Contratos laborales: Deben ser formalizados y registrados ante el Ministerio de Trabajo.
- Aportes al IESS: La empresa debe afiliar a sus trabajadores al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

## **Resoluciones del Servicio de Rentas Internas (SRI)**

El SRI (2022) regula la operación fiscal de las empresas. Para la sucursal "Star Mona" Boutique, se consideran:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC): Actualización del RUC de la empresa matriz para incluir la nueva sucursal.
- Facturación Electrónica: Emisión de facturas con el código asignado a la sucursal de Tena.
- Declaraciones tributarias específicas: Presentación de declaraciones separadas para ingresos generados por la sucursal, si así lo dispone la normativa.

Según la normativa tributaria define el marco de régimen tributario de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla 2.**  
*Tipos de régimen*

Aspecto	RIMPE	Régimen General
Límite de ingreso	Hasta \$300,000 USD anuales	Más de \$300,000 USD anuales
Frecuencia de IVA	Semestral	Mensual
Tipo de contabilidad	Simplificada	Completa
Impuesto a la renta	2% sobre ingresos brutos	Según utilidades netas

Elaborado por: Las autoras, información extraída de régimen rimpe y régimen general.

### 5.3 Marco Conceptual

**Contabilidad de Costos:** Es un sistema de presentación de información contable que registra, clasifica, asigna, distribuye y controla los costos de las actividades de producción, distribución, administración y financiamiento de una empresa.

**Contabilidad Pública:** Se designa aquella que se encarga de registrar, clasificar, analizar y presentar la información de la actividad económica de los organismos públicos.

**Contabilidad financiera:** Es un sistema de registro, clasificación, análisis y presentación de la información relativa a las operaciones económicas de una empresa u organización.

**Contabilidad fiscal:** Se refiere al sistema de registro, clasificación, análisis y presentación de la información relativa a las operaciones financieras diseñado para cumplir con las obligaciones de carácter fiscal de una empresa u organización.

**Control:** El control se ejerce con referencia a los planes mediante la comparación regular y sistemática de las previsiones respecto a los objetivos

**Deuda a Corto Plazo:** Indica las deudas que una empresa debe pagar en un plazo menor a un año.

**Dirección:** En esta etapa se trata o se debe lograr que todos los involucrados en el proceso contribuyan en el logro de los objetivos.

**Especificidad:** Es la cualidad de ser preciso y particular en un contexto determinado.

**Flujo de Caja Operativo:** Indica el dinero generado por las operaciones de una empresa.

**Índice de Retorno sobre la Inversión (ROI):** Mide el rendimiento de una inversión en relación con su costo.

**Ingresos brutos** son el total de los ingresos obtenidos por una persona o empresa antes de aplicar cualquier deducción, como impuestos, costos o gastos operativos.

**Largo Plazo:** Periodo de tiempo prolongado, generalmente superior a un año, en el que se espera que se logren ciertos objetivos o se obtengan resultados deseados.

**Liquidez Corriente:** Mide la capacidad de una empresa para pagar sus deudas a corto plazo con sus activos corrientes.

**Margen de Beneficio:** Indica la diferencia entre los ingresos y los costos de producción, expresada como porcentaje.

**Organización:** Se centra en la importancia de estructurar y coordinar los recursos y actividades de una entidad con el fin de alcanzar objetivos y metas específicos de manera eficiente y efectiva.

**Patrimonio Neto:** Indica el valor total de los activos de una empresa menos sus pasivos.

**Precio/Beneficio (P/B):** Indica la relación entre el precio de la acción y el beneficio por acción.

**Relación de Endeudamiento:** Indica el nivel de deuda de una empresa en relación con su patrimonio neto.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** Indica la tasa de retorno de una inversión o proyecto, considerando los flujos de caja y el valor actual.

**Unidad de negocio:** Se refiere a la división de una empresa en una entidad independiente y autónoma, pero que a su vez se mantiene relacionada directamente con la misión de la compañía principal

**Universalidad:** el fenómeno administrativo se presenta donde quiera que existe un organismo social

**Valor Actual Neto (VAN):** Mide el valor actual de los flujos de caja futuros de un proyecto o inversión.

## F. METODOLOGÍA

La investigación se basó en técnicas y métodos adecuados para la recolección de datos concretos y sólidos que ayudaron al desarrollo eficaz del trabajo de integración curricular, que tuvo recursos empleados como: materiales, económicos, tecnológicos y humanos; así como también aplicó métodos tales como: exploratorios, estadísticos, analíticos y descriptivos; Se tienen en cuenta los siguientes tipos de investigación: entrevistas cuantitativas, cualitativas y, por último, herramientas como: aplicación de encuesta a la población por muestreo, aplicación de fórmulas y tabulación de resultados en base a hojas de cálculo para la toma de decisiones.

### 6.1 Materiales y equipos

Los materiales que sirvieron para que el trabajo investigativo fuera viable y se cumpla a cabalidad el desarrollo de la investigación fueron:

- Laptop, (Dell Core i7, RAM 4gb, año 2020)
- Celular, (Samsung A32)
- Internet, (Amazon tv)
- Empastado
- Anillado
- Esferos gráficos
- Cuaderno de apuntes

### 6.2 Ubicación del Área de estudio

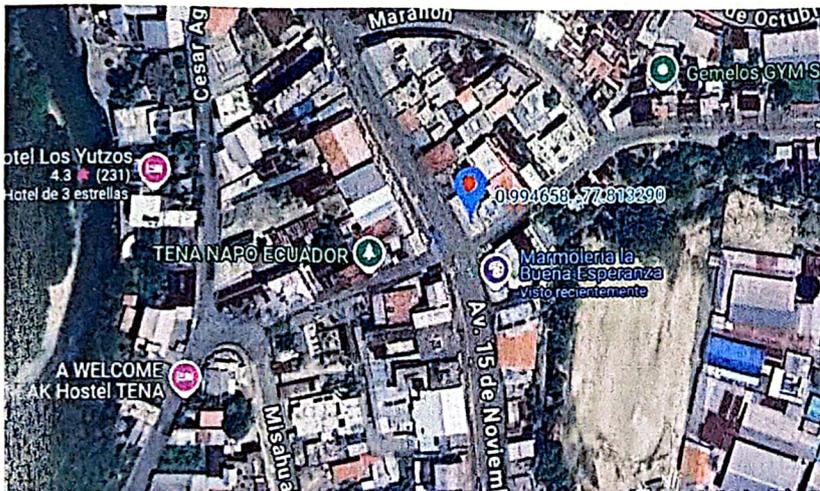
El estudio investigativo se realizó en el barrio de Bellavista Alta de la parroquia Tena ubicado por la Av. 15 de noviembre, con el fin de crear una sucursal “STAR MONA BOUTIQUE”, en la ciudad de Tena, provincia de Napo, este

estudio se centrará en analizar los aspectos económicos y financieros con el fin de determinar si la inversión será rentable y sostenible a largo plazo. Los propietarios de la matriz carecen de conocimientos administrativos para organizarse y cumplir con cada una de las funciones asignadas.

En el sector de estudio se encuentran negocios que ofrecen servicios similares, sin embargo, se ha observado que estos negocios operan principalmente basados en conocimientos empíricos, careciendo de una sólida formación administrativa. Esto conlleva a una serie de desafíos y limitaciones que, en última instancia, pueden generar un declive en el desempeño y la sostenibilidad de los pequeños emprendimientos.

### Imagen 1.

*Mapa satelital del área de estudio (Bellavista Alta-Parroquia Tena)*



Fuente: Google maps 2020/2024

### 6.2.1 Población

Según Hernández et al (2015) la población es “*el conjunto total de elementos que poseen características comunes y que son objeto de estudio en una investigación. Estos elementos pueden ser personas, objetos, eventos o fenómenos, dependiendo del enfoque del estudio*”.

En este estudio la población objetivo, es la población económica activa de la ciudad de Tena, a la que se aplicará la encuesta del estudio de mercado para garantizar que los resultados sean generalizables y útiles para la toma de decisiones.

### 6.2.2 Muestra

Según Hernández et al (2016) la muestra es un *"Subconjunto representativo de la población, seleccionado mediante un procedimiento específico, del cual se obtendrán datos para realizar una investigación y generalizar los resultados a toda la población"*.

Al ser la población de 29.724 se realizó el muestreo respectivo, ya que esto permite ahorrar tiempo y recursos, la población a estudiar es finita cuando el universo o población es inferior a 100.000. Por lo que se cita la fórmula de cálculo del tamaño de muestra para poblaciones finitas dada en Fisher y Navarro (1999)

$$n = \frac{(Nz^2 p(1-p))}{e^2 + z^2 p(1-p)}$$

**Donde:**

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

z= Coeficiente de nivel de confianza

p= Probabilidad a favor

(1-p) = Probabilidad en contra

e= Error de estimación

**Datos:**

$$N= 29.724$$

$$z= 95\%= 1,96$$

$$p= 0,5$$

$$(1-p) = 0,5$$

$$e= 0, 05$$

$$n= ((29.724) ( [1,96] ] ^2 (0,5) (0,5)) / ((29.724-1) [ (0,05) ] ^2+(1,96) ^2 (0,5) (0,5))$$

$$n= 28 ,554.6096/ (74.3075+0,9604)$$

$$n= 379,37$$

$$n= 380$$

El tamaño de la muestra es aproximadamente 379.37, que se redondea a 380 personas para garantizar representatividad con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

### 6.3 Tipo de investigación / estudio

#### 6.3.1 En función del propósito

##### Investigación aplicada

Hernández et al (2016) “*la investigación aplicada se utiliza principalmente contextos donde se busca responder a preguntas concretas y obtener beneficios prácticos*”.

El propósito del estudio es aplicado, ya que busca generar soluciones prácticas relacionadas con la apertura de una nueva sucursal de "Star Mona Boutique". Este enfoque se centra en resolver problemas específicos como determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto, considerando aspectos como el análisis de costos, proyecciones de ingresos y evaluación de riesgos. La finalidad es implementar estrategias efectivas que permitan garantizar el éxito de la sucursal.

### **6.3.2 Por su nivel de profundidad**

#### **Investigación Descriptiva**

Según Dankhe (2017) sostiene que la investigación descriptiva es la capacidad de seleccionar las características esenciales del objeto de estudio y una descripción detallada de una parte, categoría o clase de este objeto. La investigación también implica medir e identificar rasgos o características involucradas en el desarrollo para crear una base de datos que se considere como fuente para la toma de decisiones e interpretación.

En este estudio se realizó la investigación descriptiva, ya que se recopila información inicial sobre las oportunidades del mercado, como tendencias de consumo y comportamiento del cliente en la industria de la moda. De igual manera se detallan las características específicas del público objetivo, la ubicación propuesta y los costos asociados al negocio.

### **6.3.3 Por la naturaleza de los datos y la información**

#### **Investigación cuantitativa**

Creswell, (2019) la investigación cuantitativa busca la objetividad desde el punto de vista de que la realidad es una y puede ser observada sin ser afectada, la metáfora epistemológica de este estudio científico es que la ciencia es como un espejo que muestra cosas como realmente son.

La visión de Creswell refuerza la importancia de la investigación cuantitativa como un método robusto y confiable, especialmente para fenómenos medibles y replicables, la investigación cuantitativa también busca eliminar las subjetividades, asumiendo que el investigador puede observar la realidad sin influir en ella.

### **6.3.4 Por los medios para obtener los datos**

#### **Investigación de campo**

Según Malhotra (2019) es un estudio en el que los datos se recopilan directamente en el entorno donde ocurren las situaciones de interés. Este enfoque implica la interacción del investigador con el contexto natural, los sujetos o el escenario del estudio, utilizando técnicas como la observación, entrevista, encuesta o la participación activa.

Bajo este contexto la descripción destaca las fortalezas de la investigación de campo como una metodología integral y contextualizada, ideal para explorar

fenómenos complejos y dinámicos. Sin embargo, su éxito depende de una ejecución rigurosa, ya que los desafíos inherentes, como la influencia del investigador o la falta de control sobre el entorno, pueden comprometer los resultados si no se gestionan adecuadamente, se mencionan técnicas como:

- Observación
- Encuestas

### **6.3.5 Por la mayor o menor manipulación de las variables**

#### **Investigación no experimental**

Kerlinger & Lee (2016) se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir, sin que el investigador altere el objeto de investigación, en la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Lo que señala este contexto es que el enfoque o investigación no es experimental, ya que no se controlan ni manipulan las variables de estudio. En lugar de ello, se observan y analizan los datos tal como se presentan en el entorno real, lo que permite evaluar la viabilidad del negocio en las condiciones actuales.

### **6.3.6 Según el tipo de inferencia**

#### **Investigación deductiva**

Según Taylor et al (2015) Señala que la investigación deductiva es un enfoque de estudio que utiliza el razonamiento lógico para aplicar teorías, principios o leyes generales a casos específicos con el fin de confirmar, refutar o explicar un fenómeno particular. Este tipo de investigación sigue un proceso estructurado que parte de premisas generales conocidas para llegar a conclusiones específicas, generalmente verificadas mediante datos empíricos.

Este estudio emplea métodos deductivos ya que el enfoque deductivo se aplica al utilizar teorías económicas y financieras existentes para modelar la viabilidad del proyecto. Es común en investigaciones cuantitativas y suele emplearse para probar hipótesis previamente formuladas en base a teorías existentes.

### **6.3.7 Según el periodo temporal en el que se realiza**

#### **Investigación Transversal**

Según Flick (2018) El estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido. Sin embargo, esta metodología no es del todo completa, ya que la presencia de factores de riesgo y resultados son simultáneos y sus estudios también lo son.

El estudio de viabilidad es transversal, ya que se realiza en un período específico de tiempo con el propósito de evaluar las condiciones actuales del mercado y proyectar su impacto en la apertura de la sucursal ya que se lleva a cabo en un momento único o en un periodo de tiempo breve para recolectar datos sobre una población o fenómeno en un punto específico en el tiempo.

### **6.3.8 De acuerdo en el tiempo en que se efectúan**

#### **Investigación bibliográfica**

Para Thomson et al (2017) es un tipo de estudio que se basa en la recopilación, análisis e interpretación de información existente en fuentes documentales, como libros, artículos científicos, revistas, informes, tesis y otros documentos escritos o digitales. Este enfoque se utiliza para desarrollar una comprensión teórica sobre un tema, construir un marco conceptual o identificar antecedentes y fundamentos previos relacionados con el objeto de estudio. Es una metodología clave en la fase inicial de muchas investigaciones para contextualizar el problema y sustentar los hallazgos.

El texto de Thomson et al, destaca el valor de la investigación bibliográfica como un pilar fundamental en el desarrollo del conocimiento, su capacidad para consolidar información existente y establecer bases teóricas es esencial, pero su éxito depende de la rigurosidad del análisis y la calidad de las fuentes utilizadas. Es un enfoque necesario, pero debe complementarse con metodologías empíricas para obtener resultados más integrales.

## **6.4. Metodología para cada objetivo**

### **6.4.1 Metodología para el Objetivo 1**

Diagnosticar la situación actual de los factores internos y externos para la creación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.

Para obtener información se realizará una investigación de campo y bibliográfico mediante el método inductivo, extrayendo datos e información directamente del centro de estudio, con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente, de manera rápida y eficaz.

El presente objetivo se desarrollará mediante la aplicación de una matriz FODA, siendo esta una herramienta de análisis tanto de factores externos como internos del área de estudio, el mismo que será representado mediante un cuadro que contiene: Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

- **Fortalezas:** Ventajas o puntos fuertes que una empresa posee y que le permite alcanzar sus objetivos.
- **Debilidades:** Desventajas internas que una empresa posee y que le impiden alcanzar sus objetivos.
- **Oportunidades:** Ventajas externas que una empresa puede aprovechar para alcanzar sus objetivos.
- **Amenazas:** Desventajas externas que una empresa puede enfrentar y que pueden afectar negativamente sus objetivos.

## 6.4.2 Metodología para el Objetivo 2

Determinar la viabilidad comercial para la implementación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena, mediante la aplicación de un estudio de mercado.

Para determinar la percepción del servicio por parte de los clientes de la BOUTIQUE STR MONA, se procederá a realizar una encuesta, a fin de conocer qué tan eficiente es la atención de los clientes, lo mismo se procedió con las siguientes acciones:

- **Cálculo de la muestra:** El desarrollo de este estudio partió de la determinación de una muestra de 380 personas, posteriormente se procedió con la aplicación de las encuestas.
- **Encuesta:** Como herramienta para obtener información real, se diseñó un cuestionario de 10 preguntas de selección. Esta encuesta se aplicó al tamaño de la muestra anteriormente identificada.

Para llevar a cabo esta herramienta se utilizará el tipo de investigación cuantitativo, en cuanto a las metodologías que permitieron determinar el estado de la situación actual del STAR MONA son las siguientes: estadístico, analítico.

Las mismas se fundamentan en el hecho que una vez que se obtuvo la información en campo esta es sujeta a métodos estadísticos para describir ciertos resultados, los cuales son representados mediante gráficas, y de los mismos se realiza un análisis o razonamiento ascendente que parte de lo particular a lo general.

### 6.4.3 Metodología para el Objetivo 3

Desarrollar un estudio técnico que permita tomar decisiones asertivas para la creación e implementación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.

Para el desarrollo del presente objetivo se redactará un informe financiero y económico con el tipo de investigación cualitativo documental mediante el método descriptivo analítico, que permitirá determinar la factibilidad del emprendimiento. Este análisis se realizará a través de la elaboración del flujo de efectivo, el cual será estructurado y normado conforme a la Norma Internacional de Contabilidad 7 (NIC 7). Dicha norma proporciona lineamientos claros para la identificación, clasificación y presentación de flujos de efectivo, asegurando la coherencia y la transparencia del análisis.

El flujo de efectivo incluye los flujos operativos, de inversión y de financiamiento del proyecto, proyectados a través de un horizonte temporal definido y ajustados con una tasa de incremento basada en las condiciones del mercado local y la inflación esperada. Estos datos se emplearán para calcular indicadores clave que permitan medir la viabilidad y la rentabilidad del proyecto. Los principales indicadores que se analizarán son: VAN, TIR, Costo-Beneficio, PRI.

El análisis de estos indicadores permitirá tomar decisiones fundamentadas sobre la viabilidad económica del proyecto. Además, se incluye un análisis de sensibilidad para evaluar cómo cambios en variables clave, como los costos operativos, los ingresos proyectados o la tasa de interés, afectan los resultados del proyecto.

Este enfoque técnico y normativo garantiza que el estudio no solo cumple con los estándares internacionales de calidad, sino que también permite tomar decisiones asertivas que minimicen riesgos y optimicen los recursos destinados a la creación e implementación de la sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena. Finalmente, los resultados del informe financiero y económico se integrarán con consideraciones estratégicas y operativas, brindando una visión holística del potencial del emprendimiento.

#### Estructura del informe final.

- Portada
- Introducción
- Misión
- Visión
- Valores corporativos
- Objetivos
- Cuerpo del trabajo
- Conclusiones
- Recomendaciones

## G. RESULTADOS

### 7.1. Resultados del Objetivo 1

Antes de crear una sucursal Star Mona en Tena, provincia de Napo, Ecuador, es importante realizar un análisis del macroentorno para entender las tendencias y factores que podrían influir en el éxito del negocio. A continuación, se presentan algunos de los puntos clave que podrían ser relevantes para el análisis.

La población económicamente activa de Tena tiene 29.724 habitantes, según el censo del año 2020, sin embargo, es importante destacar que el presente estudio se centró únicamente en la población urbana de la parroquia Tena, en cuanto a la distribución de edades se observa que oscilan en un promedio de 26-35 años, en cultura y valores la mayor parte de la población es mestiza aunque aún se conservan tradiciones y valores de la cultura indígena Kichwa, lo cual hace de Tena una comunidad que valora la tradición, la familia y la comunidad.

La economía de Tena se basa principalmente en la agricultura, la ganadería y el turismo, la tasa de empleo en Tena es relativamente alta, con una gran parte de la población empleada en el sector agrícola o turístico, los ingresos promedio en Tena son moderados, con una gran parte de la población viviendo en condiciones de pobreza o vulnerabilidad.

La salud en Tena es un tema importante, con una gran parte de la población teniendo acceso a servicios de salud básicos, en tecnología el internet es limitado, especialmente en áreas rurales, sin embargo, la mayoría de la población tiene acceso a redes sociales y utiliza plataformas como Facebook y WhatsApp para comunicarse.

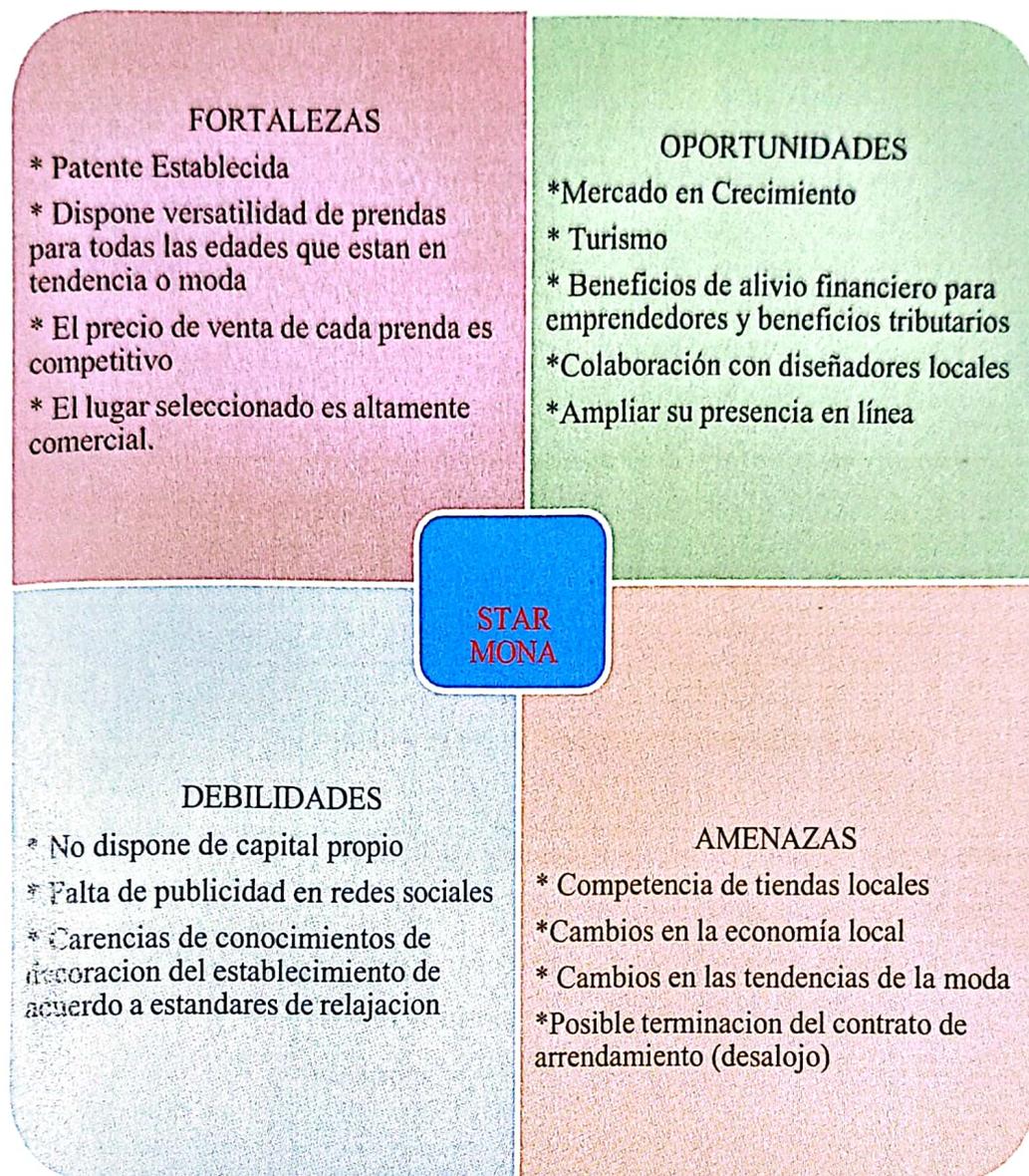
La creación de una boutique en Tena podría aprovechar la creciente demanda de productos de moda y diseño en la región, sin embargo, también existen desafíos como la limitada accesibilidad a Internet, la competencia con tiendas online y la necesidad de adaptarse a las necesidades y preferencias de la población local.

Políticamente hablando de Tena es una ciudad con una estabilidad relativamente alta lo que puede ser beneficioso para el negocio además de que el gobierno local ofrece programas de apoyo a los emprendedores, como financiamiento o capacitación.

En el ámbito legal, STAR MONA BOUTIQUE se mantiene funcionando como rimpe, pero para poder operar será necesario la contratación de personal adicional, además que la atención de sus propietarias lo aleja de posibles demandas laborales. El negocio cuenta con los permisos de funcionamiento vigente desde el año 2018 hasta 2024, protegiendo así su actividad económica de posibles multas.

En resumen, el análisis del macroentorno social sugiere que la creación de una boutique en la región podría ser una oportunidad viable, siempre y cuando se adapte a las necesidades y preferencias de la población local.

**Gráfico: 8.**  
*Análisis FODA de Star Mona Boutique en Tena*



Elaborado por: Las autoras Adaptación de datos obtenidos de Star Mona Boutique en Tena.

**Tabla 3.**  
*Matriz DAFO*

<b>FACTORES INTERNOS</b>  <b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	Patente establecida/Mercado en crecimiento.  *Ampliar la presencia en línea y utilizar las redes sociales para promocionar la marca y atraer nuevos clientes	No dispone de capital propio.  *Invertir en marketing digital para atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas
<b>OPORTUNIDADES</b>	Diseño y calidad/Turismo.  *Desarrollar una línea de productos exclusivos para turistas y promocionarla en los canales de marketing adecuados.	Colaboración con diseñadores locales.  *Desarrollar una estrategia de marca que permita diferenciar a STAR MONA de otras marcas.
<b>OPORTUNIDADES</b>	Experiencia en el mercado  *Establecer alianzas con diseñadores locales para crear productos exclusivos y promocionar la marca en la comunidad local.	Limitaciones en la logística/ Turismo.  * Establecer alianzas con proveedores locales para mejorar la eficiencia logística y reducir costos

<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p>	<p>Competencia con las tiendas locales.</p> <p>*Utilizar la marca establecida para diferenciarse de la competencia y ofrecer productos y servicios de alta calidad</p>	<p>Competencias con las tiendas locales.</p> <p>* Desarrollar una estrategia de precios competitiva y ofrecer promociones y descuentos para atraer nuevos clientes.</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p>	<p>Diseño y calidad/Cambio en la economía local.</p> <p>*Mantener la calidad y el diseño de los productos para mantener la lealtad de los clientes y atraer a nuevos clientes.</p>	<p>Cambio en la economía local.</p> <p>* Diversificar la oferta de productos y servicios para reducir la dependencia de la marca y aumentar la resistencia a los cambios económicos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p>	<p>Experiencia en el mercado/Cambios en la moda.</p> <p>*Utilizar la experiencia en el mercado para anticipar los cambios en la moda y adaptar la oferta de productos y servicios de manera oportuna.</p>	<p>Limitaciones en la logística/Cambio en la tendencia de la moda.</p> <p>* Establecer un sistema de seguimiento de tendencias para anticipar los cambios en la moda y adaptar la oferta de productos y servicios de manera oportuna.</p>

Elaborado por: Las autoras

## **Conclusión según las estrategias presentadas**

Con base en las estrategias identificadas a partir del análisis de la matriz DAFO, se concluye que STAR MONA BOUTIQUE debe implementar una serie de acciones clave para potenciar su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

En primer lugar, resulta fundamental ampliar su presencia en línea, lo cual permitirá no solo incrementar la visibilidad de la marca, sino también captar nuevos segmentos de clientes. Además, es imperativo diseñar e implementar una estrategia de marketing integral que promueva de manera efectiva los productos y valores de la boutique.

Asimismo, la boutique debería establecer alianzas estratégicas con diseñadores locales, con el objetivo de ofrecer productos exclusivos que fortalezcan su propuesta de valor y atraigan a una base de clientes más amplia y diferenciada. En el ámbito operativo, es crucial optimizar los procesos logísticos para incrementar la eficiencia, reducir los costos operativos y garantizar una experiencia satisfactoria para los clientes.

Por último, STAR MONA BOUTIQUE debe monitorear de manera constante los cambios en la economía local y las tendencias de moda emergentes, permitiendo así ajustar oportunamente su estrategia empresarial y asegurar su capacidad de respuesta a las dinámicas del mercado. Estas acciones, ejecutadas de manera coherente y estratégica, posicionarán a la boutique como un actor relevante en su sector y potenciarán su crecimiento sostenible.

## **7.2. Resultados del objetivo 2**

Para lograr este objetivo, se abordó de manera sistemática a través de un estudio de mercado fundamentado en un enfoque cuantitativo. Este enfoque garantiza un análisis riguroso y estructurado, permitiendo recopilar datos relevantes y representativos sobre las preferencias y percepciones de los posibles clientes en la Comunidad Bellavista Alta, parroquia Tena.

La metodología aplicada incluyó el diseño de una encuesta con 10 preguntas cerradas, estructuradas bajo la escala de Likert. Este formato permitió evaluar con precisión el grado de aceptación y las necesidades del mercado en relación a las variables clave del estudio. La escala de Likert, al ofrecer 5 opciones de respuesta, asegura un rango de opiniones detalladas y matizadas, enriqueciendo la calidad de los datos recopilados.

Para garantizar la representatividad estadística, se utilizó una fórmula robusta basada en el criterio de un autor reconocido, resultando en una muestra de 380 personas encuestadas sobre una población total de 29,724 individuos. Este cálculo evidencia el rigor metodológico y asegura que los resultados obtenidos puedan extrapolarse al total de la población objetivo con un margen de error aceptable.

Los resultados del estudio se presentan de manera ordenada, con tablas, gráficos e interpretaciones detalladas para cada pregunta planteada. Esto no solo facilita la comprensión de los hallazgos, sino que también respalda la toma de decisiones informadas respecto a la viabilidad.

**Exposición de los datos de la encuesta aplicada a la muestra poblacional de 380 personas.**

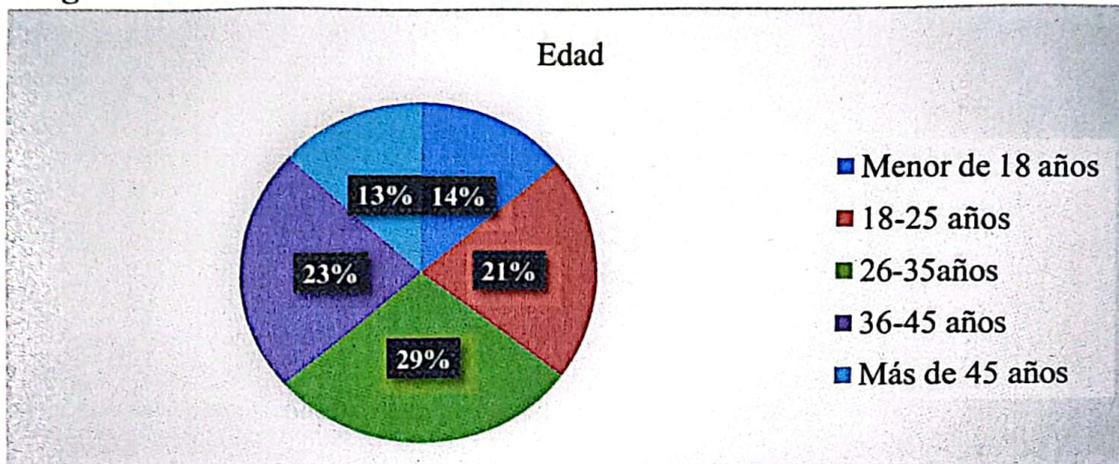
**Edad**

**Tabla 4.**  
*Rango de Edad.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Menor de 18 años	53	13.9%
18-25 años	81	21.3%
26-35 años	108	28.4%
36-45 años	88	23.2%
Más de 45 años	50	13.2%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 9.**  
*Rango de edad.*



Nota: Elaboración propia, adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 11 muestra que la mayoría de los encuestados (29%) tienen entre 26-35 años, destacándose como el grupo más numeroso y representativo de la población económicamente activa. Le sigue el grupo de 36-45 años (23%), considerado un segmento estable y con mayor capacidad adquisitiva. El rango de 18-25 años (21%) incluye una población joven con potencial como consumidores indirectos, mientras que los de 46-55 años (14%) y mayores de 55 años (13%) representan grupos más pequeños, pero con posibles.

## Género.

**Tabla 5.**

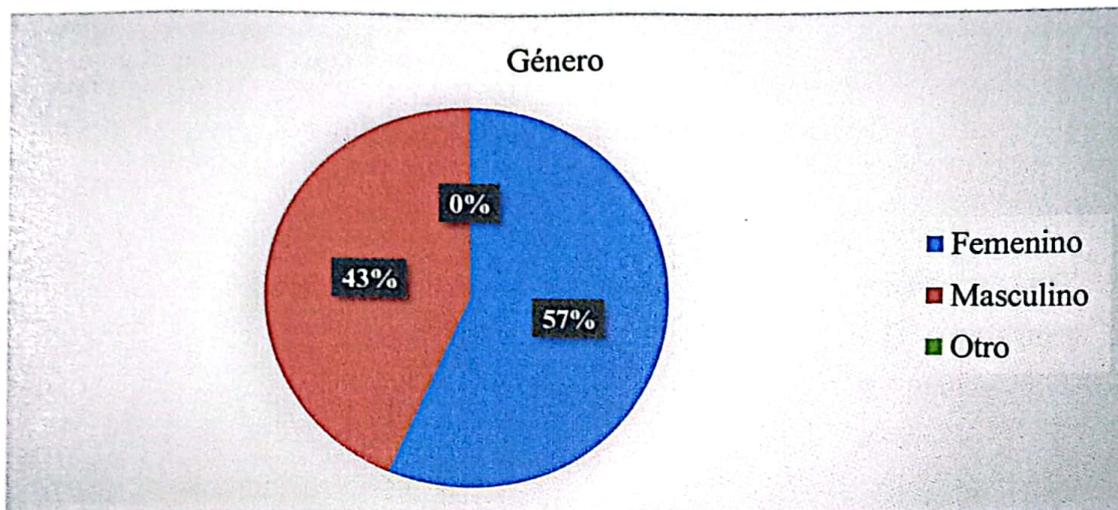
*Género.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Femenino	215	56.6%
Masculino	165	43.4%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 10.**

*Clasificación de género*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El análisis de los datos en el gráfico 12 permite observar una distribución de género que refleja una mayor participación femenina en la encuesta. Las mujeres representan el 57% de la muestra, lo que equivale a 215 personas, mientras que los hombres constituyen el 43%. Este resultado podría estar influenciado por diversos factores, como el interés diferencial entre géneros en el tema de la encuesta, la disponibilidad para participar, o incluso por un sesgo en la selección de la muestra. La predominancia femenina podría indicar un enfoque más inclinado hacia las experiencias y perspectivas de las mujeres.

## Con qué frecuencia compra ropa y accesorios.

**Tabla 6.**

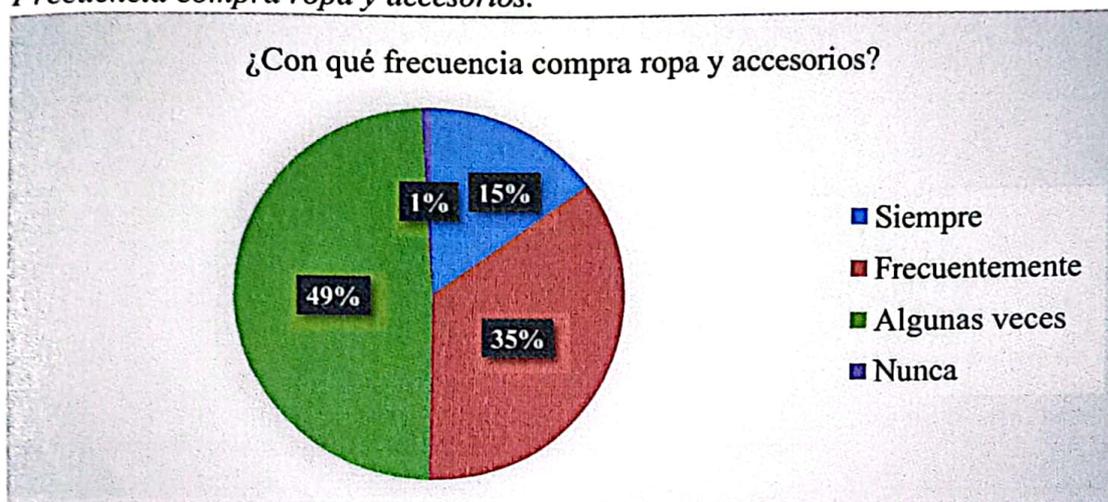
*Frecuencia de compras de ropa y accesorios.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Siempre	57	15%
Frecuentemente	134	35.3%
Algunas veces	186	48.9%
Nunca	3	0.8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 11.**

*Frecuencia compra ropa y accesorios.*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 13 muestra que el 49% de los encuestados compran ropa y accesorios ocasionalmente, probablemente influenciados por necesidades específicas o eventos. El 35% compra con frecuencia, lo que podría reflejar un estilo de vida orientado a la renovación del guardarropa o preferencias de moda. Un 15%, siempre adquiere estos productos, evidenciando un alto interés en tendencias o mayor capacidad económica. Por último, solo el 1%, nunca compra ropa y accesorios, posiblemente debido a la reutilización de prendas, desinterés en la moda o falta de necesidad económica.

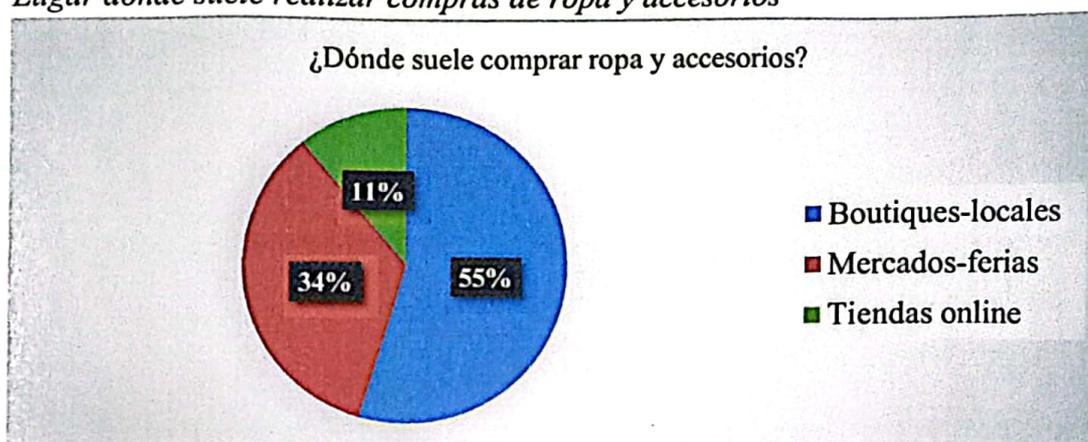
## Dónde suele comprar ropa y accesorios.

**Tabla 7.**  
*Lugar donde suele comprar ropa y accesorios.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Boutiques-locales	208	54.7%
Mercados-ferias	130	34.2%
Tiendas online	42	11.1%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por las autoras

**Gráfico 12.**  
*Lugar donde suele realizar compras de ropa y accesorios*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 14 refleja las preferencias de los consumidores respecto a los lugares donde adquieren ropa y accesorios. La mayoría (55%) opta por comprar en boutiques o locales físicos por la experiencia tradicional de compra, donde el cliente puede evaluar directamente la calidad de los productos, recibir atención personalizada y disfrutar de la inmediata adquisición del artículo, en el 34% elige realizar sus compras en mercados o ferias posiblemente por precios más accesibles y variedad de productos o la oportunidad de encontrar ofertas únicas. Finalmente, un 11% compra en tiendas online, reflejando la creciente digitalización y comodidad del comercio electrónico.

## Qué es más importante al comprar ropa y accesorios.

**Tabla 8.**

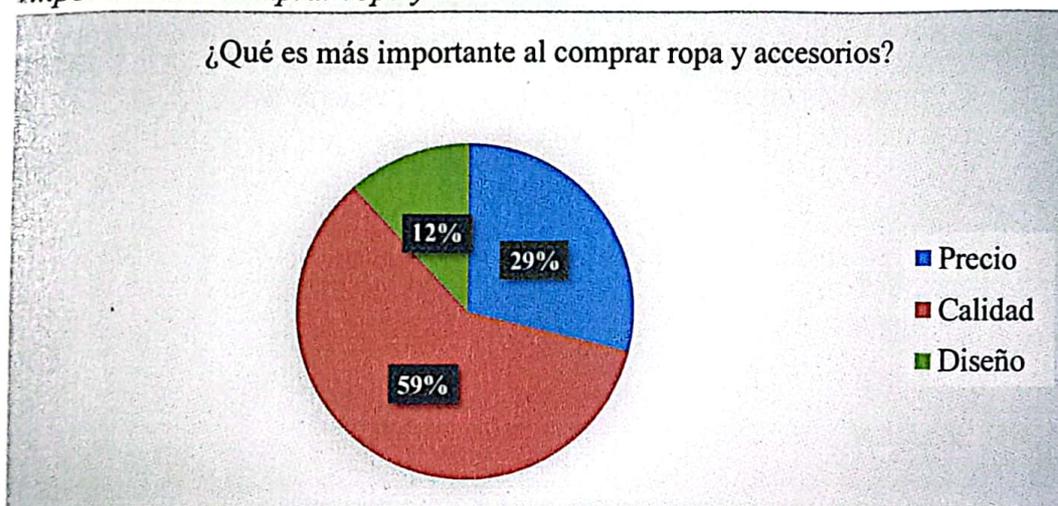
*Importancia al comprar ropa y accesorios.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Precio	110	28.9%
Calidad	225	59.2%
Diseño	45	11.8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 13.**

*Importancia al comprar ropa y accesorios*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 15 muestra que el 59% de los encuestados (225 personas) priorizan la calidad al comprar ropa y accesorios, destacando la importancia de la durabilidad y la confianza en los productos, lo que podría estar vinculado a un consumo más responsable. Un 29% (110 personas) considera el precio como factor principal, reflejando la búsqueda de una buena relación calidad-precio y la influencia de factores económicos. Finalmente, el 12% (45 personas) valora el diseño, evidenciando la relevancia de la estética y las tendencias de moda en sus decisiones.

**Cuánto suele gastar en una compra promedio de ropa y accesorios.**

**Tabla 9.**

*Valor al gastar en una compra promedio de ropa y accesorios.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Menos de \$ 20	45	11.8%
\$20-\$50	129	33.9%
\$50-\$100	123	32.4%
Más de \$100	83	21.8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 14.**

*Valor promedio de ropa y accesorios*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 16 revela que el 34% de los encuestados gastan entre 20 y 50 dólares en ropa y accesorios, reflejando un comportamiento de consumo intermedio. Un 32% gasta entre 50 y 100 dólares, lo que sugiere una inclinación hacia productos de mayor calidad, diseño o marca. El 22% invierte más de 100 dólares, probablemente en artículos de lujo o de diseñador, representando el tercer grupo más numeroso. Finalmente, el 12% gasta menos de 20 dólares, posiblemente debido a presupuestos ajustados a la preferencia por productos básicos y funcionales.

**Cuál sería tu preferencia respecto a la ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en Tena.**

**Tabla 10.**

*Ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en Tena*

ÍTEMES	FRECUENCIA	%
Centro de la ciudad	347	91.3%
Afuera de la ciudad	33	8.7%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 15.**

*Preferencia respecto a la ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA*



*Nota:* Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 17 revela una clara preferencia de la mayoría de los encuestados, ya que un 91% opina que la nueva sucursal Star Mona debería ubicarse en el centro de la ciudad del Tena. Este dato subraya la importancia de la accesibilidad y la proximidad en las decisiones comerciales, pues el centro de la ciudad es un lugar de alta concentración de personas y actividad económica, lo que probablemente aumentaría la visibilidad y el flujo de clientes potenciales. Por otro lado, el 9%, que prefiere una ubicación fuera de la ciudad sugiere una visión alternativa, quizás enfocada en una zona con menos congestión o más espacio disponible, pero con una menor cantidad de clientes potenciales.

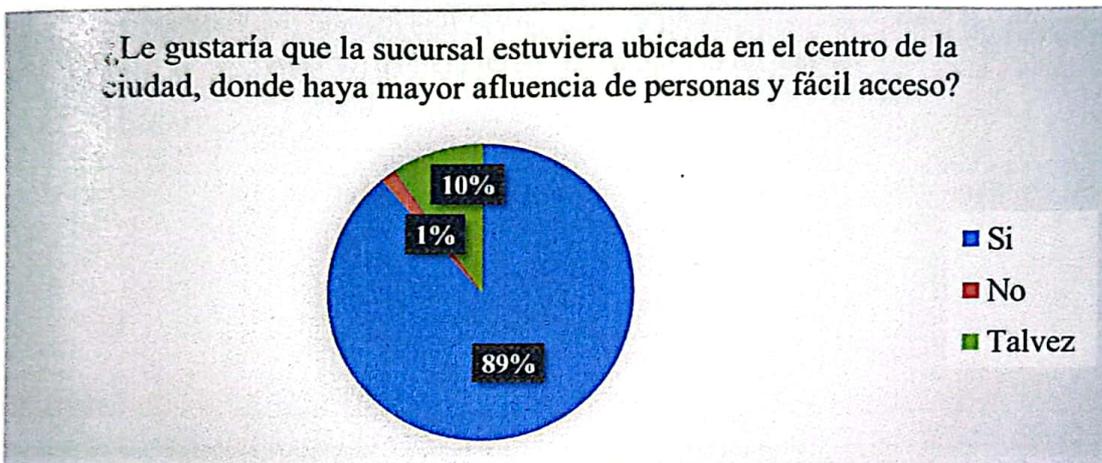
**Le gustaría que la sucursal estuviera ubicada en el centro de la ciudad, donde haya mayor afluencia de personas y fácil acceso**

**Tabla 11.**  
*Ubicación de la sucursal en el centro de la ciudad.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	337	88.7%
No	6	1.6%
Talvez	37	9.7%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 16.**  
*Ubicación de la sucursal en el centro de la ciudad del Tena.*



*Nota:* Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 18 indica que el 89% de los encuestados (337 personas) prefieren que la nueva sucursal se ubique en el centro de la ciudad, destacando la importancia de una ubicación accesible y de alta afluencia para maximizar la visibilidad y atraer más clientes. Un 10% (37 personas) muestra duda con la opción de "tal vez", mientras que solo el 1% (6 personas) considera inadecuada esta ubicación. En general, el centro de la ciudad se posiciona como la opción más favorable para el éxito de la sucursal.

**Está de acuerdo con la creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.**

**Tabla 12.**

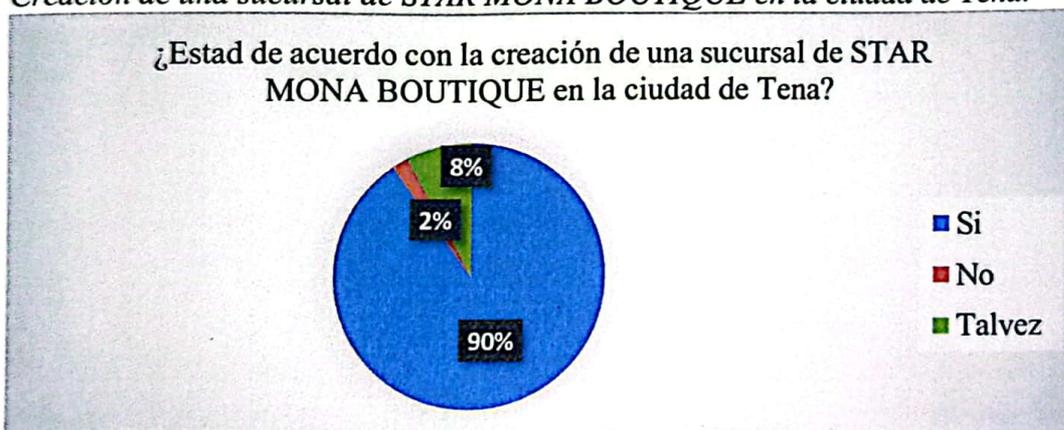
*Creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	343	90.3%
No	7	1.8%
Talvez	30	7.9%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 17.**

*Creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 19 refleja una gran aceptación de la idea de crear la sucursal Star Mona en la ciudad del Tena, con un 90% de los encuestados expresando su acuerdo con esta propuesta. La opción de "tal vez", que representa el 8%, podría interpretarse como una respuesta más cautelosa, tal vez influenciada por factores como la necesidad de más detalles o información sobre la ubicación, los horarios, o las características específicas, de la nueva sucursal. Por último, el 2% que se muestra en desacuerdo con la creación de la sucursal es un porcentaje mínimo, lo que indica que la mayoría está a favor de la idea.

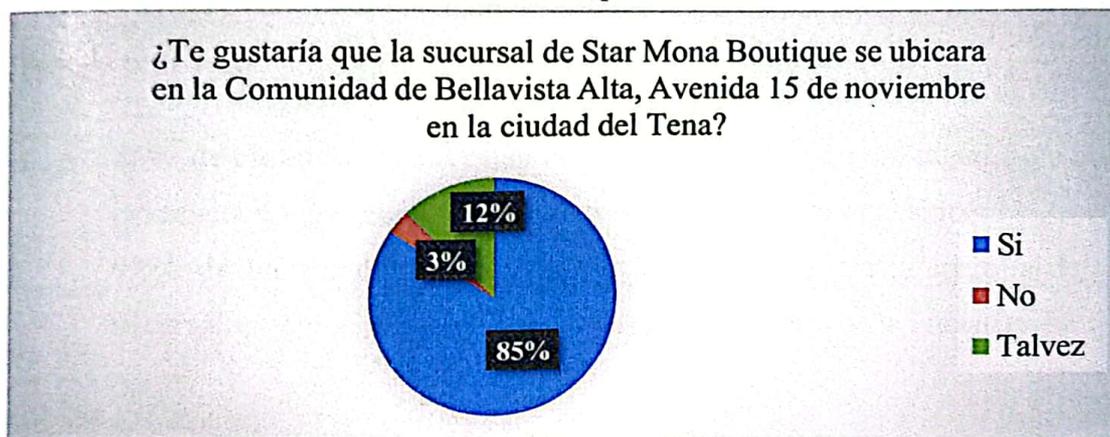
Te gustaría que la sucursal de Star Mona Boutique se ubicara en la Comunidad de Bellavista Alta, Avenida 15 de noviembre en la ciudad del Tena.

**Tabla 13.**  
*Ubicación de la sucursal Star Mona Boutique*

ÍTEMS	FRECUENCIA	%
Si	321	84.5%
No	12	3.2%
Talvez	47	12.4%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Gráfico 18.**  
*Ubicación de la sucursal Star Mona Boutique*



Nota: Elaboración propia. Adaptación de datos obtenidos de la encuesta realizada.

**Interpretación:** El gráfico 20 destaca una marcada preferencia por la ubicación de la nueva sucursal en la Comunidad de Bellavista Alta, específicamente en la Avenida 15 de noviembre en la ciudad del Tena. Un 85% de los encuestados están de acuerdo con esta ubicación, lo que refleja un consenso significativo sobre la idoneidad de este lugar. Por otro lado, el 12% que responde "tal vez" podría representar una postura de indecisión, posiblemente influenciada por otras preferencias personales. Finalmente, solo un 3% se opone a esta ubicación, lo que indica que el desacuerdo es mínimo.

**Resultado final:** El análisis realizado para evaluar la viabilidad comercial de la apertura de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena, específicamente en el barrio Bellavista Alta, Av. 15 de noviembre, demuestra resultados concluyentes y altamente favorables para la implementación del proyecto.

El estudio de mercado, diseñado bajo una metodología cuantitativa rigurosa y respaldado por el uso de encuestas estructuradas en escala de Likert, permitió recopilar datos representativos y confiables. La participación de 380 personas, seleccionadas mediante una fórmula estadística robusta, asegura que las conclusiones obtenidas sean extrapolables al total de la población objetivo. Los resultados clave del estudio revelan un notable respaldo por parte de los habitantes hacia la propuesta:

- **85% de los encuestados** están de acuerdo con la ubicación sugerida, lo que evidencia un consenso significativo sobre la idoneidad del sitio.
- **90% de los participantes** expresaron su acuerdo con la apertura de la sucursal en Tena, consolidando la aceptación general de la iniciativa.

Además, los porcentajes mínimos de indecisión (**12% y 8%**) y desacuerdo (**3% y 2%**) sugieren que las barreras o dudas existentes son limitadas y podrían abordarse mediante estrategias adicionales, como campañas de promoción que destaquen los beneficios de la boutique, su propuesta de valor y su compromiso con el barrio local. En conjunto, estos resultados no solo demuestran la viabilidad comercial del proyecto, sino que también subrayan una oportunidad única de atender un mercado que muestra interés activo y predisposición positiva hacia la iniciativa. Se concluye, por tanto, que la apertura de la sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena no solo es viable desde una perspectiva comercial, sino que también se alinea con las expectativas y necesidades de la población, constituyendo una decisión empresarial estratégica y prometedora.

### 7.3 Resultados del Objetivo 3

El análisis técnico se centra en realizar un estudio financiero, la cual está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que conlleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre operativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo.

De forma más específica el desarrollo del estudio técnico parte un análisis económico, la cual ayuda a establecer los costos fijo y costos variables que la empresa requiere para iniciar la actividad economía, posteriormente se realiza el proceso de inversión inicial, en donde se detalla los activos corrientes y no corrientes, una vez se determine la inversión requerida se desarrolla un plan de financiamiento en donde se establece el margen de crédito externo que necesita el emprendimiento, posteriormente se detalla la cantidad de mercadería y se establece el costo de mercadería y el precio de venta público de los productos que comercializará la empresa, una vez se tenga detallado los ingresos se proyecta a 5 años utilizando el método de proyección de incremento absoluto para posteriormente desarrollar los estados financieros, los cuales serán de gran utilidad en la determinación de la rentabilidad que tendrá la empresa en una línea de tiempo determinado, finalmente se desarrollara el estado de flujo de efectivo tomando en consideración los ingresos, costos totales, gasto de inversión, depreciación entre otros, esto dará paso a que se calcule el flujo neto descontado y se pueda establecer la viabilidad en términos económicos de la actividad económica analizada.



**INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO TENA**  
Tecnología, Innovación y Desarrollo



**ADMINISTRACIÓN**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA  
CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA " BOUTIQUE, EN LA CIUDAD  
DE TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

**Autoras:**

Cevallos Urbina Mariuxi Dhayan

Merino Jimenez Mariuxi Irene

*Tena - Ecuador*

**2025**

## ÍNDICE DEL INFORME FINANCIERO

<b>Portada</b> .....	<b>65</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>68</b>
<b>Visión</b> .....	<b>68</b>
<b>Misión</b> .....	<b>68</b>
<b>Valores corporativos</b> .....	<b>69</b>
Respeto .....	69
Calidad .....	69
Innovación .....	69
Trabajo en Equipo.....	69
Responsabilidad Social .....	70
<b>Objetivos</b> .....	<b>70</b>
<b>Desarrollo</b> .....	<b>71</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>85</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>86</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 14. Detalle de inventario de mercadería .....	71
Tabla 15. Servicios Básicos.....	72
Tabla 16. Suministro de limpieza .....	72
Tabla 17. Materiales de oficina .....	73
Tabla 18. Depreciaciones muebles y enseres .....	73
Tabla 19. Depreciación equipo de computo .....	74
Tabla 20. Gasto de venta .....	74
Tabla 21. Costos fijos totales .....	75
Tabla 22. Rol de pagos .....	75
Tabla 23. Costos variable totales.....	76
Tabla 24. Plan económico de inversión.....	76
Tabla 25. Estado de situación inicial.....	77

Tabla 26. Plan de financiamiento externo .....	77
Tabla 27. Datos de la actividad crediticia.....	78
Tabla 28. Tabla de amortización .....	78
Tabla 29. Tabla de amortización método francés.....	80
Tabla 30. Proyección de ingresos por venta cuatrimestral .....	80
Tabla 31. Proyección de ingresos anuales.....	80
Tabla 32. Balance general proyectado.....	81
Tabla 33. Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	82
Tabla 34. Flujo de efectivo neto.....	83
Tabla 35. Indicadores de proyecto.....	84

## **Introducción**

En un contexto de inestabilidad económica que atraviesa el País en la actualidad, y pese a los distintos factores que incide en el desarrollo de nación, nace la idea de expandir un local comercial en la provincia de Napo del cantón Tena, es por ello que se realiza un estudio financiero y económico para medir la factibilidad técnica en la creación de una sucursal del local comercial denominado "STAR MONA " BOUTIQUE, el estudio financiero establece el monto de la inversión necesaria para iniciar con la idea de negocio y además determina el retorno de la inversión (TIR), en base al flujo de dinero presente y futuro que la empresa desarrolla dentro de su actividad económica.

## **Visión**

Ser una empresa innovadora que ofrece ropa a la moda de la mejor calidad, conformidad y moderna para todos nuestros clientes.

## **Misión**

Somos una empresa de vestimenta con líneas de negocio diversificadas y verticalmente integrada. Trabajamos para satisfacer los estándares de calidad de nuestros clientes, basados en capacidad innovadora, flexibilidad y vocación de servicio, a través de productos diferenciados.

## Valores

*Nuestra empresa se argumenta con su accionar en función a diferentes valores que se detalla a continuación:*

### Respeto

Respetamos y valoramos a todos los valores personales, por ello cumplimos con las normativas internas y velando por el buen clima laboral

### Calidad

Buscamos la calidad integral de nuestros colaboradores, procesos y productos, de acuerdo a las actuales exigencias del mercado y la globalización

### Innovación

Estamos predispuesto a los cambios, buscamos la mejora continua y diferenciación competitiva a partir de la investigación, análisis y creatividad

### Trabajo en Equipo

Ponemos a disposición del equipo nuestra confianza, talentos y entusiasmo para alcanzar los objetivos comunes con resultados superiores

## Responsabilidad Social

Estamos comprometidos con el uso racional y responsable de los recursos, comercializando productos que mejoren la calidad de vida de nuestros colaboradores, clientes, sociedad y el cuidado del medio ambiente, a través del crecimiento económico y competitividad de nuestra empresa

## Objetivos

- Enlistar los inventarios de mercadería y calcular el costo de comercialización de los productos de "STAR MONA BOUTIQUE"
- Realizar un análisis de costeo para determinar los costos fijos y variables de la empresa "STAR MONA " BOUTIQUE
- Desarrollar un estudio económico y financiero para determinar la viabilidad técnica de la empresa "STAR MONA BOUTIQUE".

## Desarrollo

**Tabla 14.**  
*Detalle de inventario de mercadería*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	TOTAL, COSTOS
SANDALIAS	50	UNIDADES	\$3,50	\$175,00
BLUSAS CROP TOP 2,5	40	UNIDADES	\$2,50	\$100,00
BLUSAS POLO	45	UNIDADES	\$7,50	\$337,50
TOP DEPORTIVO	80	UNIDADES	\$3,50	\$280,00
BUZOS DE DAMA	40	UNIDADES	\$4,00	\$160,00
GORRAS SINTÉTICA	60	UNIDADES	\$3,50	\$210,00
GORRAS ALGODÓN	60	UNIDADES	\$3,00	\$180,00
GORRAS ECONÓMICAS	100	UNIDADES	\$2,50	\$250,00
SHORES AMERICANOS	50	UNIDADES	\$3,50	\$175,00
SHORTS JEAN	30	UNIDADES	\$6,00	\$180,00
PANTALONETAS SUBLIMADAS	80	UNIDADES	\$2,50	\$200,00
PANTALONETAS PLAYERAS	40	UNIDADES	\$2,50	\$100,00
PANTALONETAS RÉPLICAS	20	UNIDADES	\$4,00	\$80,00
SHORT NAUTICA HOMBRE	36	UNIDADES	\$8,00	\$288,00
BERMUDA JEAN RASGADA	40	UNIDADES	\$8,00	\$320,00
BERMUDA JEAN LLANA	40	UNIDADES	\$7,50	\$300,00
PANTALÓN JEAN DAMA	50	UNIDADES	\$9,00	\$450,00
PANTALÓN LICRA DE DAMA	40	UNIDADES	\$5,50	\$220,00
PANTALÓN JEAN EN A LICAS DE DAMA	60	UNIDADES	\$10,50	\$630,00
PANTALÓN CARGO HOMBRE	50	UNIDADES	\$12,00	\$600,00
PANTALÓN JEAN RÉPLICA HOMBRE	50	UNIDADES	\$10,00	\$500,00
PANTALÓN JEAN ECONÓMICO HOMBRE	50	UNIDADES	\$7,50	\$375,00
PANTALÓN GABARDINA HOMBRE	50	UNIDADES	\$9,00	\$450,00
CAMISETA ECONÓMICA	70	UNIDADES	\$2,50	\$175,00
CAMISETA LLANA HOMBRE	70	UNIDADES	\$5,00	\$350,00
CAMISETA POLO HOMBRE	70	UNIDADES	\$7,50	\$525,00
CAMISA MANGA CORTA ESTAMPADA HOMBRE	45	UNIDADES	\$8,00	\$360,00
BUZO DE HOMBRE ALGODÓN	45	UNIDADES	\$3,50	\$157,50
CAMISETA ESTAMPADA GRANDE	45	UNIDADES	\$6,00	\$270,00
VESTIDOS ALICRADOS	60	UNIDADES	\$6,00	\$360,00
LICRAS CORTAS	70	UNIDADES	\$2,50	\$175,00
INTERIOR DAMA	60	UNIDADES	\$1,00	\$60,00
INTERIOR DAMA ALICRADO	50	UNIDADES	\$1,50	\$75,00
BOXER ECONÓMICO	60	UNIDADES	\$1,50	\$90,00
BOXER TALLAS PLUS	60	UNIDADES	\$3,00	\$180,00
MEDIAS	100	PARES	\$0,50	\$50,00
MEDIAS LARGAS MARCAS	100	PARES	\$1,00	\$100,00
BRASIER DAMA COPA A	100	UNIDADES	\$3,00	\$300,00
BRASIER DAMA COPA B	50	UNIDADES	\$3,50	\$175,00
BRASIER DAMA COPA C	50	UNIDADES	\$4,00	\$200,00
<b>TOTAL, INVENTARIO DE MATERIALES</b>	<b>2286</b>			<b>\$10.223,00</b>

La tabla 14 detalla el inventario de mercadería inicial para el desarrollo de la actividad económica, además se establece el costo unitario de comercialización y el costo total de inventarios que asciende a \$10.223,00 dólares americanos.

A continuación, se detallan los costos y gastos totales para la puesta en marcha de la empresa "STAR MONA " BOUTIQUE.

**Tabla 15.**  
*Servicios Básicos*

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Energía eléctrica	Kw-h	1	\$20,00	\$20,00
Teléfono - Internet	Minuto	1	\$30,00	\$30,00
Agua	m3	1	\$10,00	\$10,00
<b>Total, servicios básicos</b>				<b>\$60,00</b>

En la tabla 15 se enlista el gasto de servicios básicos, en donde se detalla el valor unitario y se multiplica por la cantidad de meses que se requiere el servicio, el valor total de servicios básicos es de \$60,00 dólares americanos.

**Tabla 16.**  
*Suministro de limpieza*

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escobas	Individual	2	\$2,50	\$5,00
Desinfectante piso	Galón	1	\$2,50	\$2,50
Detergente	Funda	1	\$3,00	\$3,00
Basureros	Individual	1	\$6,00	\$6,00
Toallas de manos	Paquetes	3	\$1,00	\$3,00
Trapeador	Individual	2	\$2,30	\$4,60
Jabón líquido	Galón	1	\$1,50	\$1,50
Papel higiénico	Paquetes	2	\$2,50	\$5,00
Fundas de basura	Rollo	5	\$2,00	\$10,00
Limpia vidrios	Galón	1	\$5,00	\$5,00
Cuaderno	Individual	2	\$2,20	\$4,40
Alcohol	Galón	1	\$4,00	\$4,00
Cloro en pepa	Libra	1	\$2,00	\$2,00
Guantes	Individual	2	\$2,50	\$5,00
Ambiental líquido	Individual	1	\$5,00	\$5,00
Dispensador de agua	Galón	1	\$2,50	\$2,50
<b>Total, suministros de materiales y limpieza</b>				<b>\$68,50</b>

La tabla 16 muestra los suministros de limpieza que la empresa requiere, los cuales ascienden a un valor de \$68,50 dólares americanos.

**Tabla 17.**  
*Materiales de oficina*

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Esferos	Individual	2	\$0,40	\$0,80
Papel Bond	Paquete	1	\$4,50	\$4,50
Grapas	Caja	1	\$1,00	\$1,00
Tinta de impresora	Frascos	1	\$15,00	\$15,00
Regla	Individual	1	\$0,50	\$0,50
Portador de cinta	Individual	1	\$2,00	\$2,00
Cinta Scotch	Individual	2	\$0,75	\$1,50
Estilete	Individual	1	\$1,00	\$1,00
Clips	Individual	2	\$0,50	\$1,00
Carpetas	Individual	3	\$0,50	\$1,50
Goma	Individual	1	\$0,75	\$0,75
<b>Total, suministro de oficina</b>				<b>\$29,55</b>

En la tabla 17 se evidencia los materiales de oficina necesarios que la empresa requiere para iniciar sus actividades, el valor total de suministros y materiales es de \$29,55 dólares americano.

**Tabla 18.**  
*Depreciaciones muebles y enseres*

Descripción	Costo total	Valor Residual	Depreciación acumulada	Depreciación
		10%		
Estantería de Acero Inoxidable	\$2.000,00	\$200,00	\$180,00	\$15,00
Lockers Metálicos	\$1.800,00	\$180,00	\$162,00	\$13,50
Vitrinas Grande	\$400,00	\$40,00	\$36,00	\$3,00
Archivadores	\$80,00	\$8,00	\$7,20	\$0,60
Silla ejecutiva	\$150,00	\$15,00	\$13,50	\$1,13
Escritorio	\$160,00	\$16,00	\$14,40	\$1,20
Rótulo	\$1.000,00	\$100,00	\$90,00	\$7,50
Maniquís	\$360,00	\$36,00	\$32,40	\$2,70
Espejo	\$300,00	\$30,00	\$27,00	\$2,25
<b>Total</b>	<b>\$6.250,00</b>	<b>\$625,00</b>	<b>\$562,50</b>	<b>\$46,88</b>

La tabla 18 detalla la depreciación de muebles y enseres, los cuales fueron calculados bajo método de línea recta, tomando en consideración los años de vida

útil de cada activo, dando un valor total de depreciación acumulada de \$46,88 dólares americanos.

**Tabla 19.**

*Depreciación equipo de computo*

Descripción	Valor de costo	Valor Residual	Depreciación acumulada	Depreciación
		33%		
Equipo de cómputo Procesador core I7	\$1.250,00	\$412,50	\$279,17	\$23,26
Impresora (EPSON Tm-t20)	\$500,00	\$165,00	\$111,67	\$9,31
<b>Total</b>	<b>\$1.750,00</b>	<b>\$577,50</b>	<b>\$390,83</b>	<b>\$32,57</b>
<b>Total, Depreciación Activos Fijos</b>				<b>\$79,44</b>

En la tabla 19 se muestra la depreciación relacionada a los equipos de cómputo, para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta que evidencia el margen de depreciación y los años de vida útil del activo, generando así un valor depreciable de \$32,57 dólares americanos, también se establece el total activos fijos depreciables que ascienden a un valor de \$79,44.

**Tabla 20.**

*Gasto de venta*

RUBRO	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Gastos que representan desembolso:</b>				
Costos y Promociones	Valor monetario	1	\$10,00	\$10,00
Publicidad sobre ventas (redes sociales)	Valor monetario	1	\$15,00	\$15,00
<b>Total, de Gastos de Ventas</b>				<b>\$25,00</b>

La tabla 20 detalla los gastos de venta necesarios para iniciar con el desarrollo de la actividad económica, el valor total de gastos de venta es de \$25,00 dólares americanos.

**Tabla 21.**  
*Costos fijos totales*

Rubros	Valor mensual	Valor anual
Servicios básicos	\$60,00	\$720,00
Suministros de materiales y limpieza	\$68,50	\$822,00
Suministro de oficina	\$29,55	\$354,60
Promoción, publicidad y propaganda	\$25,00	\$300,00
Depreciación	\$79,44	\$953,33
Arriendo del local	\$400,00	\$4.800,00
<b>Total, costos fijos</b>	<b>\$662,49</b>	<b>\$7.949,93</b>

En la tabla 21 se detalla todos costos fijos necesarios para la puesta en marcha de la actividad económica, donde se puede apreciar que el valor total de costos fijos mensuales es de \$662,49 dólares americanos y el costo anual representa un valor de \$7.949,93 dólares americanos.

A continuación, se muestran los costos y gastos variables que la empresa mantendrá para el inicio de sus actividades.

**Tabla 22.**  
*Rol de pagos*

DENOMINACIÓN	RMU	A. PATRONAL	A. PERSONAL
		11,15%	9,45%
Propietaria	500	\$55,75	\$47,25
Trabajador 1	470	\$52,41	\$44,42
	<b>\$970,00</b>	<b>\$108,16</b>	<b>\$91,67</b>

BENEFICIOS DE LEY			TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
XIII	XIV	FONDOS RESERVA		
\$41,67	\$39,17	\$41,67	\$678,25	\$ 8.138,98
\$39,17	\$39,17	\$39,17	\$639,90	\$ 7.678,84
<b>\$80,83</b>	<b>\$78,33</b>	<b>\$80,83</b>	<b>\$1.318,15</b>	<b>\$15.817,82</b>

La tabla 22 muestra el rol de pagos de los trabajadores que laboran dentro de la empresa, teniendo un salario competitivo dentro del mercado actual, donde el valor de gastos en sueldos y salarios es de \$1.318,15 y el valor anual es de \$15.817,82 dólares americanos.

**Tabla 23.**  
*Costos variable totales*

Rubros	Valor	Valor anual
Inventario de mercadería	\$10.223,00	\$30.669,00
Gastos de venta	\$639,00	\$7.678,84
Otros gastos	\$200,00	\$2.400,00
<b>Total, costos variables</b>	<b>\$11.062,00</b>	<b>\$40.747,84</b>

La tabla 23 evidencia los costos variables que son considerados para la puesta en marcha de la sucursal, entre ellos se puede encontrar el inventario de mercadería que asciende a un valor cuatrimestral de \$10.223,00 dólares americanos y un valor anual de \$30.669,00 dólares americanos, por otro lado, también se detalla el costo de sueldos y salarios del personal de ventas que representan un valor mensual de \$639,00 dólares americanos y un costo anual de \$7.678,84 dólares americanos, finalmente se detalla otros costos que anualmente representan un valor de \$2.400,00 dólares americanos.

**Tabla 24.**  
*Plan económico de inversión*

Q	DESCRIPCIÓN	VALOR UNI.	TOTAL	DEPRECIACIÓN	VALOR DE RESCATE
1	Equipo de cómputo Procesador Core I7	\$1.250,00	\$1.250,00	\$279,17	\$25,00
1	Impresora (EPSON Tm-t20)	\$500,00	\$500,00	\$111,67	\$10,00
2	Estantería de Acero Inoxidable	1.000,00	\$2.000,00	\$180,00	\$40,00
3	Lockers Metálicos	600,00	\$1.800,00	\$162,00	\$36,00
1	Vitrina Grande	400,00	\$400,00	\$36,00	\$8,00
1	Archivador	80,00	\$80,00	\$7,20	\$1,60
1	Silla ejecutiva	150,00	\$150,00	\$13,50	\$3,00
1	Escritorio	160,00	\$160,00	\$14,40	\$3,20
5	Rótulos	200,00	\$1.000,00	\$90,00	\$20,00
6	Maniquís	60,00	\$360,00	\$32,40	\$7,20
3	Espejos	100,00	\$300,00	\$27,00	\$6,00
1	Gastos de constitución	\$200,00	\$200,00	\$0,00	\$0,00
1	Registros y licencias	\$100,00	\$200,00	\$0,00	\$0,00
1	Promoción y Publicidad	\$25,00	\$25,00	\$0,00	\$0,00
1	Capital de trabajo	\$10.723,00	\$10.723,00	\$0,00	\$0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$15.548,00</b>	<b>\$19.048,00</b>	<b>\$953,33</b>	<b>\$160,00</b>

En la tabla 24 se evidencia el plan económico e inversión financiera, en él se detalla los activos necesarios para el inicio de actividades, donde el valor total de inversión es de \$15.548,00 dólares americanos, con un valor de rescate de \$160,00 dólares americanos.

**Tabla 25.**  
*Estado de situación inicial*

<b>STAR MONA BOUTIQUE</b>		
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>		
<b>AL 01 DE ENERO 2025</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVOS CTE</b>		<b>\$10.723,00</b>
Efectivo & Equivalente de efectivo	\$500,00	
Inv. De Mercadería	\$10.223,00	
<b>ACTIVOS NO CTE</b>		<b>\$8.325,00</b>
Equipo de computación	\$1.750,00	
Muebles y enseres	\$6.250,00	
Intangibles	\$325,00	
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>		<b><u>\$19.048,00</u></b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>PASIVO CTE</b>		<b>\$0,00</b>
<b>PASIVO NO CTE</b>		<b>\$18.548,00</b>
Préstamo Por Pagar	\$18.548,00	
<b>TOTAL, PASIVOS</b>		<b>\$18.548,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	\$500,00	
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>\$500,00</b>	
<b>TOTAL, PASIVOS + CAPITAL</b>		<b><u>\$19.048,00</u></b>

La tabla 25 muestra el estado de situación financiera inicial de Star Mona, reflejando en los activos un valor de \$19.048.00 y patrimonio de \$5000,00 esto implica una alta dependencia del crédito y bajo capital propio.

**Tabla 26.**  
*Plan de financiamiento externo*

Rubros	Valor (\$)	Porcentaje (%)
<b>I. Inversiones</b>		
Activo Fijo	\$8.000,00	42%
Otros Activos	\$11.048,00	58%
<b>TOTAL</b>	<b>\$19.048,00</b>	<b>1,00</b>
<b>II. Financiamiento</b>		
Recursos	\$500,00	2,62%
Préstamo	\$18.548,00	97,38%
<b>TOTAL</b>	<b>\$19.048,00</b>	<b>100%</b>

La tabla 26 muestra el valor de inversión necesarios para iniciar con la apertura del local comercial, donde el valor total de activos fijos que se requiere es de \$8.000,00 dólares americanos que representa un margen porcentual de 42%, por otro lado el costo de los activos es de \$ 11.048,00 con un valor porcentual de 58%, también se detalla el financiamiento externo que requiere la puesta en marcha del negocio, donde el crédito que se requiere es de \$18.548,00 que representa el 97.39% de la inversión.

**Tabla 27.**  
*Datos de la actividad crediticia*

Tasa de Interés Anual	15,45%
Tasa de Interés Mensual	1,29%
Préstamo	\$18.548,00
N (años)	5
M (Capitalización)	12
Periodos n*m NPER	60
Pago	\$ 445,65

En la tabla 27 se muestra los datos del financiamiento externo que se requiere realizar en la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco Ltda., dentro de los datos más representativos se evidencia la tasa de interés anual del 15,45% y una tasa de interés mensual de 1,29% y un pago mensual de \$459,02 dólares americanos.

**Tabla 28.**  
*Tabla de amortización*

No.	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
0				\$ 18.548,00
1	\$ 206,84	\$ 238,81	\$ 445,65	\$ 18.341,16
2	\$ 209,51	\$ 236,14	\$ 445,65	\$ 18.131,65
3	\$ 212,20	\$ 233,44	\$ 445,65	\$ 17.919,45
4	\$ 214,94	\$ 230,71	\$ 445,65	\$ 17.704,51
5	\$ 217,70	\$ 227,95	\$ 445,65	\$ 17.486,81
6	\$ 220,51	\$ 225,14	\$ 445,65	\$ 17.266,30
7	\$ 223,35	\$ 222,30	\$ 445,65	\$ 17.042,95
8	\$ 226,22	\$ 219,43	\$ 445,65	\$ 16.816,73
9	\$ 229,13	\$ 216,52	\$ 445,65	\$ 16.587,60
10	\$ 232,08	\$ 213,57	\$ 445,65	\$ 16.355,52
11	\$ 235,07	\$ 210,58	\$ 445,65	\$ 16.120,45
12	\$ 238,10	\$ 207,55	\$ 445,65	\$ 15.882,35
13	\$ 241,16	\$ 204,49	\$ 445,65	\$ 15.641,18
14	\$ 244,27	\$ 201,38	\$ 445,65	\$ 15.396,91
15	\$ 247,41	\$ 198,24	\$ 445,65	\$ 15.149,50

16	\$ 250,60	\$ 195,05	\$ 445,65	\$ 14.898,90
17	\$ 253,83	\$ 191,82	\$ 445,65	\$ 14.645,08
18	\$ 257,09	\$ 188,56	\$ 445,65	\$ 14.387,98
19	\$ 260,40	\$ 185,25	\$ 445,65	\$ 14.127,58
20	\$ 263,76	\$ 181,89	\$ 445,65	\$ 13.863,82
21	\$ 267,15	\$ 178,50	\$ 445,65	\$ 13.596,67
22	\$ 270,59	\$ 175,06	\$ 445,65	\$ 13.326,08
23	\$ 274,08	\$ 171,57	\$ 445,65	\$ 13.052,00
24	\$ 277,60	\$ 168,04	\$ 445,65	\$ 12.774,40
25	\$ 281,18	\$ 164,47	\$ 445,65	\$ 12.493,22
26	\$ 284,80	\$ 160,85	\$ 445,65	\$ 12.208,42
27	\$ 288,47	\$ 157,18	\$ 445,65	\$ 11.919,96
28	\$ 292,18	\$ 153,47	\$ 445,65	\$ 11.627,78
29	\$ 295,94	\$ 149,71	\$ 445,65	\$ 11.331,83
30	\$ 299,75	\$ 145,90	\$ 445,65	\$ 11.032,08
31	\$ 303,61	\$ 142,04	\$ 445,65	\$ 10.728,47
32	\$ 307,52	\$ 138,13	\$ 445,65	\$ 10.420,95
33	\$ 311,48	\$ 134,17	\$ 445,65	\$ 10.109,47
34	\$ 315,49	\$ 130,16	\$ 445,65	\$ 9.793,98
35	\$ 319,55	\$ 126,10	\$ 445,65	\$ 9.474,43
36	\$ 323,67	\$ 121,98	\$ 445,65	\$ 9.150,77
37	\$ 327,83	\$ 117,82	\$ 445,65	\$ 8.822,93
38	\$ 332,05	\$ 113,60	\$ 445,65	\$ 8.490,88
39	\$ 336,33	\$ 109,32	\$ 445,65	\$ 8.154,55
40	\$ 340,66	\$ 104,99	\$ 445,65	\$ 7.813,89
41	\$ 345,05	\$ 100,60	\$ 445,65	\$ 7.468,85
42	\$ 349,49	\$ 96,16	\$ 445,65	\$ 7.119,36
43	\$ 353,99	\$ 91,66	\$ 445,65	\$ 6.765,37
44	\$ 358,54	\$ 87,10	\$ 445,65	\$ 6.406,83
45	\$ 363,16	\$ 82,49	\$ 445,65	\$ 6.043,67
46	\$ 367,84	\$ 77,81	\$ 445,65	\$ 5.675,83
47	\$ 372,57	\$ 73,08	\$ 445,65	\$ 5.303,26
48	\$ 377,37	\$ 68,28	\$ 445,65	\$ 4.925,89
49	\$ 382,23	\$ 63,42	\$ 445,65	\$ 4.543,66
50	\$ 387,15	\$ 58,50	\$ 445,65	\$ 4.156,51
51	\$ 392,13	\$ 53,52	\$ 445,65	\$ 3.764,38
52	\$ 397,18	\$ 48,47	\$ 445,65	\$ 3.367,19
53	\$ 402,30	\$ 43,35	\$ 445,65	\$ 2.964,90
54	\$ 407,48	\$ 38,17	\$ 445,65	\$ 2.557,42
55	\$ 412,72	\$ 32,93	\$ 445,65	\$ 2.144,70
56	\$ 418,04	\$ 27,61	\$ 445,65	\$ 1.726,66
57	\$ 423,42	\$ 22,23	\$ 445,65	\$ 1.303,25
58	\$ 428,87	\$ 16,78	\$ 445,65	\$ 874,38
59	\$ 434,39	\$ 11,26	\$ 445,65	\$ 439,98
60	\$ 439,98	\$ 5,66	\$ 445,65	\$ 0,00

La tabla 28 muestra el modelo amortización mensual que se pagará dentro de un periodo de tiempo de 60 meses correspondiente a 5 años plazo, donde se pagará cuotas fijas de \$445,65 dólares americanos con una tasa activa correspondiente a las instituciones financieras de 15,45% anual.

**Tabla 29.***Tabla de amortización método francés*

No.	CAPITAL	INTERÉS	PAGO	SALDO
0				\$ 18.548,00
1	\$ 2.726,56	\$ 2.866	\$ 5.592,23	\$ 15.821,44
2	\$ 3.147,81	\$ 2.444	\$ 5.592,23	\$ 12.673,63
3	\$ 3.634,15	\$ 1.958	\$ 5.592,23	\$ 9.039,48
4	\$ 4.195,63	\$ 1.397	\$ 5.592,23	\$ 4.843,85
5	\$ 4.843,85	\$ 748	\$ 5.592,23	\$ -

La tabla 29 muestra el modelo de amortización bajo el método francés en donde se detalla el capital, interés, y pago anual que la empresa realizará durante 5 años, generando un pago anual de \$5.592,23 dólares americanos.

**Tabla 30.***Proyección de ingresos por venta cuatrimestral*

Concepto	Costo total	M. Utilidad	Valor total
Inv. de mercadería I Cuatrimestre	\$10.223,00	100%	\$20.446,00
Inv. de mercadería II Cuatrimestre	\$10.223,00	100%	\$20.446,00
Inv. de mercadería III Cuatrimestre	\$10.223,00	100%	\$20.446,00
<b>Total</b>	<b>\$30.669,00</b>		<b>\$61.338,00</b>

En la tabla 30 de se muestra el ingreso cuatrimestral de inventario de mercadería, esto quiere decir que la empresa cada cuatro meses realizará pedidos de mercadería, generando un costo que asciende a \$30.669,00 dólares americanos, del costo total el margen de utilidad esperado es de 100%, determinado un ingreso anual de \$61.338,00 dólares americanos.

**Tabla 31.***Proyección de ingresos anuales***RUBROS**

	1	2	3	4	5
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>\$61.338,00</b>	<b>\$63.484,83</b>	<b>\$65.706,80</b>	<b>\$68.006,54</b>	<b>\$70.386,77</b>
<b>Tasa de Incremento (f)</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>

En la tabla 31 se evidencia las ventas netas proyectadas para cinco periodos contables con una tasa de incremento del 3,5% anual, esto significa que, en promedio, los precios de los bienes y servicios aumentan un 3,5% cada año, lo que se refleja en el aumento de las ventas netas, en donde el primer año asciende un

valor de \$61.338,00, en el segundo año el valor es de \$63.484,83, el tercer año suma ingresos de \$65.706,80, el cuarto año genera ingresos de \$68.006,54 y finalmente el quinto año proyecta ingresos de \$70.386,77 dólares americanos.

**Tabla 32.**  
*Balance general proyectado*

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>STAR MONA</b>					
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS</b>					
<b>Tasa de incremento</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,5%</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>Activo Corriente</b>	<b>30.669,00</b>	<b>31.742,42</b>	<b>32.853,40</b>	<b>34.003,27</b>	<b>35.193,38</b>
Efectivo	6.184,12	5.698,66	5.243,62	4.818,36	4.422,00
Inventarios	10.580,81	10.951,13	11.334,42	11.731,13	12.141,72
<b>Activo no Corriente</b>	<b>7.496,67</b>	<b>7.496,67</b>	<b>7.496,67</b>	<b>7.496,67</b>	<b>7.496,67</b>
Equipo de computo	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00
Muebles y enseres	\$6.375,00	\$6.375,00	\$6.375,00	\$6.375,00	\$6.375,00
Depreciaciones acumuladas equipo de computo	-390,83	-390,83	-390,83	-390,83	-390,83
Depreciaciones acumuladas muebles y enseres	-562,50	-562,50	-562,50	-562,50	-562,50
Otros Activos intangibles	325,00	325,00	325,00	325,00	325,00
<b>TOTAL, DE ACTIVO</b>	<b>38.165,67</b>	<b>39.239,08</b>	<b>40.350,07</b>	<b>41.499,94</b>	<b>42.690,05</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>18.803,86</b>	<b>18.812,43</b>	<b>18.821,80</b>	<b>18.832,08</b>	<b>18.843,40</b>
Préstamo	18.548,00	18.548,00	18.548,00	18.548,00	18.548,00
Impuesto a la renta por pagar	95,86	104,43	113,80	124,08	135,40
Valor rescate	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>18.803,86</b>	<b>18.812,43</b>	<b>18.821,80</b>	<b>18.832,08</b>	<b>18.843,40</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Aporte Capital	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Utilidad del ejercicio	9.489,66	10.338,13	11.266,14	12.284,16	13.404,24
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>19.361,81</b>	<b>20.426,66</b>	<b>21.528,27</b>	<b>22.667,85</b>	<b>23.846,65</b>
<b>TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>38.165,67</b>	<b>39.239,08</b>	<b>40.350,07</b>	<b>41.499,94</b>	<b>42.690,05</b>

La tabla 32 detalla el balance general proyectado a cinco años de la empresa "STAR MONA BOUTIQUE" donde el total de activo durante el primer año de ejecución asciende a \$38.165,67 dólares americanos, mientras que el total pasivo y patrimonio

representa un valor de a \$38.165,67 dólares americanos, estos valores se proyectan en base al incremento porcentual tomado de la tasa de incremento porcentual del 3,5%.

**Tabla 33.**

*Estado de pérdidas y ganancias proyectado*

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
<b>STAR MONA</b>					
<b>DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS</b>					
<b>Tasa de incremento</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas netas					
	61.338,00	63.484,83	65.706,80	68.006,54	70.386,77
(-) Costo de Ventas	30.669,00	31.742,42	32.853,40	34.003,27	35.193,38
<b>(=) UT. BRUTA</b>	<b>30.669,00</b>	<b>31.742,42</b>	<b>32.853,40</b>	<b>34.003,27</b>	<b>35.193,38</b>
(-) Gastos Adm	8.138,98	8.423,84	8.718,68	9.023,83	9.339,67
(-) Gastos de Venta	7.678,84	7.947,60	8.225,77	8.513,67	8.811,65
<b>(=) UT. OPER</b>	<b>14.851,18</b>	<b>15.370,97</b>	<b>15.908,95</b>	<b>16.465,77</b>	<b>17.042,07</b>
(-) Gastos Financieros	2.865,67	2.444,41	1.958,08	1.396,60	748,37
Otros gastos	2.400,00	2.484,00	2.570,94	2.660,92	2.754,06
<b>(=) UT. ANTES DE IMP</b>	<b>9.585,51</b>	<b>10.442,56</b>	<b>11.379,94</b>	<b>12.408,25</b>	<b>13.539,64</b>
Impuesto 1%	95,86	104,43	113,80	124,08	135,40
<b>UT. O PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>9.489,66</b>	<b>10.338,13</b>	<b>11.266,14</b>	<b>12.284,16</b>	<b>13.404,24</b>

La tabla 33 detalla el estado de pérdidas y ganancias proyectado a cinco años de la empresa "STAR MONA " BOUTIQUE donde el total de ingresos durante el primer año de ejecución asciende a \$61.338,00 dólares americanos, mientras que el total de gastos representa un valor de \$21.083,59 dólares americanos generando una utilidad de \$9.489,66 dólares americanos estos valores se proyectan en base al incremento porcentual tomado de la tasa de incremento del 3,5%.

Tabla 34.  
Flujo de efectivo neto

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
STAR MONA						
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS						
RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	
Ingresos/Ventas/Costos Ahorrados		\$61.338,00	\$63.484,83	\$65.706,80	\$68.006,54	\$70.386,77
-Costos variables		\$40.747,84	42174,01564	\$43.650,11	\$45.177,86	\$46.759,09
-Costos Fijos		\$7.949,93	\$8.228,18	\$8.516,16	\$8.814,23	\$9.122,73
(=) Utilidad de Operación		\$12.640,23	\$13.082,64	\$13.540,53	\$14.014,45	\$14.504,95
-Depreciaciones		\$953,33	\$953,33	\$953,33	\$953,33	\$953,33
(=) Utilidad antes de interese e impuestos (UAI)		\$11.686,90	\$12.129,30	\$12.587,20	\$13.061,11	\$13.551,62
(-) Costos financieros		\$2.865,67	\$2.444,41	\$1.958,08	\$1.396,60	\$748,37
(=) Utilidad antes de impuestos (UAI)		\$8.821,23	\$9.684,89	\$10.629,12	\$11.664,52	\$12.803,25
(-) Impuestos 1% Renta		\$88,21	\$96,85	\$106,29	\$116,65	\$128,03
(=) Utilidad después de impuestos (UDD)		\$8.733,02	\$9.588,04	\$10.522,83	\$11.547,87	\$12.675,21
(+) Depreciaciones		\$953,33	\$953,33	\$953,33	\$953,33	\$953,33
(-) Capital financiero		\$2.726,56	\$3.147,81	\$3.634,15	\$4.195,63	\$4.843,85
(+) Valor de rescate		\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Inversión						
(=) Flujo neto (FNE)		\$7.119,79	\$7.553,56	\$8.002,01	\$8.465,58	\$8.944,70
(=) Flujo neto descontado (FNED)		-\$19.048,00	-\$19.048,00	-\$19.048,00	-\$19.048,00	-\$19.048,00

La tabla 34 evalúa la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y mantener su liquidez, la empresa "STAR MONA BOUTIQUE" durante el primer año de ejecución el flujo neto de efectivo asciende a \$7.119,79 dólares americanos, mientras que flujo neto de efectivo descontado es de \$6.184,12 dólares americanos.

**Tabla 35.**  
*Indicadores de proyecto*

RUBROS	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Flujo neto Efectivo (FNE)	\$7.119,79	\$7.553,56	\$8.002,01	\$8.465,58	\$8.944,70
(=) Flujo neto descontado (FNED)	\$6.184,12	\$5.698,66	\$5.243,62	\$4.818,36	\$4.422,00

INDICADOR	RESULTADO
Valor Actual (VA)	\$26.366,75
Valor Actual Neto (VAN)	1.259,88
Tasa Interna De Retorno (TIR)	12,72%
Relación Beneficio Costo (RBC)	\$ 1,38
Pay Back (Años)	2 años, 1 meses, 6 días
Roic	\$0,66

La tabla 35 muestra los resultados de la evolución del proyecto de inversión, en donde se evidencia el valor actual neto de \$1.259,88 con un retorno de inversión del 12,72% y un costo beneficio de \$ 1.38 por cada dólar invertido, y una rentabilidad ROIC de %0,66 por cada dólar de inversión.

## CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad financiera y económica para la creación de la sucursal “STAR MONA BOUTIQUE” en la ciudad de Tena permitió evaluar distintos aspectos clave para su viabilidad. En primer lugar, se realizó un análisis detallado de los inventarios de mercadería, lo que permitió calcular con precisión el costo de comercialización de los productos. Este proceso aseguró una adecuada planificación del stock y optimización de la inversión en insumos, garantizando la disponibilidad de productos sin incurrir en sobrecostos innecesarios.
- Adicionalmente, se llevó a cabo un análisis de costeo que permitió identificar los costos fijos y variables de la empresa. Se determinaron los costos fijos asociados a la operación, como alquiler del local, servicios básicos y sueldos del personal, mientras que los costos variables incluyen la adquisición de mercadería y otros gastos derivados de la comercialización. Este análisis resultó fundamental para establecer estrategias de precios y márgenes de ganancia adecuados.
- Finalmente, mediante el estudio económico y financiero, se pudo determinar la viabilidad técnica del negocio. La inversión inicial requerida asciende a \$19.048,00 con una rentabilidad anual proyectada de \$9.489,66. Asimismo, el flujo neto de efectivo se estimó en \$7.119,79 y el flujo neto descontado en \$6.184,12. Estos resultados reflejan un retorno de inversión del 12,72% y una relación costo-beneficio de \$1,38 por cada dólar invertido, evidenciando la sostenibilidad del proyecto y su contribución al desarrollo económico local.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un sistema de control de inventarios eficiente para la gestión de la mercadería de "STAR MONA BOUTIQUE". Esto permitirá conocer en tiempo real la cantidad de productos disponibles, reducir el riesgo de desabastecimiento o sobre stock y mejorar la planificación de compras, asegurando así una comercialización óptima.
- Con base en los resultados del estudio económico y financiero, se recomienda monitorear de manera constante el desempeño del negocio, analizando los flujos de efectivo y la rentabilidad anual. Asimismo, se sugiere destinar un porcentaje de las utilidades a la reinversión para fortalecer la empresa, mejorar la infraestructura y ampliar la oferta de productos, asegurando su crecimiento sostenible.
- Finalmente, es crucial realizar evaluaciones periódicas de la viabilidad del negocio considerando factores económicos, tendencias del mercado y preferencias de los consumidores. Esto permitirá realizar ajustes estratégicos oportunos y garantizar la estabilidad y éxito a largo plazo de "STAR MONA" BOUTIQUE.

## H. CONCLUSIONES

- Se puede concluir que para la creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena existen diferentes factores que inciden interna y externamente en la apertura preliminar de la actividad económica, unos de los factores internos más relevantes son las debilidades que se enmarca principalmente en el costo de inversión para la puesta en marcha de la sucursal, ya que actualmente el riesgo de financiero es latente debido a la inestabilidad económica del país y a la carencia de empleo a nivel nacional, por otro lado las amenazas externas también forman parte del riesgo del emprendedor entre ella encontramos el nivel de competencia y el mercado desleal que genera la actividad económica relacionado a la comercialización de prendas de vestir.
- En relación a la viabilidad comercial para la implementación de una sucursal STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena se desarrolló un estudio de mercado utilizando un enfoque cuantitativo, en donde se empleó la herramienta de encuesta dando como resultado que de un total de 380 personas que conforman el 100% de la población, el 90% de los encuestados expresan estar de acuerdo con la apertura de una sucursal de la boutique STAR MONA, asimismo se puede concluir que la investigación muestra resultados positivos y garantizados para poner en marcha la idea de negocio.
- Finalmente se puede determinar que el estudio de factibilidad financiera y económica argumenta de forma técnica la puesta en marcha de la actividad económica dando como resultado una rentabilidad de \$6.184,12 dólares americanos en su primer año de implementación que representa el flujo neto del efectivo, la cual genera una tasa interna de retorno (TIR) de 12,72%, con un valor actual neto (VAN) de \$1.259,88 dólares americanos y una relación costo beneficio de \$1,38 centavos por cada dólar de inversión, bajo este contexto se analiza que la implementación de la sucursal comercial STAR MONA BOUTIQUE es viable para su ejecución y puesta en marcha.

## I. RECOMENDACIONES

- Para la implementación y desarrollo de una empresa es fundamental realizar un diagnóstico situacional evidenciando los factores internos y los factores externos que inciden en la creación de un local comercial, esto permite analizar el entorno situacional a nivel económico, social, cultural y político que enfrenta la empresa dentro de su desenvolvimiento económico.
- Es recomendable desarrollar un estudio de mercado para medir el grado factibilidad comercial que tendrá la empresa al momento de inmiscuirse en el ámbito económico, ya que los resultados obtenidos ayudarán a empresa a enmarcarse en el desarrollo de sus actividades y argumenta de forma técnica la puesta en marcha de la actividad negocio.
- Se recomienda emplear estudios financieros y económicos que ayuden a determinar el posicionamiento que va tener la empresa dentro del mercado comercial, estos análisis técnicos ayudan a los inversionistas en la determinación de la rentabilidad futura, el periodo de recuperación de la inversión y el costo beneficio que tendrá la inversión por cada valor que se destine a la empresa.

## J. BIBLIOGRAFÍA

- (SRI), S. d. (2022). *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI)*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec>
- Aguirre, J. C. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *UIDE POWERED STATE UNIVERSITY "INNOVA RESEARCH JOURNAL"*, 95.
- Anaya, M. (18 de Septiembre de 2020). *Etapas del Proceso Administrativo*. Obtenido de El Blog de la Universidad de México para el Mundo: <https://www.usn.edu.mx/blog/2020/09/18/etapas-del-proceso-administrativo/>
- Andrade, S. (2017). *Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón*. Andrade.
- Boza, C. S. (2022). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *REVISTA ESPACIOS*.
- Cárdenas, J. (2020). PROYECTO: FORTALECIMIENTO Y REACTIVACIÓN. *Prefectura de Napo*.
- Casanova, L. (2019). *Las empresas multinacionales en América Latina*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Cavagnaro, B. R., & Sanchez Riofrio, A. (2021). Emprendimientos en América Latina. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Celi, G. (2020). Sí, pero: Guillermo Celi: "Ecuador es el país que más emprende en la región, pero lamentablemente es El país que más fracasa. 8 de cada 10 emprendimientos fracasan en el umbral de los 3 años». *El Universo*.
- Chávez, N. (2024). PAÍSES LATINOAMERICANOS CON MÁS CIERRES DE NEGOCIOS O EMPRENDIMIENTOS . *Forbes EC*.
- Creswell, J. (2019). *Diseño de investigación: enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos*. Sage Publications.
- Dankhe, G. (2017). *Métodos de investigación en ciencias sociales* . Prentice Hall.
- David, R. (2019). Administración estratégica. *Cengage Learning*.
- Dianelys Nogueira, A. M. (2017). Análisis Económico-Financiero: Tal-on de Aquiles de la Organización. *Ingeniería Industrial*.
- Díaz, A. A. (2017). METODOLOGÍAS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS EN EL PROCESO DE DECISIONES. *SCIELO/Cofin Habana*, 17.

- Ecuador, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial No. 449*. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Ecuador, M. d. (2023). *Código del Trabajo*. Registro Oficial No. 185. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec>
- Ecuador., A. N. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)*. Registro Oficial No. 351. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Ecuador., C. N. (2017). *Código de Comercio*. Registro Oficial No. 700. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec>
- Edison Becerra Molina, G. R. (2019). Impulso a la productividad y competitividad de los emprendedores de la ciudad de Tena para el crecimiento económico sustentable. *Visionario Digital*.
- Elvira Lopez Parra, N. G. (2000). Estudio Técnico Elemento Indispensable en la Evaluación de Proyectos de Inversión. *Instituto Tecnológico de Sonora*, 10.
- Fabara, G. A. (2023). ¿Por qué quiebran las empresas en Ecuador? *La Hora*.
- Fayol, H. (Noviembre de 2007). Administración industrial y general. *Editorial El Ateneo.*, 47. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942331004>
- Fisher, R. A. (1999). *Estadística aplicada: Métodos y fórmulas*. Editorial Académica.
- Flick, U. (2018). *Introducción a la metodología de investigación: guía para principiantes sobre cómo realizar un proyecto de investigación* . . Bertelsmann.
- Gonzales Díaz, L. &. (2009). Factores para evaluar la viabilidad de proyectos de conservación de edificaciones esenciales, no productivas, en zonas sísmicas. *Ingeniería, Revista Académica*, 28.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2015). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, R., & Baptista , L. (2016). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Johnson, G., & Scholes, , k. (2017). *Dirección estratégica*. Madrid: Editorial Thomson.
- Kerlinger, F., & Lee, HB. (2016). *Fundamentos de la investigación conductual*. Harcourt College Publishers.

- Koontz, H., & Weihrich, H. (2014). *Administración: una perspectiva global*. . McGraw-Hill).
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2018). *Administración: Una Perspectiva Global*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Del tradicional al digital*. Madrid: Editorial Planeta.
- Lara, J. (2001). Administración Financiera, Una Imroducción a la Toma de Decisiones en el Corto y Largo Plazo. *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*.
- Luzarraga, R. (2019). El emprendimiento en América Latina: Desafíos y oportunidades. . *Revista de Emprendimiento y Desarrollo Regional*.
- Malhotra, N. (2019). *Investigación de mercados: una orientación aplicada* . Educación Pearson.
- Monar, J. H. (2023). El Emprendimiento en el Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*., 16.
- Moreira, D., Van Stel , L., Bajaña, C., Guerrero, F., & Villaroel, A. (2018). Los emprendimientos en América Latina. *ResearchGate*, 57.
- MUNDIAL, B. (2019). Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos. *GRUPO BANCO MUNDIAL*.
- Municipio de Tena, P. d. (2023). *Normativa Tributaria Local*. . Tena: Publicaciones municipales .
- Noriega, D. (2024). Fracaso en Emprendimientos: Superando Obstáculos en Latinoamérica. *Scuads ventures*.
- Piedad Vera, A. E. (2016). La Importancia de la Contabilidad en las Empresas. *Contribuciones a la Comunidad*.
- Ramos, F. S., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social Oportunidades y Efectos en una Sociedad en Transformacion. *CIRIEC-España, Revista de Economía*, 3.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Fundamentos de Administración*. Pearson Educación.
- Stoner, C. y. (2015). *Administración y la evolución de la administración*. México: McGraw-Hill.
- Superintendencia de Compañías, V. y. (2022). *Ley de Compañías*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec>

Taylor, S. B. (2015). *Introducción a los métodos de investigación cualitativa: una guía y un recurso* . John Wiley & Sons.

Thomson Reuters, W. &. (2017). *Métodos en investigación social*. McGraw-Hill.

Villanueva, G. B. (2019). Estudio de Viabilidad Técnica y Económica Financiera Para la Construcción Explotación y Mantenimiento de una Planta de Tratamiento de Residuos de Construcción y Demolición. *Universidad Politécnica Madrid*, 22.

# ANEXOS

**Imagen 2.**  
**Solicitud para la gerente propietaria de "Star Mona"**

Tena, 08 noviembre del 2024

Srta. Mariuxi Cevallos

GERENTE PROPIETARIA DE STAR MONA BOUTIQUE

Estimada señorita Cevallos,

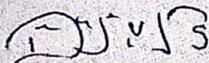
Nosotras, Mariuxi Cevallos y Mariuxi Merino, estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Tena, nos dirigimos a usted con el fin de solicitar su permiso para realizar un trabajo de titulación titulado **ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA " BOUTIQUE, EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO**

El objetivo de nuestro trabajo es realizar un análisis detallado de la viabilidad financiera y económica de la creación de una sucursal de su negocio en la ciudad de Tena. Para ello, necesitamos acceder a información y datos relacionados con su negocio, así como realizar entrevistas y observaciones en el lugar.

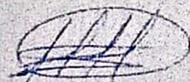
Agradecemos de antemano su consideración y permiso para realizar este trabajo. Estamos dispuestos a mantener la confidencialidad de la información que nos proporcione

Agradezco su atención a este asunto y quedo a la espera de su respuesta.

Atentamente,



Mariuxi Cevallos



Mariuxi Merino

**Estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Tena**

imagen 3.  
Copia de aceptación por parte de la propietaria de la boutique Star mona

Tena, 11 de noviembre del 2025

Estimadas Mariuxi Cevallos y Mariuxi Merino,

**ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "TENA"**

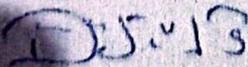
Me refirjo a ustedes para responder a su oficio de fecha 08 de noviembre del 2025, en el que solicitan permiso para realizar un trabajo de titulación sobre el estudio financiero económico para la creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena.

Me complace informarles que he decidido otorgarles el permiso solicitado. Considero que su trabajo de titulación puede ser de gran valor para mi negocio y para la comunidad de Tena.

Estoy dispuesta a proporcionarles toda la información y apoyo necesario para que puedan realizar su trabajo de manera efectiva. Les pido que me mantengan informada sobre el progreso de su investigación y que me proporcionen una copia final de su trabajo de titulación.

Agradezco su interés en mi negocio y les deseo mucho éxito en su trabajo de titulación.

Atentamente,



Srita. Mariuxi Cevallos

GERENTE PROPIETARIA DE STAR MONA BOUTIQUE

Imagen 4.  
Encuesta para el estudio de mercado para la creación e implementación de la BOUTIQUE STAR  
MONA



INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO TENA  
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

## ENCUESTA

### ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL "STAR MONA " BOUTIQUE, EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO

**Objetivo:** El objetivo de la presente encuesta es de carácter netamente académico, la información obtenida servirá para determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de una sucursal de la boutique "Star Mona" en la ciudad de Tena, provincia de Napo

**Indicaciones generales:** Estimado/a, su opinión es muy importante para nosotros. Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y utilizadas únicamente con fines de investigación

#### 1. Edad

- Menor de 18 años
- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- Más de 45 años

#### 2. Género

- Femenino
- Masculino
- Otro

#### 3. ¿Con qué frecuencia compra ropa y accesorios?

- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas veces
- Nunca

#### 4. ¿Dónde suele comprar ropa y accesorios?

- Boutiques locales
- Mercados o ferias
- Tiendas online



5. ¿Qué es más importante al comprar ropa y accesorios? *(Seleccione una opción)*
- Precio
  - Calidad
  - Diseño
6. ¿Cuánto suele gastar en una compra promedio de ropa y accesorios?
- Menos de \$20
  - \$20 - \$50
  - \$50 - \$100
  - Más de \$100
7. ¿Cuál sería tu preferencia respecto a la ubicación de la nueva sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en Tena? *(Seleccione una opción)*
- Centro de la ciudad
  - Afueras de ciudad
8. ¿Le gustaría que la sucursal estuviera ubicada en el centro de la ciudad, donde haya mayor afluencia de personas y fácil acceso? *(Seleccione una opción)*
- Sí
  - No
  - Tal vez
9. ¿Estad de acuerdo con la creación de una sucursal de STAR MONA BOUTIQUE en la ciudad de Tena? *(Seleccione una opción)*
- Sí
  - No
  - Tal vez
10. ¿Te gustaría que la sucursal de STAR MONA BOUTIQUE se ubicara en la Comunidad de Bellavista Alta, Avenida 15 de noviembre en la ciudad del Tena? *(Seleccione una opción)*
- Sí
  - No
  - Tal vez



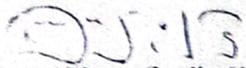
<b>Elaborado por:</b>	
 Mariuxi Dhayan Cevallos Urbina <b>ESTUDIANTE</b>	 Mariuxi Irene Merino Jimenez <b>ESTUDIANTE</b>
<b>Validado por:</b>	<b>Legalizado:</b>
 Ing. Henry Fabian Chango Chango Mg. <b>TUTOR</b>	 Leda Yajaira Elizabeth Andi Lozada <b>DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>

Imagen 5.  
Boutique STAR MONA

