



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y  
Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en Administración de Empresas

### **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:**

“Plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de  
la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración de  
Empresas

**Autora:**

Edith Mabel Sánchez Carrión

**Tutor:**

Ing. Christopher Carchipulla

Guayaquil-Ecuador

2021



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial**

**Carrera:**

Tecnología Superior en Administración de Empresas

**Trabajo de titulación**

**Tema:**

“Plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de Empresas

**Autora:**

Edith Mabel Sánchez Carrión

**Tutor:**

Ing. Christopher Carchipulla

Guayaquil – Ecuador

2021

### **Reconocimiento de Responsabilidad**

Yo, Edith Mabel Sánchez Carrión, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: **“Plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....  
Edith Mabel Sánchez Carrión

C.C.:0956147300

## **Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación**

Ing. Christopher Carchipulla, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de la ciudad de guayaquil”**, fue elaborado por la Srta. Edith Mabel Sánchez Carrión, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....  
Edith Mabel Sánchez Carrión

C.C.:0956147300

# Cédula y Certificado de votación

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

**CÉDULA DE CIUDADANÍA**  
Nº 095614730-0

APellidos y Nombres: **SANCHEZ CARRION EDITH MABEL**  
Lugar de nacimiento: **GUAYAS GUAYAQUIL BOLIVAR (SAGRARIO)**  
Fecha de nacimiento: **1995-05-16**  
Nacionalidad: **ECUATORIANA**  
Sexo: **MUJER**  
Estado civil: **SOLTERO**



INSTRUCCIÓN: **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN: **BACHILLER** E33234222

APellidos y Nombres del Padre: **SANCHEZ MORAN EDISON NICOLAS**  
APellidos y Nombres de la Madre: **CARRION NOBOA BETTY MABEL**  
Lugar y Fecha de Expedición: **GUAYAQUIL**  
2020-03-10  
Fecha de Expiración: **2030-03-10**



**CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021**

PROVINCIA: **GUAYAS** N° 34326169  
CIRCUNSCRIPCIÓN: **1**  
CANTÓN: **GUAYAQUIL**  
PARROQUIA: **FEBRES CORDERO**  
ZONA: **1**  
JUNTA No. **0212 FEMENINO**  
CC N° **0956147300**

**SANCHEZ CARRION EDITH MABEL**



**CIUDADANA/O:**

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios por darme salud, sabiduría y fortaleza para culminar con éxito el presente trabajo de investigación y sé que con su Bendición seguiré esforzándome para seguir cumpliendo muchas metas.

A mi familia por su apoyo fundamental, pero más que todo a mi padre, quien con su gran esfuerzo me ha ayudado a llegar a este punto de la vida, para culminar un proceso más con satisfacción, mi familia son quienes me han enseñado que el mayor y único enemigo a vencer es uno mismo y que todo sacrificio tiene su recompensa y conmigo siempre llevo una frase “Esfuézate y sé valiente que Dios siempre estará contigo donde quiera que vayas”, también agradecer a los docentes ya que han sido guía, quienes con sus conocimientos nos han enseñado las directrices para la realización de la misma, y un eterno agradecimiento a este Instituto la cual abrió sus puertas, para prepararme para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

## **DEDICATORIA**

Dedico primero a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido aporte, soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, inculcando valores para ser mejor persona cada día.

## ÍNDICE

### Contenido

RESUMEN .....	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN .....	17
Formulación del problema general. ....	22
Formulación del objetivo general. ....	22
Capítulo 1.....	22
Capítulo 2.....	22
Capítulo 3.....	22
CAPÍTULO I.....	23
FUNDAMENTACIÓN.....	23
1.1 Marco histórico:.....	23
1.1.1 Breve historia del plan de negocio .....	23
1.1.2 Breve historia de la evolución de las pañaleras.....	23
1.2 Marco teórico: .....	25
Plan de negocios .....	25
Estructura de un Plan de Negocio .....	27
Emprendedor.....	28
1.3 Marco conceptual:.....	30
1.4 Marco jurídico: .....	32
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.....	32
1.4.2 Plan nacional de desarrollo 2017-2021 toda una vida.....	35
1.4.3 Ley Orgánica de defensa del consumidor .....	36
1.4.4 Ley orgánica de regulación y control del poder de mercado.....	38
1.4.5 Ley orgánica de emprendimiento e innovación .....	38
1.4.6 Ley orgánica de simplificación y progresividad tributaria .....	39
1.4.7 Ley de la Propiedad Intelectual .....	40
1.4.8 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.....	43
1.4.9 Código de trabajo .....	43
1.4.10 Código de la niñez y adolescencia.....	43
1.4.11 Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario .....	45
1.4.12 Permisos Municipales de Funcionamiento. ....	46
	VI

1.4.13 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.....	46
CAPÍTULO II .....	47
METODOLOGÍA EMPLEADA .....	47
2.1 Enfoque de la investigación .....	47
Cualitativo .....	47
Cuantitativo .....	47
2.2 Tipos de investigación .....	48
Descriptiva.....	48
Explicativa.....	49
2.3 Métodos de investigación.....	49
2.3.1 Método teórico .....	49
2.3.2 Método empírico .....	51
2.3.3 Métodos estadísticos .....	53
2.4 Análisis de los resultados .....	55
Análisis de la encuesta .....	56
Análisis de la entrevista .....	69
2.5 Herramientas de análisis .....	69
2.5.1 Análisis PEST .....	70
2.5.2 Análisis DAFO.....	71
2.5.3 Análisis CAPA .....	72
CAPÍTULO III .....	74
DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	74
3.1 Precisiones acerca de la propuesta .....	74
3.1.1 Título de Propuesta: .....	74
3.1.2 Objetivo de Propuesta: .....	74
3.1.3 Descripción de la Propuesta: .....	74
3.2 Cronograma de ejecución de las actividades del proyecto.....	74
3.3 Factibilidad de la aplicación .....	75
Factibilidad administrativa.....	75
Factibilidad comercial .....	75
Factibilidad ecológica .....	75
Factibilidad aspecto financiero .....	76
Factibilidad legal .....	76
Factibilidad aspecto operativo .....	77

Factibilidad social.....	77
Factibilidad técnico-tecnológico .....	78
Factibilidad en innovación.....	78
3.4 Propuesta .....	78
Visión.....	78
Misión .....	78
Valores corporativos .....	79
Isologo .....	79
Filosofía de la microempresa .....	80
Información general del negocio.....	80
3.5 Estudio técnico .....	80
Localización.....	80
Localización de la empresa .....	81
Determinación del tamaño de la planta.....	81
Estructura de la empresa.....	82
3.6 Análisis del mercado .....	82
3.6.1 Fuerzas Porter .....	82
3.6.2 Estado de desarrollo del mercado .....	84
3.6.3 Innovación .....	85
3.6.4 Catálogo .....	85
3.6.5 Organigrama .....	86
3.6.6 Diseño de perfil de los puestos de trabajo. ....	86
3.6.7 Estrategias de Marketing .....	87
3.6.8 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta.....	91
CONCLUSIÓN .....	92
RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFÍA .....	94

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Edad? .....	56
Gráfico 2 ¿Género?.....	57
Gráfico 3 ¿Tiene hijos en edad materna? .....	58
Gráfico 4 ¿De qué edad son sus hijos? .....	59
Gráfico 5 ¿Dónde suele adquirir los productos de uso materno? .....	60
Gráfico 6 ¿Cuenta usted con una pañalera cerca de su hogar?.....	61
Gráfico 7 ¿Qué tipo de pañales usa sus hijos?.....	62
Gráfico 8 ¿Qué marcas son de su preferencia al momento de comprar pañales? .....	63
Gráfico 9 ¿Con qué frecuencia compra artículos para sus hijos?.....	64
Gráfico 10¿Le gustaría obtener un servicio a domicilio?.....	65
Gráfico 11 ¿Cuáles son los productos que compran con mayor frecuencia para su hijo? .....	66
Gráfico 12 ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera? .....	67
Gráfico 13 ¿Le gustaría comprar artículos para sus hijos por internet? .....	68
Gráfico 14 Isologo .....	79

## ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 ¿Edad? .....	56
Tabla 2 ¿Género?.....	57
Tabla 3 ¿Tiene hijos en edad materna? .....	58
Tabla 4 ¿De qué edad son sus hijos? .....	59
Tabla 5 ¿Dónde suele adquirir los productos de uso materno? .....	60
Tabla 6 ¿Cuenta usted con una pañalera cerca de su hogar?.....	61
Tabla 7 ¿Qué tipo de pañales usa sus hijos?.....	62
Tabla 8 ¿Qué marca son de su preferencia al momento de comprar pañales? .....	63
Tabla 9 ¿Con qué frecuencia compra artículos para sus hijos?.....	64
Tabla 10 ¿Le gustaría obtener un servicio a domicilio?.....	65
Tabla 11 ¿Cuáles son los productos que compran con mayor frecuencia para sus hijos? .....	66
Tabla 12 ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera? .....	67
Tabla 13 ¿Le gustaría comprar artículo para sus hijos por internet?.....	68
Tabla 14 Cronograma de ejecución del proyecto .....	74
Tabla 15 Información general del negocio. ....	80
Tabla 16 ficha de entrevista.....	98
Tabla 17 ficha de entrevista 1.....	99
Tabla 18 ficha de entrevista 2.....	101
Tabla 19 ficha de entrevista 3.....	103
Tabla 20 Activos Fijos.....	105
Tabla 21 Suministro de Oficina.....	105
Tabla 22 Mercadería.....	106
Tabla 23 Balance Inicial .....	107
Tabla 24 Depreciación.....	107
Tabla 25 Activos diferidos .....	108
Tabla 26 Rol de pagos .....	109
Tabla 27 Gastos administrativos, operativos.....	109
Tabla 28 Costos .....	110
Tabla 29 Presupuesto de venta .....	111
Tabla 30 Ganancias .....	112

Tabla 31 Estado de P y G .....	113
Tabla 32 Estado de situación financiera .....	113
Tabla 33 Flujo de caja .....	114
Tabla 34 VAN Y TIR .....	114
Tabla 35 Factibilidad .....	114

## ÍNDICE ANEXOS

Anexos 1 Encuesta .....	96
Anexos 2 Ficha de entrevista.....	98
Anexos 3 Ficha de entrevista 1 .....	99
Anexos 4 Ficha de entrevista 2.....	101
Anexos 5 Ficha de entrevista 3.....	103
Anexos 6 Aspecto Financiero.....	105
Anexos 7 Catálogo .....	114

## CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil**”.

## CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **EDITH MABEL SÁNCHEZ CARRIÓN** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



@unlverslodeformacion

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Edith Mabel Sánchez Carrión.docx (D111393702)  
 Submitted: 8/17/2021 7:25:00 PM  
 Submitted By: yoenia.portilla@formacion.edu.ec  
 Significance: 17 %

### Sources included in the report:

PROYECTO FINAL 2015 PYMES.doc (D15719914)  
 Johanna Maritza Navarrete Bermeo. TESIS.docx (D93924611)  
 Maite Andreina Panchana Banchon. TESIS.pdf (D93803089)  
 María Elena Bazurto López. URKUND.docx (D96344661)  
 Tesis Garcia-Urbano-F.docx (D96663716)  
 Cristhian Javier Luque Velarde.docx (D95300043)  
 Tesis Robles y Vera.docx (D70989607)  
 Kristel Andrea Blancas Romero. URKUND.docx (D96542934)  
 LUIS PERALTA URKUND.docx (D96459513)  
 Trabajo titulacion - Gino Moreano 29-08-2020.doc (D78345966)  
 TESINA FINAL ARIANA.docx (D96072384)  
 “Plan de marketing para posicionamiento del restaurante “Las delicias de Víctor” ubicado en el norte de la ciudad de guayaquil..docx (D75080201)  
 Estrategias de marketing para promocionar la empresa Setmyrcop S.A. en el sector Puerto Lisa al suroeste de la ciudad de Guayaquil”.docx (D65316336)  
 Estrategias de marketing para posicionar la microempresa familiar de pescados y mariscos  
 Don Lucho en el sector de la Cdla. Las Acacias de sur de Guayaquil”.docx (D48922737)  
 Plan de Negocio para un proyecto turístico en el cantón “Mocache.docx (D64729254)  
 Plan de negocios para la confección y comercialización de lencería masculina en la ciudad de Guayaquil.docx (D65332458)  
 Gladys Margarita Gladys Yaguachi. TESIS.docx (D93930512)

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17477/1/Rosa%20Mar%C3%ADa%20Sinchire%20Campoverde.pdf>

20Sinchire%20Campoverde.pdf

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>

[https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2019/10/file\\_1571871201\\_1571871251.pdf](https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2019/10/file_1571871201_1571871251.pdf) [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICAEMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICAEMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

<https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/A-4712Reglamento-para-otorgar-Permisos-de-funcionamiento-de-Establecimientos.pdf>

<https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>

## **RESUMEN**

El presente proyecto tiene como propósito el desarrollo de un plan de negocio para emprender una pañalera, en la provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, calles García Goyena y la 35. Se aplica una propuesta de estudio del mercado por medio de implementación de estrategias, el proyecto usará el modelo de las 4P del Marketing. Por motivo de que este proyecto no tiene un plan concreto, se trabajó con empresas ya en el mercado como pañaleras, farmacias, entre otras, que brinda productos de pañales, ropa, artículos varios, usando la metodología cualitativa y cuantitativa, que se basa en la realización de entrevistas y encuestas, para llegar a una perspectiva más general con el fin de obtener conocimientos, también cabe recalcar que el presupuesto es lo más importante a la hora de armar un plan de negocio, es este el que permite llevar a cabo este emprendimiento para poder controlar las inversiones necesarias, puesto que la meta es ser una empresa reconocida.

**Palabras claves:** Administración, Plan de negocio, Pañalera.

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to develop a business plan to start a diaper store in the a diaper store in the province of Guayas, in the city of Guayaquil, on Garcia Goyena and 35th streets. Goyena and 35th streets. A market research proposal is applied through the implementation of strategies, implementation of strategies, the project will use the model of the 4P's of Marketing. For Because this project does not have a concrete plan, we worked with companies already in the market such as diapers market, such as diaper stores, pharmacies, among others, that offer diapers, clothing and other products, using a qualitative methodology, using the qualitative and quantitative methodology, which is based on interviews and surveys, in order to reach interviews and surveys, to reach a more general perspective in order to obtain knowledge, to obtain knowledge, it is also important to emphasize that the budget is the most important when it comes to putting together a business plan, as it is the one that allows to carry out this venture in order to the necessary investments, since the goal is to be a recognized company, is to be a recognized company.

Key words: Administration, Business plan, Diaper factory.

## INTRODUCCIÓN

Inicialmente a nivel global los emprendimientos son muy importantes ya que sin ellos la economía y el sustento de muchas familia no sería favorable para la superación, tanto personal y gubernamental, se realizan actividades de comercio, tal como de productos o servicios, en Ecuador se ha destacado el emprendimiento de tal manera que según varios reportes internacionales (Global Entrepreneurship Monitor - GEM y Global Entrepreneurship Development Institute - GEDI), la tendencia a emprender y la captación del emprendedor por parte de la sociedad están entre las más altas del mundo, y no solo el emprendimiento si no la innovación de los mismos.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer, para ser independientes y lograr tener una mejor calidad de vida, es guiado por un empresario que debe ser capaz de innovar con la facultad de generar productos o servicios de la manera creativa, metódica, ética, responsable y efectiva, el objetivo del empresario es reconocer la actividad económica y comercial del mundo y del país donde desea emprender en este caso Ecuador y de esa manera poder llevar las empresas a la cima, y ser exitoso.

En Ecuador en el año 2019, tuvo una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 36.2%, en el 2020 aún no se conoce específicamente el porcentaje, pero se asegura de que por la pandemia el porcentaje disminuye, ya que realizaron una encuesta y casi el 25% de emprendedores tuvo que cesar su negocio.

En los últimos meses la economía a nivel mundial decayó, ya que es de reconocimiento global la pandemia del Covid-19, que ha logrado afectar a muchos países entre ellos Ecuador, y el PIB dado por el Banco Central del Ecuador (BCE) da a conocer que en el segundo trimestre del 2020 decreció con un 12.4% y se considera la mayor caída de la economía desde el año 2000.

Por estas razones el desempleo en Ecuador aumentó con un 13.3%, con una gran diferencia del año 2019 que tuvo un porcentaje de 3.8%, datos brindados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), que perjudica a muchas personas tras los efectos de esta pandemia.

Por otra parte, el INEC, asegura que las mujeres han sido las más afectadas ya que gran parte de ellas han sufrido desempleo con un porcentaje de 15.7% y los hombres con un 11.6%, también se considera que las horas de trabajo han disminuido.

La economía en el país se vio afectada en varios sectores, excepto alimentos, insumos médicos, y el comercio en línea.

A pesar de esto se espera que la contribución del Fondo Monetario Internacional (FMI), sea de mucho beneficio que ayude a restablecer la economía del país.

Asimismo en los últimos tiempos la tecnología ha avanzado de una manera acelerada, brinda mucha información, es útil y beneficiosa, ya que al momento es uno de los medios por el cual la economía a nivel mundial va creciendo, ayuda a conectarse con las personas por diferentes medios, esto mejora que todo se vuelva más eficaz y eficiente, hoy en día los medios más utilizados son las redes sociales, plataformas digitales, entre otros, estos medios ayudan a progresar en la calidad de vida de las personas así como ahorrar tiempo y dinero.

Las redes sociales son las estrategias aliadas a los negocios, es el medio de comunicación más importante entre el vendedor y el consumidor, permite la comodidad de dar a conocer su producto o servicio, en Ecuador los emprendedores usan esta estrategia para mejorar su negocios y poder llegar a miles de personas, en el 2019 las redes sociales evolucionaron en el consumo, compra y manejo digitales en un 10%, en el 2020 a pesar de la pandemia del Covid-19, esto no fue impedimento ya que es el medio que más creció por el decreto ordenado por el gobierno de emergencia sanitaria.

El gobierno para este año 2020, lanzó un plan, el fondo emprende “Ecuador productivo” para los emprendedores con una cantidad de más de 10 millones de dólares, ya que no ha sido un tiempo fácil, se busca la manera de reactivar la economía y generar empleos por medio de los emprendimientos, el impacto a los emprendimientos es notable redujo la actividad productiva en un 75%.

Por lo consiguiente las microempresas, son fundamentales para la superación del país ya que son estos generadores de fuentes de empleo, ayudan de manera directa a las familias.

Las microempresas para ser creadas necesitan un plan de negocio que permitan guiar al empresario a realizar un buen emprendimiento, como dice (Fleitman, Plan de Negocio) “un

plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa”.

Por otro lado el covid-19 afecta a cualquier personas hombre, mujeres y niños, pero quienes son los que sufren las mayores consecuencias son las personas con problemas de salud y mayores de edad, la tasa de mortalidad en Ecuador del año 2020 es superada al año 2019, ya que el INEC aún no muestra el porcentaje, por motivos de la pandemia, pero se asegura de que existe un aumento de defunciones, en Natalidad al día nacen casi 800 bebés, de las cuales casi el 25% mueren al día, así pues los negocios destinados al sector de las pañaleras y artículos de bebe se ha mantenido ya que son productos de consumo diarios, en Ecuador las pañaleras se encuentra ocupando un espacio muy importante, el consumo diario de pañales ayuda a desarrollar este sector de la mejor manera, ya que por encuestas dadas en el país se venden millones de pañales anuales.

En la provincia del Guayas existen varios negocio dedicado a los más pequeños del hogar, de pañales y artículos varios de bebés, actualmente en la ciudad de Guayaquil está más posicionado ya que es la ciudad más poblada del Ecuador, en donde existe más nacimientos, cuenta con las principales fábricas y distribuidores de estos productos, por esto se ha decido a elegir este tema ya que existe una demanda del producto, es un producto que con el tiempo podrá evolucionar e innovar, pero siempre existirá porque es de primera necesidad en los domicilios con niños de 0 a 3 años.

La ciudad de Guayaquil cuenta con varias pañaleras, supermercados y farmacias donde ofrecen variedades de marcas de pañales y artículos para bebés, estos logran captar a los clientes, los cuales generan competitividad laboral.

Así pues, nace la idea de crear este proyecto, la primera razón es por superación propia, luego porque es algo que apasiona el saber que se emprenderá el negocio dirigido a bebés y también ayudar a más gente generando empleos.

Este negocio consta con cuatro socios, que tienen la oportunidad de emprender y es por esto que será establecido en un documento, que permita ver a los socios si es rentable o no el emprendimiento el cual guiará a tomar mejores decisiones.

En esta microempresa lo que se desea realizar es un plan de negocio que permita, la administración y la financiación de la creación del logo, requisitos necesario para apertura del negocio con total normalidad, como permisos de bomberos, permisos de registro sanitario, registro de marca, permiso de funcionamiento, seguros, entre otros, la cantidad de mercadería que se debe adquirir y cuáles serían esas mercaderías, realizar la estructura organizacional que permita conocer los puestos y funciones, detallar los bienes que se van a adquirir, qué estrategia de marketing usar para publicitar el negocio y presupuestos, es decir proceder a realizar todo paso a paso, hasta llegar a una perspectiva más general con el fin de obtener conocimientos para llevar el progreso de este microemprendimiento, saber cuáles son las necesidades que existe en el mercado, y así poder satisfacer las necesidades del cliente o consumidor ofreciendo un buen servicio y calidad. De manera que se creará un plan de negocio, que permita el desarrollo de este emprendimiento que posibilite obtener los mejores resultados.

El presente proyecto está dedicada a la compra y venta de productos para bebe que se da por la demanda del producto que existe, tiene como propósito principal buscar suplir las necesidades en los hogares, respecto a sus bebés con implementos como pañales, ropa, leche, juguetes, entre otros, y que permita posicionarse en el sector García Goyena y la 35, al suroeste de la ciudad de Guayaquil, en la provincia del Guayas, ya que no existen en el sector ninguna pañalera para poder satisfacer las necesidades del consumidor, las pañalera más cerca se encuentra a casi seis cuadras, y solo una farmacia que se encuentra a una cuadra, no tiene competencia directa.

La pañalera consta con su propio nombre, pañalera “MaBaby” que busca darse a conocer por ser nueva y brindar un buen servicio.

Los socios cuentan ya con un local propio destinado para esta pañalera, y toda la estructura está distribuida para cada departamento, para que cada uno realice su mejor funcionamiento, donde existen departamentos de ventas, administración y bodega.

Para la aplicación de esta propuesta se realizará un estudio de mercado que permita mejorar el plan de negocio, por lo que es importante el estudio de mercado debido a que es una investigación sistemática basada en la recopilación y análisis de datos relacionados con las características destacadas del mercado al que se dirige una empresa.

Al momento de tener dichos resultados se analizaron cuáles son las falencias y ventajas que tiene este emprendimiento y poder aplicar las mejores estrategias que permitan la creación de la misma.

Se realiza análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) para saber y analizar todo a nivel macroentorno y análisis Foda (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), para así ver cuáles son esas ventajas y desventajas internas y externas de la empresa.

El problema de hoy en día es que el mundo está pasando por un problema económico, relacionado con la pandemia, la cual trae desventajas para poder emprender este negocio ya que existen ciertas medidas implementada por el gobierno, que impiden surgir a la misma.

Se desea llegar a tiempo a emprender este negocio para captar la atención de los clientes y a su vez cubrir la demanda que existe en el mercado, por el cual se desea tener como resultado una buena relación con los proveedores, que el ambiente laboral sea el adecuado e implementar otras estrategias como servicio a domicilio, tiendas online que son la tendencia en la actualidad.

Se escogerá a los mejores proveedores entre tres o cuatros que ayuden a crecer el negocio entre ellos están (Kimberly Clark, Otelo & Fabell, Zaimella) proveedor de pañales y toallas húmedas, (farmacéutica Disfor S.A, La Popular, Farmaservicio) proveedor de fórmulas y cremas para bebé, (Importadora Bohórquez, Baby´s Ecuador, E´baby Ecuador) proveedor de artículos varios, que tengan los mejores precios, calidad, garantía, variedad de producto, plazo de entrega, entre otros.

La pañalera “MaBaby” debe estar funcionando y estar reglamentado bajo un marco legal, para que así sea brindando un mejor futuro a los emprendedores, y a la misma empresa, por medio de la constitución de la república del Ecuador, ley orgánica del emprendimiento e innovación, código de comercio entre otros.

Cabe recalcar que el presupuesto es lo más importante a la hora de armar un plan de negocio es este el que permite llevar a cabo este emprendimiento para poder controlar la inversión de los socios o accionistas y así tener un mejor progreso en el emprendimiento, puesto que la meta es ser una empresa líder y reconocida por la calidad de servicio y productos que otorgan la misma.

### **Formulación del problema general.**

¿Qué efectos produce en los emprendimientos la factibilidad llevada a cabo por un plan de negocio?

### **Formulación del objetivo general.**

Desarrollar un plan de negocio para la pañalera “MaBaby” ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil para el año 2021.

El tipo de objetivo es integrador ya que ofrece el desenlace a una problemática antes mencionada.

### **Capítulo 1.**

El capítulo uno se realiza las principales investigaciones del proyecto, como los marcos, en el cual están los marcos teórico, histórico, conceptual y jurídico, en estos se analizan las definiciones sobre el plan de negocio y el emprendedor, también la historia de cómo se evolucionó el plan de negocio y sobre todo el proyecto en este caso las pañaleras, por otro lado conocer las palabras claves del proyecto sus conceptos principales, adicionalmente se evalúa en la parte legales, si es válido el proyecto de investigación.

### **Capítulo 2.**

El capítulo dos está compuesto por la metodología de la investigación, entre esas están los tipos de estudio, encuestas, sobre la población y la muestra a elegir, entrevistas a los expertos que tienen experiencia en la creación de un negocio y el análisis de todo el resultado antes obtenido.

### **Capítulo 3.**

En el capítulo tres básicamente se trata de la propuesta en general, el título de la propuesta, el objetivo de la propuesta, la descripción de la propuesta donde entra todo el proceso de presupuesto para crear el negocio, y las estrategias de todo lo que se va a realizar en la empresa.

# **CAPÍTULO I.**

## **FUNDAMENTACIÓN.**

### **1.1 Marco histórico:**

#### **1.1.1 Breve historia del plan de negocio**

El plan de negocio tuvo sus orígenes en los años 60 del siglo xx, en estados unidos, porque existía una necesidad de las corporaciones de invertir su capital, pero al final de los años 70 como hubo un boom del desarrollo empresarial alrededor de la tecnología, en Silicón Valley, fue cuando se popularizó.

Desde ese entonces se ha convertido en una herramienta muy importante al momento de iniciar un negocio, este sea de un bien o servicio, ya que es un documento, el cual por medio de este, se puede observar y reflexionar para iniciar un desarrollo del emprendimiento, se realiza por una persona emprendedora donde plasma sus ideas para llevarlas a cabo, y qué estrategias utilizar, en el cual se siguen procesos razonable, progresivo, realista, consecuente y dirigido, donde se debe detallar todas las acciones a realizarse, así poder llegar al objetivo y al tiempo adecuado, ayuda a que el futuro de la empresa sea lo más parecido a lo que el emprendedor anhela o sueña, y no al que el destino le depara, en el 2020 el plan de negocio es una herramienta muy eficaz y eficiente para poder emprender.

#### **1.1.2 Breve historia de la evolución de las pañaleras**

Antiguamente, los recién nacidos no tenían los bienestares de hoy por hoy, como lo hay en accesorio, en ropa y, sobre todo, en los pañales. Hace muchos años atrás, para vestir o cubrir al bebé había que realizar un curso, actualmente, con los pañales ajustables de etapas, no se tiene ningún inconveniente en cambiarlo, todo está estudiado para que los papás sepan realizarlo y los bebés estén limpios y cómodos. El pañal tiene tantas historias como la humanidad, y aquí se relata una porción de ella.

En los años 40, el pañal era una tela rectangular con un grosor de algodón, que se doblaba de una manera muy compleja, sobre todo para los padres, fue en este tiempo cuando en el país de Suecia los pañales empezaron ser descartable y hechos con una hoja de celulosa,

en cambio en Estados Unidos se inventó la cubierta sea de plástico para que no derrame líquidos.

El pañal desechable para ya en los años 50 era un artículo de lujo, usado en ocasiones especiales, y por familias de buena economía, estos pañales eran de diseño sencillo.

A pasar el tiempo los pañales se fueron desarrollando ya con una mejor tela, una mejor cubierta más suave, y así comenzó su transformación que para los años 70, entró en una competencia a nivel mundial y bajaron los precios para que el consumidor los pueda adquirir, Johnson & Johnson fue la primera empresa en que innovó los pañales con cintas adhesivas, pero aun así existían problemas, ya que no permitía el buen desarrollo del sistema óseo del bebe entre las piernas por el grosor del pañal.

Posteriormente después de una década, se empezaron a dar nuevas innovaciones para la comodidad del bebe.

En Ecuador existen diferentes fábricas y distribuidoras de pañales y artículos para bebes, como (Huggies, Johnson & Johnson, Kimberly Clark, Otelo & Fabell, Zaimella) proveedor de pañales y toallas húmedas, (farmacéutica Disfor S.A, La Popular, Farmaservicio) proveedor de fórmulas y cremas para bebé, (Importadora Bohórquez, Baby's Ecuador, E'baby Ecuador) proveedor de artículos varios, la empresa Zaimella es la primera en vender pañales y artículos de bebés en Ecuador hace 25 años, fue fundada en el año de 1995, ya que ellos son una empresa española, donde encontraron que en Ecuador no había este tipo de mercado y pues decidieron establecer la fábrica en Quito, hoy por hoy es la empresa líder en venta de esta línea de productos.

La pañalera “MaBaby” nace de la mente de uno de los 4 hermanos que son socios para dicho negocio, con la idea de emprender una pañalera ya que tiene necesidad de superación propia, de porque le apasiona trabajar con algún vínculo destinado a los bebés, ser independiente y de ayudar en la economía de otras familias, por medio de plazas de trabajo, quién hace 3 años decidió estudiar la carrera de administración de empresas para capacitarse y tener conocimiento necesario, así pues llevar a cabo aquel emprendimiento, el nombre es obtenido de su imaginación con “Ma” de las iniciales de su nombre Mabel y “Baby” pues porque se relaciona con este tipo de consumidor, los 4 hermanos que actualmente son los socios se llaman, Ronny Sánchez C, Ronald Sánchez C, Bolívar Sánchez C, y Mabel Sánchez C, se

encuentran de acuerdo, en que todo el proceso que se quiere llevar a cabo, por medio de un plan de negocio es lo correcto y así quieren lograr tener en un futuro un buen desarrollo de la empresa.

## **1.2 Marco teórico:**

### **Plan de negocios**

Se conoce como plan de negocio a un documento que debe estar escrito por la persona que va emprender el negocio, o el empresario en sí, quien en ese papel u archivo va estar establecido desde la idea principal del emprendimiento y llevar todo el proceso a cabo, para luego hacer una observación y análisis, donde quede constancia de que será un proyecto viable o no viable o si funcionó para una mejora dentro de su empresa.

Para (Laza, 2015), anuncia que:

Un plan de negocio también se lo conoce como un proyecto de negocio o plan de empresa, en cuyo documento se detalla lo que se va hacer en el negocio, así como el planteamiento de sus objetivos, estrategias, proceso productivo, inversión necesaria, y cuál será la rentabilidad proyectada.

Se define el plan de negocio como un documento, donde esté detallado cada proceso que se quiere realizar dentro del negocio y analizar si existe pérdidas o ganancias en el mismo.

Para (González, 2016), estructura “El plan de negocio, a través de una combinación de la planeación estratégica y un plan de empresas, determinando una fusión estratégica de un novedoso plan de negocio”.

El plan de negocio también puede ser aliado con otros tipos de planes como el de empresa o estrategias, que ayuden a llevar un mejor planteamiento al objetivo que se quiere llevar a cabo.

Para (Oscar Romero, 2018), definen:

Un plan de negocios es un documento donde se demuestra de forma muy convincente como se debe vender los suficientes productos o servicios,

que sean rentables, y lo más atractivos para los potenciales inversionistas, el plan de negocios se basa en un esquema donde se describe cómo se materializa y cómo se resolverá problemas o necesidades de los futuros clientes.

En este caso el plan de negocio se basa a como se debe vender los productos o servicios, pero sin dejar a un lado que debe estar detallado en un documento que permita ver el desarrollo de cada estrategia o idea que se plasme para que el negocio de un resultado positivo, resolviendo cada problema que surja al momento de ir realizando.

Para (Juliá, 2019), defiende que:

El plan de negocio debe ser interactivo, es decir continuamente actualizado, porque el fundamento de cualquier negocio está en saber dar respuestas a las necesidades y reacciones de sus clientes, adaptando la gestión a lo que pide el mercado.

El plan de negocio debe ser un documento que se debe ir actualizando al transcurso del tiempo, esto permite que los productos o servicios brindados, alcance a dar esas respuestas a los clientes o consumidores.

Para (Weinberger, 2019), según:

El plan de negocio es una herramienta de comunicación, un documento escrito que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa.

El plan de negocio permite comunicarse de forma clara y precisa, en el trayecto de la creación de un negocio, por el cual el emprendedor se va guiando y pueda observar los puntos que son necesario para emprender y darse cuenta si pueden ocupar un espacio en el ámbito empresarial.

Según los autores antes citados, el plan de negocio para ellos es una herramienta muy importante al momento de emprender un negocio, es un documento que permite ver el progreso del proyecto y cómo el emprendedor puede poner en práctica diferentes procesos, para al final ver los resultados y darse cuenta que si la empresa puede crecer, alcanzar el éxito, o simplemente no puede ser factible y buscar una mejor solución al problema adquirido.

### **Estructura de un Plan de Negocio**

Para (Pérez-Sandi, 2002) debe estar estructurado así:

1. Título y caratula
2. Índice
3. Resumen ejecutivo
4. Mercadeo y competencia
5. Producto y/o servicio
6. Fabricación
7. Proyecciones financieras

Para (Financiera, 2002), se estructura de la siguiente manera:

1. Descripción del Negocio
2. Nichos de mercado deseados
3. Selección de la cobertura territorial del negocio
4. Definición del posicionamiento de negocio deseado
5. Propuesta única de negocio
6. Inversión básica para iniciar el negocio
7. Metas financieras
8. Qué vender para alcanzar las metas financieras
9. Definición inicial de precios
10. Medios de marketing para el negocio
11. Metas de marketing
12. Metas para el desarrollo de nuevos productos
13. Materiales de promoción

Para (Rivera, 2005) se estructura así:

1. Resumen ejecutivo
2. Descripción del negocio
3. Descripción del mercado
4. Plan general
5. Ventas y distribución
6. Aspectos financieros
7. Anexos

Para (Lloreda, 2016) el plan de negocio debe estructurarse de esta manera:

1. Información general
2. Descripción general del negocio
3. Descripción de productos y/o servicios
4. Análisis de mercado
5. Organización para la producción y el servicio
6. Mercadotecnia
7. Análisis Financiero

Los autores antes mencionados, en sus definiciones sobre estructura de un plan de negocio dan a entender que es el proceso y las fases que debe tener la creación de un plan de negocio, para al final llevar un orden y llevar todo mejor organizado al momento de querer emprender una empresa.

### **Emprendedor**

El emprendedor es la persona más importante al momento de realizar un proyecto, ya que es él, el quien genera las ideas, es la persona que crea oportunidades de crecer tanto personal y ayudando a las demás personas generando empleos.

(Romero, 2002), señala que “Son personas que destacan por su capacidad de crear e innovar, que no se conforman con la forma en que se hacen las cosas, sino que inventan nuevas formas de algo y así, mejorar lo existente”.

Define al emprendedor como una persona con una gran capacidad de transformar algo, en algo mejor, innovando, creando ideas, entre otras.

(Duarte, 2009), según “El emprendedor es alguien que empieza a percibir que hay algo para hacer que todavía no existe... y lo hace, usando para ello “la empresa”, “la organización”, definida como un proyecto que se pone en ejecución”.

El autor antes mencionado, define al emprendedor como una persona que percibe que hace falta dentro de una empresa u organización, para llevarla a cabo creando estrategias, ideas, planeación, etc.

Para (Navarrete, 2010), en la revista Ventas define:

Que cada persona es emprendedora, porque todos deciden alguna vez en su vida emprender en cualquier ámbito. Todos emprendemos algo en la vida, en la profesión, una idea, una familia, un sueño, etc. Algunos emprenden planes largos, ambiciosos y generan historias y cambios positivos, también existen emprendedores de eventos y planes negativos que han marcado la historia. Así mismo otros simplemente van más despacio realizando emprendimientos pequeños.

Para este autor el emprendedor son todas las personas, ya que no necesariamente emprenden en un negocio, más bien también lo hacen en su vida personal, generando diferentes tipos de ideas, que pueden ser a corto o largo plazo.

Para (Schnarch, 2014), define en su libro “Emprendimiento exitoso” que:

El emprendedor es un visionario, es ese creador que todos llevamos dentro. Todos nacemos con esa cualidad y eso define la manera en que vemos, oímos, sentimos y vivimos las experiencias. Esta cualidad puede florecer, si es alimentada, de lo contrario, sin estimulación, se trunca y muere.

Manifiesta que el emprendedor es la persona visionaria, que es arriesgado, que le gusta vivir experiencias, para así darse cuenta si lo que él está emprendiendo o creando le da resultados, busca la manera de llevar un mejor proyecto.

(Rodríguez, 2015), define “al emprendedor persona con autoconfianza y características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos”.

El autor antes mencionado sostiene que el emprendedor es una persona con carácter, capaz de crear ideas, de innovar, donde ve oportunidades, para brindar un mejor servicio o producto al cliente o consumidor.

Los autores que se mencionaron anteriormente, en conjunto dan a definir que el emprendedor es quien es capaz de llevar una empresa, micro empresa, u organización, de la forma en que toma decisiones de innovar, dar ideas, estrategias, que pueden ser a corto y largo plazo, dependiendo la magnitud del proyecto, es la persona con un carácter fuerte, con anhelo de tomar la iniciativa del plan.

### **1.3 Marco conceptual:**

**Valores corporativos:** (Mejía, 2019), los valores corporativos, son elementos de la cultura, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes, y propietarios.

**Misión:** (Fleitman, Negocios exitosos, 2000), el concepto de misión suele ser definido como el modo en que los empresarios líderes, y ejecutivos deciden hacer realidad su visión.

**Visión:** (Fleitman, Negocios exitosos, 2000), la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

**Emprendedor:** (Kuratko, 2002), un emprendedor, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

**Liderazgo:** Un líder debe inspirar confianza, respeto, responsabilidad, disciplina y hacer que el ambiente con sus trabajadores sea estable para una mayor productividad.

**Planeación:** (Ponce, 2004), la planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de

operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización.

**Pasos de planeación:** (Ponce, 2004);

1. Detección de la oportunidad de acuerdo con: El mercado, la competencia, lo que desean los clientes, las fortalezas y las debilidades.

2. Establecimiento de objetivos y metas: Donde se desea estar, que se quiere lograr y cuando.

3. Consideración de las premisas de planeación: En qué ambiente (interno o externo) operarán los planes.

4. Identificación alternativas: Cuales son las alternativas más prometedoras para alcanzar los objetivos.

5. Comparación de alternativas: Qué alternativa proporcionará la mejor posibilidad de cumplir las metas con el costo más bajo y las mayores utilidades.

6. Elección de una alternativa: Selección del curso de acción a seguir.

7. Elaboración de planes de apoyo, como los planes para: Comprar equipo, comprar materiales, contratar trabajadores, desarrollar un nuevo producto

8. Expresión numérica de los planes mediante la elaboración de presupuestos tales como: Volumen y precio de ventas, gastos de operación necesarios para los planes, gastos para equipos de capital.

**Estudio del mercado:** (Kotler B. y., 2002), el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

**Estrategia:** (Strickland., 1998), la estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la organización.

**Clima organizacional:** (Chiavenato., 2009), el clima organizacional se refiere al ambiente existente entre los miembros de la organización. Está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional.

**Marcas:** (Kotler P. , 2002), considera que ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo u otro símbolo, una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios"

**Logotipo:** (negocios), dice que es un diseño gráfico distintivo y reconocible, un nombre estilizado, un símbolo único, que sirva para identificar a una organización.

**Servicio al cliente:** (Lovelock, 1997), el servicio al cliente, implica actividades orientadas a una tarea, que no sean la venta preactiva, que incluye interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.

**Comunicación:** Se basa en la confianza entre cada uno de los colaboradores y directivos, contando con el diálogo, saludos cordiales y que exista democracia para mantener el orden, de manera que esto permita un ambiente apto y fomentar la productividad.

## **1.4 Marco jurídico:**

Hay que resaltar que las leyes para una empresa es algo fundamental e importante para poder encaminar o llevar de la mejor manera el proyecto y así saber a qué regirse como emprendedor.

### **1.4.1 Constitución de la República del Ecuador**

De acuerdo a la constitución de la república del Ecuador en la sección segunda de Ambiente sano el:

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Así mismo en la sección octava Trabajo y seguridad social el:

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

No obstante, en la sección novena Personas usuarias y consumidoras en el:

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

En el capítulo quinto Función de Transparencia y Control Social

De acuerdo a la sección tercera Contraloría General del Estado en el:

**Art. 212.-** Serán funciones de la Contraloría General del Estado, además de las que determine la ley:

1. Dirigir el sistema de control administrativo que se compone de auditoría interna, auditoría externa y del control interno de las entidades del sector público y de las entidades privadas que dispongan de recursos públicos.

2. Determinar responsabilidades administrativas y civiles culposas e indicios de responsabilidad penal, relacionadas con los aspectos y gestiones sujetas a su control, sin perjuicio de las funciones que en esta materia sean propias de la fiscalía general del Estado.

3. Expedir la normativa para el cumplimiento de sus funciones.
4. Asesorar a los órganos y entidades del Estado cuando se le solicite.

En el capítulo cuarto Soberanía económica

De acuerdo a la sección séptima Política comercial en el:

**Art. 304.-** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

En el capítulo sexto Trabajo y producción

De acuerdo a la sección tercera Formas de trabajo y su retribución en el:

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Así mismo en la sección quinta Intercambios económicos y comercio justo en el:

**Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva

la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

### **Régimen del buen vivir**

Así mismo en la sección octava Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales en el:

**Art. 385.-** El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

#### **1.4.2 Plan nacional de desarrollo 2017-2021 toda una vida.**

De acuerdo al plan nacional de desarrollo, toda una vida en el

**Eje 1:** Derechos para todos durante toda la vida tiene como:

- Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.
- Armar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades.
- Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

**Eje 2:** Economía al Servicio de la Sociedad

Esta norma menciona que la economía está al servicio de la población para garantizar los derechos y en ella interactúan los subsistemas públicos, privado, y popular y solidario; los tres requieren incentivos y regulación del aparato público.

- Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización.
- Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria.
- Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

**Eje 3:** Más sociedad mejor estado:

- Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía.
- Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social.
- Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

**1.4.3 Ley Orgánica de defensa del consumidor**

**Art 1-** Las disposiciones de la presente ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda la interpretación de esta ley, se la aplicarán en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

Derechos y obligaciones de los consumidores

**Art 4-** Derechos del consumidor: son derechos fundamentales del consumidor, a más de lo establecido en la constitución política de la República tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbres mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferta en bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, Incluyendo los riesgos que pudieran prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra publicidad engañosa o Abusiva los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir auspicios del Estado para la Constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será resultado Al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantengan un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

#### La Publicidad Y Su Contenido

**Art. 6.-** Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

#### **1.4.4 Ley orgánica de regulación y control del poder de mercado**

**Art. 1.-** Objeto.- El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.

#### **1.4.5 Ley orgánica de emprendimiento e innovación**

**Art. 1.-** Objeto y ámbito. La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

#### Capítulo III Fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios

**Art. 12.-** Registro Nacional de Emprendimiento. El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

## **1.4.6 Ley orgánica de simplificación y progresividad tributaria**

### **Régimen impositivo para microempresas**

#### Capítulo I

##### Normas Generales

**Art. 97.19.-** Inclusión en el Régimen. - Los contribuyentes previstos en este título, deberán sujetarse obligatoriamente a este régimen mediante la actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC) para lo cual el Servicio de Rentas Internas implementará los sistemas necesarios para el efecto. El Servicio de Rentas Internas rechazará la sujeción al régimen cuando no se cumplan los requisitos establecidos en este Título. Sin perjuicio de lo anterior, el Servicio de Rentas Internas podrá realizar de oficio la inclusión a este Régimen, cuando el contribuyente cumpla las condiciones establecidas para el efecto. Los contribuyentes que se inscriban al RUC en este régimen, iniciarán su actividad económica con sujeción al mismo, mientras que aquellos a los que corresponda actualización de su RUC, estarán sujetos a partir del primer día del ejercicio fiscal siguiente al de su inclusión. Las microempresas permanecerán en este régimen, mientras perdure su condición, sin que en ningún caso su permanencia sea mayor a cinco (5) ejercicios fiscales, posteriormente, se sujetarán al régimen general.

**Art. 97.21.-** Deberes formales. - Los contribuyentes que se acojan a este régimen cumplirán los siguientes deberes formales:

1. Comprobantes de venta: Los contribuyentes estarán obligados a entregar facturas según lo previsto en la normativa tributaria aplicable y solicitarán comprobantes de venta por sus adquisiciones de bienes y contratación de servicios;

2. Contabilidad: Estarán obligados a llevar contabilidad de conformidad con esta Ley;

3. Presentación de declaraciones: deberán presentar declaraciones de impuesto a la renta, al impuesto al valor agregado (IVA) y a los consumos especiales (ICE) conforme lo previsto en este título; y, 4. Los demás que establezca el reglamento.

## **Capítulo II**

### Del impuesto a la renta

**Art. 97.23.-** Declaración y pago del impuesto. - Los contribuyentes sujetos a este régimen presentarán la declaración anual del impuesto a la renta y realizarán el pago en las formas y plazos establecidos en el reglamento.

### **Registro Único de Contribuyentes.**

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente. El RUC registra información relativa al contribuyente como, por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras. Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

### **1.4.7 Ley de la Propiedad Intelectual**

#### **Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: la Propiedad Industrial, Derecho de Autor y las Obtenciones Vegetales.

Propiedad Industrial se refiere a la protección que tiene toda persona natural o jurídica sobre sus invenciones, diseños industriales, circuitos integrados, marcas, signos distintivos, lemas comerciales y otros elementos relacionados con el mercado, la industria y el comercio.

Derecho de Autor se encarga de proteger los derechos de los creadores sobre las obras literarias o artísticas, esto incluye: libros, textos de investigación, software, folletos, discursos, conferencias, composiciones musicales, coreografías, obras de teatro, obras audiovisuales, esculturas, dibujos, grabados, litografías, historietas, comics, planos, maquetas, mapas, fotografías, videojuegos, entre otros.

Obtenciones Vegetales es una forma de Propiedad Intelectual sui generis. El Derecho de Obtentor se otorgará a la persona que haya creado una variedad vegetal, cuando esta sea nueva, distinta, homogénea y estable, y se le hubiese asignado una denominación que constituya su designación genérica.

#### De los Derechos Conferidos por la Marca

**Art. 216.** El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial. La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones que signifiquen modificaciones o alteraciones secundarias del signo registrado.

**Art. 217.** El registro de la marca confiere a su titular el derecho de actuar contra cualquier tercero que la utilice sin su consentimiento y, en especial realice, con relación a productos o servicios idénticos o similares para los cuales haya sido registrada la marca, alguno de los actos siguientes:

a) Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca registrada, con relación a productos o servicios idénticos o similares a aquellos para los cuales se la ha registrado, cuando el uso de ese signo pudiese causar confusión o producir a su titular un daño económico o comercial, u ocasionar una dilución de su fuerza distintiva.

Se presumirá que existe posibilidad de confusión cuando se trate de un signo idéntico para distinguir idénticos productos o servicios;

b) Vender, ofrecer, almacenar o introducir en el comercio productos con la marca u ofrecer servicios con la misma;

c) Importar o exportar productos con la marca; y,

d) Cualquier otro que por su naturaleza o finalidad pueda considerarse análogo o

asimilable a lo previsto en los literales anteriores. El titular de la marca podrá impedir todos los actos enumerados en el presente artículo, independientemente de que éstos se realicen en redes de comunicación digitales o a través de otros canales de comunicación conocidos o por conocer.

### **Patentes y marcas**

La patente es obligatoria para las empresas, con un pago anual. En cuanto al manejo de marcas es necesario para asegurar la protección de la propiedad intelectual, tanto del nombre como de los diseños que se realicen para la empresa.

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de la Propiedad para sacar la patente se requiere:

- Solicitar la clave de acceso para la declaración del impuesto a la patente:

Presentar:

- Formulario de inscripción de patente
- Copias de cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC de la empresa
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- Correo electrónico personal y número de teléfono
- Declarar el impuesto a la patente en el sitio web del municipio o entidades bancarias.

### **Para registrar una marca se requiere:**

- Solicitar la búsqueda fonética de marca
- Realizar el pago correspondiente:
- Informe de búsqueda general de Signo Distintivo.
- Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado)
- Realizar el trámite de solicitud de registro inscripción de marca.

#### **1.4.8 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.**

**Art. 3.-** Objeto. - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

#### **1.4.9 Código de trabajo**

**Art. 1.-** Ámbito de este Código. Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

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

#### **1.4.10 Código de la niñez y adolescencia**

**Art. 27.-** Derecho a la salud. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a disfrutar del más alto nivel de salud física, mental, psicológica y sexual. El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende:

1. Acceso gratuito a los programas y acciones de salud públicos, a una nutrición adecuada y a un medio ambiente saludable;

2. Acceso permanente e ininterrumpido a los servicios de salud públicos, para la prevención, tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los servicios de salud públicos son gratuitos para los niños, niñas y adolescentes que los necesiten;

3. Acceso a medicina gratuita para los niños, niñas y adolescentes que las necesiten;

4. Acceso inmediato y eficaz a los servicios médicos de emergencia, públicos y privados;

5. Información sobre su estado de salud, de acuerdo al nivel evolutivo del niño, niña o adolescente;

6. Información y educación sobre los principios básicos de prevención en materia de salud, saneamiento ambiental, primeros auxilios;

7. Atención con procedimientos y recursos de las medicinas alternativas y tradicionales;

8. El vivir y desarrollarse en un ambiente estable y afectivo que les permitan un adecuado desarrollo emocional;

9. El acceso a servicios que fortalezcan el vínculo afectivo entre el niño o niña y su madre y padre; y,

10. El derecho de las madres a recibir atención sanitaria prenatal y postnatal apropiadas.

Se prohíbe la venta de estupefacientes, sustancias psicotrópicas y otras que puedan producir adicción, bebidas alcohólicas, pegamentos industriales, tabaco, armas de fuego y explosivos de cualquier clase, a niños, niñas y adolescentes.

#### Derechos de protección

Art. 52.- Prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen. Se prohíbe:

1. La participación de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes publicitarios, en producciones de contenido pornográfico y en espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad;

2. La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso;

3. La publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso;

4. La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan; y,

5. La publicación del nombre, así como de la imagen de los menores acusados o sentenciados por delitos o faltas. Aun en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente mayor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado.

#### **1.4.11 Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario**

##### Permiso de funcionamiento

**Art. 3.-** El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente.

**Art. 4.-** La Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, otorgará de forma automatizada el Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, a excepción de los establecimientos descritos en el inciso anterior.

##### Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento ARCSA

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, los requisitos son;

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Categorización otorgada por el Ministerio de producción (MIPRO) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

#### **1.4.12 Permisos Municipales de Funcionamiento.**

Este permiso o documento se lo obtiene en el Municipio de la ciudad de Guayaquil, para lo que se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del RUC.
- Copia de Nombramiento o Representante Legal.
- Copia de la Cédula y papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de la Planilla de Energía Eléctrica.
- Formulación de declaración para obtener la patente.

#### **1.4.13 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.**

Esta documentación se la entrega el departamento de Bomberos previa inspección, para lo cual se presentarán los siguientes documentos.

- Copia del RUC.
- Copia del Nombramiento o Representante Legal.
- Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Planilla de energía eléctrica.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA EMPLEADA**

El tema que se presenta es investigar y observar qué metodología de forma general emplear al proyecto para la preparación, estructuración y el estudio de la misma, en una combinación de estudios técnicos y científico para analizar y sintetizar la información, que permita realizar de la mejor manera este proyecto, a continuación, se especifica las herramientas a utilizar, enfoque de la investigación, tipos de investigación y métodos.

#### **2.1 Enfoque de la investigación**

En el proyecto que se realiza se utiliza un enfoque mixto, el cual implica el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo, por medio del enfoque mixto se analizará cuáles son las variables necesarias para el desarrollo de un plan de negocio para la creación del emprendimiento de la pañalera.

##### **Cualitativo**

Se utiliza un enfoque cualitativo ya que de esta manera se analizará el proyecto. El enfoque cualitativo es subjetivo ya que es por medio de entrevistas, que se les harán a expertos en la investigación deseada, por medio de este enfoque principalmente se verificara para saber cuáles son las cualidades ya sean estas positivas o negativas y luego examinar lo que es conveniente para el proyecto.

Por otro lado, se busca una exactitud en los resultados de la entrevista y así analizar cómo se puede llevar acabo un buen plan de negocio con recomendaciones de expertos en la investigación que se está realizando, por ejemplo, ver como cada uno de ellos define el plan de negocio, como lo aplican a sus empresas, que estrategias toman ante distintas situaciones, entre otras.

##### **Cuantitativo**

Se utiliza un enfoque cuantitativo en la que se recopilan datos y cantidades por medio de una encuesta, para analizar sus respectivas verificaciones de las teorías planteadas y así

divisar si es conveniente o no emprender el dicho negocio, las preguntas son tipo dicotómicas, politómicas y cerradas en las cuales dos son dicotómica, una politómica y siete preguntas tipo cerrada.

El enfoque cuantitativo es objetivo se realizaron encuestas, pero solo a una cierta muestra de cantidad de la población de la ciudad de Guayaquil, en la parroquia Febres Cordero ya que es una población muy extensa, en la cual se desea verificar que resultados brinda las personas encuestada acerca del emprendimiento de la pañalera “MaBaby”, como, por ejemplo, ¿qué productos consumiría?, ¿si creen que es necesario implementar a este negocio otros productos pero dirigidos al mismo mercado?, ¿las marcas de los productos que desean consumir?, entre otras. Es importante mencionar que en la investigación cuantitativa es fiable, porque se escoge una muestra exacta de la población, también se la considera generalizable va dirigida a distintas edades, lo cual hace que los resultados obtenidos sean más precisos y considerados a la hora de evaluar.

## **2.2 Tipos de investigación**

En este proyecto los tipos de investigación son descriptiva y explicativa, en la cual se realizará y se analizará un estudio de campo en el proyecto.

### **Descriptiva**

El beneficio de la investigación descriptiva, es necesario ya que permite observar e interpretar cada detalle hasta lo más mínimo que pueda perjudicar a la creación del plan de negocio para el presente proyecto, que se conocerá por medio de las objeciones, ¿Qué? ¿Como?, ¿Cuándo? y ¿Donde?, en el presente trabajo se investiga a fondo todas las particularidades que son necesarias para crear un negocio, por medio de estudios donde evaluará si es factible crear este proyecto, que se realizará para el año entrante 2021, en el sur de la ciudad de Guayaquil, parroquia Febres Cordero, donde se llevará a cabo por medio de un plan de negocio que será examinado para obtener un mejor resultado.

## **Explicativa**

Se eligió explicativa para conocer que es necesario para crear un negocio y cuáles serían esos pasos que se deben realizar, el tipo de estudio explicativo especifica el ¿Por qué? y el ¿Para qué? de la investigación.

Los fundamentos primordiales por los que se comenzó la investigación, es debido a que no existe un negocio dedicado a la venta de pañales, es escaso en el sur de la ciudad de Guayaquil y es por eso que se crea un plan de negocio que permita que se realice este proyecto, para que se pueda desarrollar de la mejor manera y satisfacer la necesidad del consumidor, además de solucionar cualquier problemática en el estudio realizado.

## **2.3 Métodos de investigación**

### **2.3.1 Método teórico**

#### **Análisis y Síntesis**

A lo largo de esta investigación se necesitó recurrir a distintas fuentes como bibliotecas virtuales, libros, plataformas, tesis entre otras donde se analizó, sobre el plan de negocio, sobresaliendo varias informaciones, datos, que son de mucha importancia para determinar con claridad la problemática que se puede encontrar dentro de este proyecto que se está realizando de crear un plan de negocio para la creación de pañalera “MaBaby”, donde también se aplicará encuestas y entrevista a distintas personas que estén dirigidas a este tipo de negocio para obtener un mayor estudio a algún problema que se presente dentro de la creación. Por otra parte, asimismo otorga la interpretación de los resultados que se obtuvieron en la encuesta que se realizó de manera en que se escogió una muestra del sector a ubicar el negocio, y se le realizó entrevista también a expertos en emprendimientos y dueños de pañaleras porque la finalidad de esto es investigar y examinar cuales son los pasos que se debe seguir de manera correcta.

Para este tipo de investigación se pudieron estudiar o indagar algo cercano a 21 libros, 3 revistas de negocios, donde se pudo encontrar temas sobre el plan de negocio, el emprendedor y varios conceptos necesarios a la investigación, con un total aproximado de 24 autores, desde años antiguos hasta el año 2019 con el fin de conseguir discernimiento acerca del desarrollo de un plan de negocio y quien es el emprendedor y que debe realizar dentro del proyecto a ejecutar

y así mejorar teniendo en cuenta el cambio que tiene con el paso de los años. En el transcurso de los autores que fueron surgiendo mediante la investigación, los más sobresaliente fueron Rafael Alcaraz Rodríguez y Karen Weinberger quienes aportaron conceptos más claros y precisos.

### **Inductivo-deductivo**

Para este presente método de investigación se aplicó el método inductivo en el cual se pudo encontrar que en la creación de este proyecto de establecer una pañalera, existía una escasez de este tipo de línea o de mercado comercial en el sur de la ciudad de Guayaquil que con el tiempo se ha observado que hace falta, la intención es crear este proyecto de la mejor manera por medio de un plan de negocio siguiendo todo los procesos de una manera clara y entendible y ponerle fin a las causas que no permita el desarrollo de la misma y así satisfacer a este grupo de consumidor.

Por lo tanto, en el método deductivo se logró obtener diversos razonamientos sobre diferentes asuntos, los mismos en que se examinan los resultados que se obtuvieron en las preguntas realizadas a los encuestados y a las personas que se les realizó la entrevista para poder establecer deducciones, en las cuales se estudia y distingue cada una de las opiniones, examinando las falencias para que sean corregidas al momento de crear la pañalera “MaBaby” el cual necesita un plan de negocio para poder perfeccionar el desarrollo y así llevar a cabo el emprendedor un buen proyecto y obtener buenos resultados.

### **Histórico-lógico**

Se aplicó este método ya que se tuvo que acudir a realizar indagaciones en investigaciones a diferentes antecedentes en cuanto al plan de negocio, en el cual se tomaron en cuenta, cuál fue su origen, la evolución que ha tenido hasta la actualidad.

Asimismo, se hace referencia a la historia de las pañaleras al crecimiento y progreso que ha tenido a lo largo del tiempo, en el que se puede conocer acerca de cómo va evolucionando. Básicamente se conoció la historia de cómo el plan de negocio ha ido cambiando y así poder aplicarlo de una manera actualizada en este proyecto.

### **2.3.2 Método empírico**

#### **Entrevista**

Se permitió obtener información mediante una conversación en un encuentro de manera formal y con su debida planificación, esta entrevista se la preparó específicamente para 3 personas que tienen experiencia y conocimiento en la creación de un plan de negocio para una pañalera, de manera que ha sido beneficiosa para el desarrollo de la investigación.

Sr. Cristhian Guevara con título de Ingeniero Comercial, quien es emprendedor y cuenta con una pañalera “Mis primeros pasos” tiene una amplia experiencia en este ámbito.

Sra. Gabriela Concha obtiene un título de Contadora Pública Autorizada, y tiene un emprendimiento de decoraciones para eventos “DecorStar”.

Srta. Geraldine Sandoya con título de Licenciada en Administración de Empresas, quien obtiene con sus conocimientos y experiencia una pañalera en Durán “Pekes”

#### **Fases de la entrevista**

La entrevista que se realizó está formada por cuatro fases que a continuación se presentan:

- Preparación
- Inicio o apertura
- Central
- Final

#### **Preparación**

Se efectuaron una serie de preguntas las mismas que fueron sacadas del presente proyecto que por lo consiguiente las preguntas son sobre plan de negocio. La entrevista está formada por cinco preguntas para poder adquirir más información del entrevistado, por otra parte, la entrevista se llevará a cabo en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil.

## **Inicio o apertura**

Esta entrevista se realizó al dueño del local pañalera D`Bebes ubicada en el sur de la ciudad de Guayaquil, que tiene como finalidad conocer su criterio acerca de la creación de un plan de negocio, y otros temas referentes a la pañalera, es importante resaltar que la entrevista tuvo una duración de 15 minutos.

Como apertura, la entrevista inició con esta pregunta:

**¿Qué es para usted el plan de negocio?**

## **Central**

A continuación del desarrollo de la entrevista para saber más sobre la pañalera, se realizó las siguientes preguntas:

**¿Qué es lo que el cliente valora más de un negocio?**

**¿Ha intentado cerrar su negocio y cuáles serían las causas?**

**¿Cuánto tiempo tiene la empresa ejerciendo su actividad?**

Acorde va progresando la entrevista se va obteniendo conocimiento acerca de los beneficios que son necesarios para emprender este negocio de pañalera “MaBaby”

## **Final**

Como último punto, posteriormente luego de conocer acerca del conocimiento del entrevistador con relación a la creación de un plan de negocio para pañalera “MaBaby” se formuló la última pregunta:

**¿Qué recomendaciones daría para este emprendimiento?**

Ya que, esta fue la última pregunta que se realizó, se adjuntó toda la información recibida mediante la entrevista, para realizar un análisis que posibilite al entrevistador desarrollar el plan de negocio para la creación de una pañalera “MaBaby” en la ciudad de Guayaquil.

## **Encuesta**

La finalidad de realizar la encuesta es obtener información relativa que permita analizar el entorno de la microempresa a crear y los hábitos de compra que tienen los consumidores acerca de estos productos. Esta investigación cuantitativa permitirá elaborar un buen plan de negocio que sea tanto innovadoras y tecnológicas que satisfagan las necesidades de los clientes.

El instrumento que se utilizará para llevar a cabo la recolección de información secundaria será mediante encuesta con preguntas cerradas, es decir que se hará personalmente, estas encuestas van dirigidas a la población de la parroquia Febres Cordero, para saber cuál será el progreso y el comportamiento de esta población. Se puede recalcar el uso de las preguntas de escala de Likert, mismas que se analizan para la obtención de resultados sobre las consecuencias que puede traer si se desarrolla un mal plan de negocio.

### **2.3.3 Métodos estadísticos**

#### **Estadística Descriptiva**

Es imprescindible para interpretar y ejecutar un estudio a los resultados e información obtenida en las entrevistas y encuesta, la cual se le realizará a la población en la ciudad de Guayaquil sector parroquia Febres Cordero y a 3 expertos en la materia de emprender por medio del plan de negocio. Este método concederá el resultado de las encuestas en gráficos y los criterios u opiniones en la entrevista con el fin de dar a conocer los resultados de la investigación cualitativa y cuantitativa.

#### **Tipos de muestreo**

##### **Muestreo probabilístico**

En este muestreo se escogió el muestreo aleatorio simple, que posibilite que cada habitante de la población escogida, tenga la misma posibilidad de ser seleccionado, ya que no existirá ninguna prioridad sobre alguien, sino sacar un resultado en general de lo que la población opina y quiere al momento de que se emprenda un nuevo proyecto en el sector a realizar este negocio.

## **Población y Muestra**

En relación con los datos del último censo de población y vivienda presentados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010 (INEC), se conoce que existe aproximadamente 343.836 habitantes en la parroquia Febres Cordero del cantón Guayaquil. Los mismos que formarán parte de la población en análisis en esta investigación.

### **Cálculo de la muestra**

Para realizar el cálculo de la muestra se procederá a emplear un muestreo probabilístico, en donde todos los elementos que conforman la población tengan la misma oportunidad o probabilidad de poder ser escogidos para la realización de este estudio, por ende, de los 343.836 habitantes de la parroquia Febres Cordero, se realizara el respectivo cálculo para obtener la muestra para este proyecto.

A continuación, se va a describir la fórmula empleada para efectuar el respectivo cálculo de la muestra:

**FÓRMULA:**

$$N = \frac{N * Z_{\alpha^2} * P * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha^2} * P * q}$$

En donde:

N= Total de la población

Z<sub>α<sup>2</sup></sub>= nivel de Confianza

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= precisión

En correspondencia a los datos antes escritos se procederá a efectuar el cálculo de la respectiva muestra con los siguientes valores:

$$N = 343.836$$

$$Z_{\alpha/2} = 95\% (1.96)$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$e = 5\%$$

$$N = \frac{343.836 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(5\%)^2 * (343.836 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = 384 \text{ tamaño de la muestra}$$

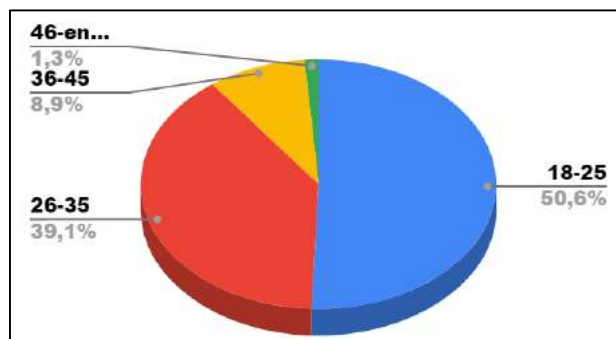
## 2.4 Análisis de los resultados

La finalidad de realizar la encuesta es para obtener información necesaria que permita analizar el entorno de la microempresa a crear, los hábitos de compra que tienen los consumidores acerca de estos productos.

Esta investigación cuantitativa permitirá elaborar un buen plan de negocio que satisfagan las necesidades de los clientes.

## Análisis de la encuesta

**Gráfico 1 ¿Edad?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

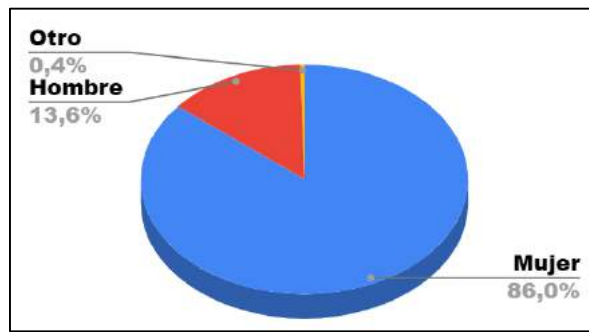
**Tabla 1 ¿Edad?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
18-25	194	50,60%
26-35	150	39,10%
36-45	35	8,90%
46-EN ADELANTE	5	1,30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

Se ha analizado que existe muchas personas jóvenes en el sector encuestado con un alto porcentaje con la edad de 18-25 años, con un total de 50,6%, esto se analiza para ver qué tipo de clientes se van a enfrentar, al querer introducir un nuevo mercado de servicio pañalera.

**Gráfico 2 ¿Género?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

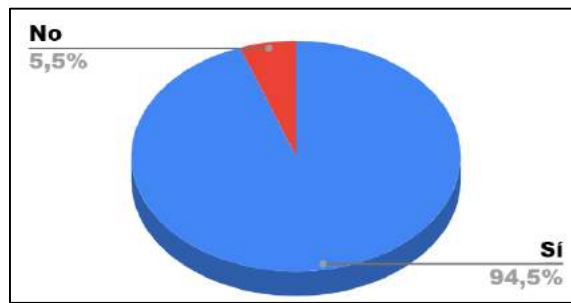
**Tabla 2 ¿Género?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
MUJER	200	95%
HOMBRE	184	5%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

En esta encuesta se trató de realizar a la mayoría de mujeres, con un porcentaje de 86,0% para así saber a ciencia exacta la edad y saber que están en edad de concebir hijos, también conocer que piensan sobre la creación de este tipo de negocio.

**Gráfico 3 ¿Tiene hijos en edad materna?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

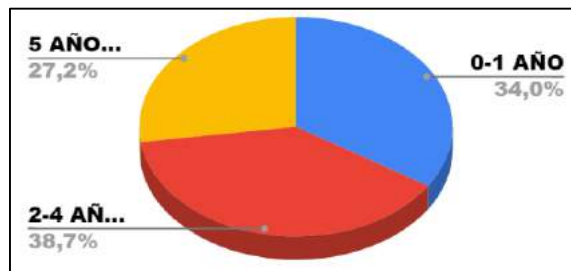
**Tabla 3 ¿Tiene hijos en edad materna?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
NO	21	5,50%
SÍ	363	94,50%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

Se analiza que existe muchos niños con un porcentaje de 94,5% que necesitan de este negocio y que no tienen dónde encontrar el servicio que se ofrece, por ende, es una de las oportunidades que se tiene para crear el negocio.

**Gráfico 4 ¿De qué edad son sus hijos?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

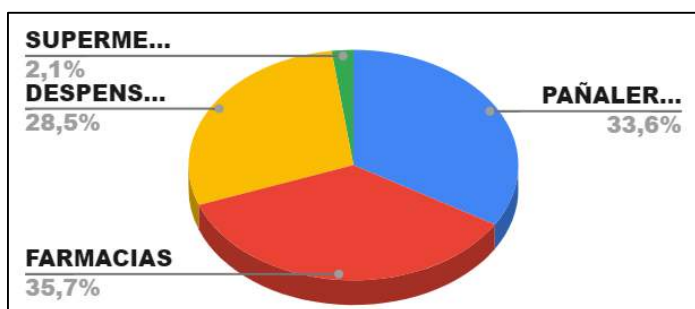
**Tabla 4 ¿De qué edad son sus hijos?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
<b>0-1 AÑO</b>	131	34,00%
<b>2-4 AÑOS</b>	149	38,70%
<b>5 AÑOS</b>	104	27,20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

Se determina que existe por hogar al menos un niño que usa pañales y también otros productos que ofrecerá la pañalera, por lo que es una ventaja para poner el emprendimiento.

**Gráfico 5 ¿Dónde suele adquirir los productos de uso materno?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

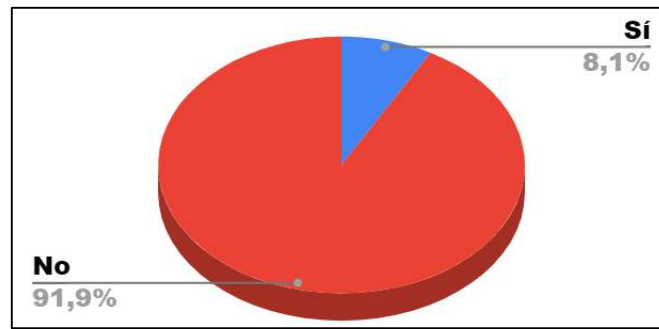
**Tabla 5 ¿Dónde suele adquirir los productos de uso materno?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
PAÑALERAS	129	33,60%
FARMACIAS	137	35,70%
DESPENSAS	110	28,50%
SUPERMERCADO	8	2,10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

Los encuestados suelen adquirir sus productos en farmacias con un porcentaje de 36,7% ya que ven que no existe este negocio por el sector, pero sin duda el 33,6% busca las pañaleras así les toque irse un poco más lejos para conseguir estos productos por ende es conveniente poner una pañalera ya que la mayoría de los encuestados donde suelen comprar los artículos es en este tipo de servicio, que se ofrecerá al cliente para tener una mayor comodidad.

**Gráfico 6 ¿Cuenta usted con una pañalera cerca de su hogar?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

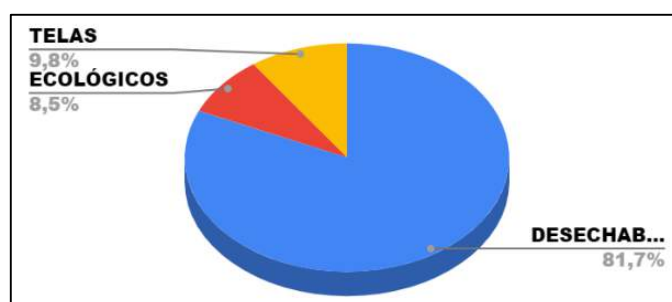
**Tabla 6 ¿Cuenta usted con una pañalera cerca de su hogar?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SÍ	31	8,10%
NO	353	91,90%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

El 91,9% de los encuestado en este sector de Guayaquil, no cuentan con este tipo de negocio por lo que analizando los resultados les gustaría contar con una pañalera.

**Gráfico 7 ¿Qué tipo de pañales usa sus hijos?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

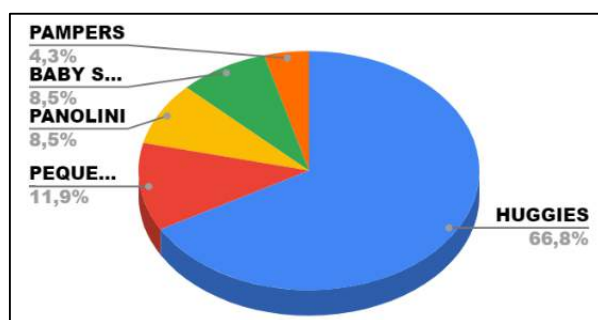
**Tabla 7 ¿Qué tipo de pañales usa sus hijos?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
DESECHABLES	313	81,70%
ECOLÓGICOS	33	8,50%
TELAS	38	9,80%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

En esta tabulación se puede observar que los encuestados usan productos desechables para sus hijos con un porcentaje de 81,7%, que como respuesta para el negocio se observa que es necesario comprar mercadería de este tipo de material.

**Gráfico 8 ¿Qué marcas son de su preferencia al momento de comprar pañales?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

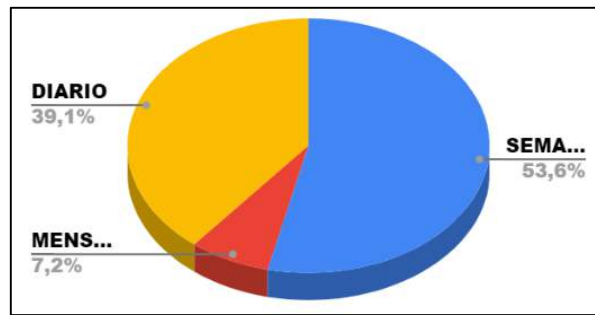
**Tabla 8 ¿Qué marca son de su preferencia al momento de comprar pañales?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
HUGGIES	266	66,80%
PEQUEÑÍN	48	11,90%
PANOLINI	35	8,50%
BABY SEC	35	8,50%
PAMPERS	20	4,30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

Se analiza que el producto estrella de una pañalera para este sector son los productos Huggies, ya que tienen un mayor porcentaje de 66,8%, en el que los encuestadores tienen más confianza y seguridad con el producto.

**Gráfico 9 ¿Con qué frecuencia compra artículos para sus hijos?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

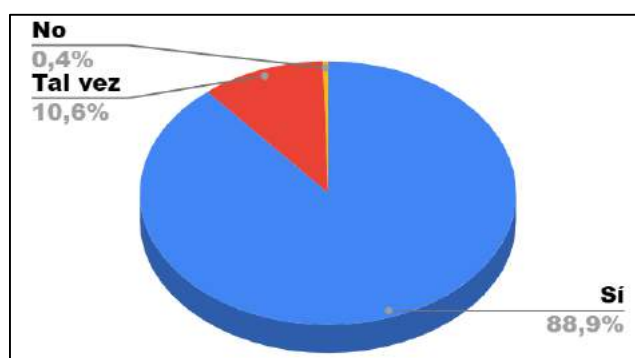
**Tabla 9 ¿Con qué frecuencia compra artículos para sus hijos?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
DIARIO	150	39,10%
SEMANTAL	28	7,20%
MENSUAL	206	53,60%
TOTAL	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

Se determina que ubicar la pañalera con productos de venta al por mayor y menor es favorable ya que los encuestados suelen comprar semanal porque les resulta conveniente y ahorro a su bolsillo con un porcentaje de 53,6%.

**Gráfico 10 ¿Le gustaría obtener un servicio a domicilio?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

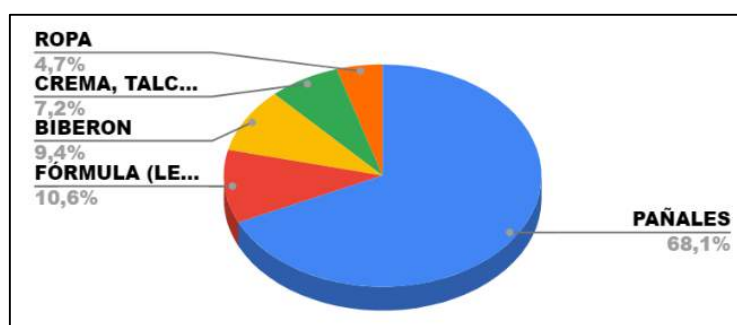
**Tabla 10 ¿Le gustaría obtener un servicio a domicilio?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SÍ	341	88,90%
NO	41	10,60%
TAL VEZ	2	0,40%
TOTAL	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

En la actualidad las personas no tienen tiempo para realizar sus compras y que mejor manera de brindar un servicio a domicilio, que por las encuestas realizadas se obtiene un porcentaje alto con 88,9% de confianza de adquirir este servicio para la comodidad de ellos mismo y así ellos cumplen con todos sus quehaceres en sus casas, y la empresa le brinda satisfacción en lo que requieran los clientes.

**Gráfico 11 ¿Cuáles son los productos que compran con mayor frecuencia para su hijo?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

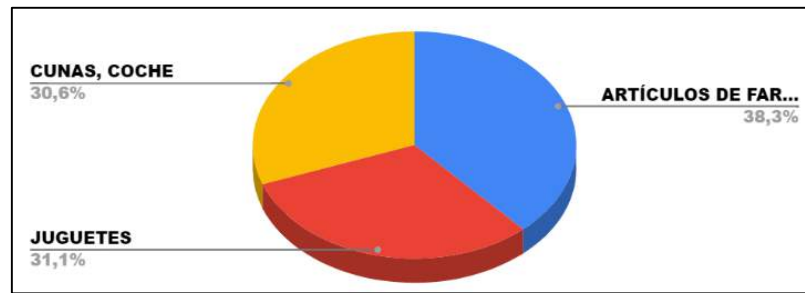
**Tabla 11 ¿Cuáles son los productos que compran con mayor frecuencia para sus hijos?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
PAÑALES	268	68,10%
FÓRMULA	46	10,60%
BIBERÓN	37	9,40%
CREMA, TALCO, LOCIÓN	33	7,20%
ROPA	22	4,70%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

Se muestra con estos porcentajes que tipo de artículos se debe vender y que cantidad de mercadería se necesita, también cabe recalcar que los encuestados se han inclinado por adquirir más productos de pañales con un porcentaje de 68,1%, este es el que se adquirirá más para el proyecto.

**Gráfico 12 ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera?**



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

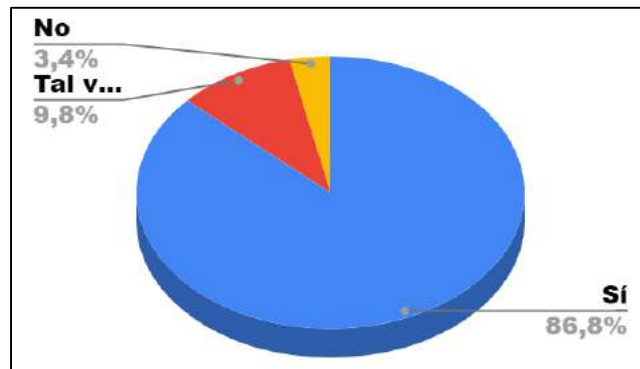
**Tabla 12 ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
CUNAS, COCHE	118	30,60%
JUGUETES	119	31,10%
ART. DE FARMACIA	147	38,30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado: Edith Sánchez**

Esta pregunta está basada en expandir el negocio con varios artículos, que los clientes no tengan que irse lejos a conseguirlo si no que todo se encuentre en este servicio para su bebe.

**Gráfico 13 ¿Le gustaría comprar artículos para sus hijos por internet?**



**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

**Tabla 13 ¿Le gustaría comprar artículo para sus hijos por internet?**

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SÍ	333	86,80%
NO	13	3,40%
TAL VEZ	38	9,80%
TOTAL	384	100,00%

**Fuente: Encuesta  
Elaborado: Edith Sánchez**

El análisis de esta pregunta en la encuesta es para determinar si es necesario que los clientes compren por medio de internet, ahora que en la actualidad la tecnología es un medio que tiene mucha ventaja, y pues observado los resultados los encuetados están de acuerdo con un 86.8% de adquirir productos por internet.

## **Análisis de la entrevista**

En el presente proyecto se realizaron 3 entrevistas a 3 expertos en la que a continuación se tendrá el análisis.

El análisis de las entrevistas permite conocer diferentes opiniones y conocimientos de distintos expertos en la materia, quienes aportaron con grandes ideas en sus entrevistas, para poder crear un buen plan de negocio, en sí observar cuales han sido esas dificultades, esas ventajas y desventajas que se dieron en su camino de emprender, pues por ende este proyecto como empresa a recién crearse, le es muy importante tener estas bases de conocimiento para realizar un buen estudio y plasmar las decisiones correctas que se deben tomar y obtener un buen resultado con un proyecto factible.

### **Ver Anexo**

Entrevista 1, pág. 97

Entrevista 2, pág. 99

Entrevista 3, pág. 101

## **2.5 Herramientas de análisis**

Para este proyecto se decide justificar su desarrollo por medio de un análisis del FODA, CAPA Y PEST, que permita ayudar a identificar cuáles son las maneras de poder llevar a cabo este proyecto, por medio del análisis PEST, que es macroentorno, en lo político, económico, social y tecnológico, y por otro lado, el análisis FODA y CAPA, que permitirá saber cuáles serán esas amenazas, debilidades, fortaleza y oportunidades, que ayudara para observar y desarrollar que variables usar y así mejorar el proyecto.

A continuación, se presenta los análisis del PEST, FODA y CAPA del presente proyecto:

## **2.5.1 Análisis PEST**

### **Político**

En Ecuador recién se posesionó el presidente Guillermo Lasso en mayo 24 del 2021, quien hoy por hoy no se puede dar un diagnóstico sobre su trabajo en la presidencia, pero es quien, si ha prometido al país un mejor futuro, ya que el gobierno anterior del Lcdo. Lenin Moreno fue un gobierno inestable, que desde el año 2019 se encuentra en orfandad política, durante su mandato se han suscitado cambios políticos y económico ya sea en empresa privada y pública. Por otro lado, los emprendedores tienen mucha oportunidad, con proyectos que se ha realizado como: plan toda una vida, mucho mejor Ecuador, apoyo financiero y la variedad de recursos que ofrece el país lo ha impulsado a seguir emprendidos a nivel nacional.

### **Económico**

Ecuador enfrenta una situación económica un poco compleja sobre todo en las entidades públicas, pero por otro lado el PIB el primer semestre del 2021 alcanzó un crecimiento de 2.8% de acuerdo al PIB del 2020. Ecuador, que enfrenta problemas financieros que le han llevado a contraer más deuda externa y que está revisando sus metas económicas, calculó en el primer mes del año se registró una inflación mensual de 0,18%, aunque la inflación anual (de enero 2020 a enero 2021) fue la más baja en al menos 11 años al ubicarse en -1,50%.

Por otro lado, lo que resta del 2021 a causa de una pandemia a nivel mundial hizo decaer aún más la economía del país, así lo informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

### **Social**

Dentro de la sociedad en Ecuador el cuidado de los niños es uno de los puntos más importantes en la cual INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) la natalidad de lo que va del año 2019 es de 187.804 y de mortalidad es de 45.689, en el año 2021 aún no se muestran resultados exactos ya que por motivo de pandemia covid-19 no existe un control estable, por otro lado el objetivo del emprendimiento de una pañalera es de mucha importancia ya que la industria de productos para bebés siempre se mantiene en constante movimiento.

Tomando el tema del desempleo, la tasa de desempleo ha aumentado por motivo de la pandemia covid-19 con un porcentaje del 6.6% según el INEC, pasó a ser una preocupación dentro del país.

## **Tecnológico**

La tecnología en Ecuador no representa un avance significativo, el cual no ha permitido avanzar de manera correcta en el mercado competitivo, pero esta variable no tiene efecto negativo y no representa una desventaja ya que los productos que se comercializarán son productos finales, ya terminados listo para la venta por el momento se tiene lo deseado para realizar este proyecto.

No obstante, el gobierno a través de su plan toda una vida, quiere consolidar la soberanía y eficacia de los sectores estratégicos para un cambio industrial y tecnológica.

### **2.5.2 Análisis DAFO**

#### **Debilidades**

- Poca experiencia y conocimiento.
- Financiación limitada.
- No cuenta con un plan de Marketing.

#### **Amenazas**

- Entrada de nuevos competidores.
- Red de distribuidores y proveedores alcen sus precios.
- Productos sustitutos.

#### **Fortaleza**

- Variedad de productos.
- Servicio de excelente calidad.
- Precios justos y competitivos.

#### **Oportunidades**

- Utilización de canales de ventas. (redes sociales)
- Demanda del producto en el mercado.
- La incentivación y fomentación de los microemprendimientos en el país.

### **2.5.3 Análisis CAPA**

#### **Corregir**

- Se consultará e investigará a personas capacitadas e incluso tomar cursos para poder comprender mejor y ponerlo en práctica dentro de la empresa.
- Se busca información acerca de instituciones financieras que ayuden a brindar un préstamo conveniente para el negocio.
- Se Investigará e implementará estrategias que permitan el desarrollo de promociones para la pañalera y así obtener nuevos clientes.

#### **Afrontar**

- No quedarse atrás y dejar que la competencia interfiera, se debe usar estrategias para fidelizar a los clientes, ya sea con cómodos precios, atención de calidad, entre otras ventajas competitivas.
- Se creará una buena alianza con los distribuidores y proveedores, y no solo elegir uno, si no como mínimo tres en las cuales se tenga variedad de precios y productos.
- Pues en este proyecto se busca no solo dirigirse a un solo producto sino implementar otros, e igual los productos que se vendan sean de mayor calidad y así para poder tener diferentes entradas de ingresos.

#### **Potenciar**

- Se buscará la manera en que los productos sean de calidad, sean los que cuenten con mayor innovación y mantenerse en el auge de la comercialización de estos productos.
- Cada cierto tiempo capacitar a los colaboradores de la empresa y sepan dirigirse a los clientes de la mejor manera.
- Siempre estar a la vanguardia de los precios siendo justos por medio de que una persona este actualizando la información que se rige dentro de la empresa, llevando un buen control.

## **Aprovechar**

- Se deberá aprovechar al máximo las redes sociales, plataformas digitales, que son los medios más utilizados actualmente.
- Exhibir variedad de productos, correspondiente a la pañalera, ya que en el sector existe unos escasos de los mismos para ganar clientela, implementando los mejores estándares de productos.
- Informarse de las ayudas que brinda el gobierno y si es necesario ponerlas en marcha.

## CAPÍTULO III

### DESARROLLO DE LA PROPUESTA

#### 3.1 Precisiones acerca de la propuesta

##### 3.1.1 Título de Propuesta:

Plan de negocio de la pañalera “MaBaby” que está ubicada al suroeste de la ciudad de Guayaquil, parroquia Febres Cordero, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores ya que no existe ningún local que proporcione esta línea de productos y artículos.

##### 3.1.2 Objetivo de Propuesta:

Implementar el plan de negocio para la creación de la pañalera “MaBaby” y que promueva el comercio de la misma, dirigida al suroeste de la ciudad de Guayaquil, parroquia Febres Cordero.

##### 3.1.3 Descripción de la Propuesta:

Para llevar a cabo la propuesta antes mencionada se ejecutará un cronograma que permita la realización de la misma, desarrollando un sin número de actividades que son las siguientes:

#### 3.2 Cronograma de ejecución de las actividades del proyecto

Tabla 14 Cronograma de ejecución del proyecto

FASES	2do Sem. 2021	1er. Trim. 2022	2do. Trim. 2022	3er. Trim. 2022	4to Trim. 2022
Recopilación de información	X				
Adecuación del local		X			
Trámites de permisos y funcionamiento del local para la pañalera		X			
Compra de activos			X		
Compra de mercadería			X		
Contratar personal				X	
Planeación de ventas y promociones por apertura				X	
Apertura del negocio					X

Elaborado: Edith Sánchez.

En el cuadro anterior se puede observar las fases de cómo se va a ir desarrollando cada una de estas, en que tiempo se dará, el tiempo estimado es durante un año, en el cual se va desarrollando desde la recopilación de información hasta que sea la apertura del negocio.

Por otra parte, a continuación, se muestran los presupuestos necesarios para la realización de este proyecto.

**Ver anexos, pág. 103 - 112**

### **3.3 Factibilidad de la aplicación**

La ejecución del proyecto que se está realizando es factible ya que cumple con todas las expectativas requeridas:

#### **Factibilidad administrativa**

Debido a que se ejecutarán las acciones de manera correcta para que la empresa MaBaby sea gestionada siempre con los requerimientos en las distintas áreas, administrando el área comercial, el área financiera, el área contable, el área de talento humano entre otros, mismos que son necesarios para mantener el orden dentro de la empresa.

#### **Factibilidad comercial**

Es importante analizar el microentorno del proyecto ya que es factible comercialmente porque ayuda a los emprendedores de esta microempresa a ver como los consumidores se establecen y posicionan la marca en sus mentes, esto representa una ventaja competitiva y busca garantizar la fidelidad de los clientes mediante la aplicación y el diseño de una ventaja diferenciada en los productos y servicios que esta microempresa desea ofertar.

#### **Factibilidad ecológica**

Dentro del proceso de pañalera MaBaby, se implementarán los respectivos procesos de gestión de calidad, para poder mantener una buena imagen corporativa frente a los competidores y los clientes.

**Bonificación de las acciones proactivas:** Las acciones proactivas dentro de la compañía pueden traer varios frutos:

- Simplificación de gastos innecesarios dentro de la corporación.

- Buena identidad corporativa frente a los rivales y clientes.

### **Políticas de protección ambiental**

- Preparación al personal capacitándolos sobre la importancia de la gestión ambiental dentro de la corporación.
- Creación de planes estratégicos para el ahorro de Gastos dentro de la empresa.
- Delegar a un trabajador a gestionar ideas, planes y ahorros con relación al medio ambiente.
- Fijar un reporte semestral de gestión ambiental mediante los socios correspondientes de la compañía.

### **Factibilidad aspecto financiero**

En este ámbito se considera que es factible ya que se ha hecho todo los presupuestos e inversiones requeridas y concluye en que todo se ha hecho en un buen orden de manera que no se ha obtenido ningún inconveniente al momento de crear este proyecto, ya que consta con un buen aspecto financiero.

El estudio presupuestario realizado determina que este proyecto es factible porque se cuenta con un TIR (tasa interna de retorno) de 79% lo que significa que se ha obtenido un VAN (valor actual neto) de \$260.124,68. Al obtener un TIR positivo, representa dos cosas: recuperamos la inversión (los \$70.064,65), obtenemos el retorno que buscábamos al establecer la tasa (los \$70.064,65 más el 12%).

### **Factibilidad legal**

Hay que resaltar que las leyes para una empresa es algo fundamental e importante para poder encaminar o llevar de la mejor manera el proyecto y así saber a qué regirse como emprendedor. Es factible en este ámbito ya que se cumplirá con todas las leyes necesaria para llevar a cabo este proyecto.

- Constitución de la República del Ecuador.
- Régimen del Buen Vivir.
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 toda una vida.

- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.
- Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria.
- Servicio Nacional de Derecho Intelectual (SENADI).
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
- Código de Trabajo.
- Código de la Niñez y la Adolescencia.
- Reglamento Sustitutivo para Otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario
- Permisos y Ordenanzas Municipales de Funcionamiento.

#### **Factibilidad aspecto operativo**

En el aspecto operativo es factible ya que se ha elegido la estructura matricial para este negocio ha sido seleccionado porque cumple las dos maneras de estructura que es la funcional y la proyectada.

- Genera unión,
- Agilizan los procesos,
- Comparte información, recursos, y se amplían habilidades.

Así se enriquece a todo el talento de la empresa, permite poder manejar mejor los retos y objetivos complejos de este negocio.

#### **Factibilidad social**

Por este medio es factible ya que se tendrá en cuenta la aceptación que tiene la sociedad con este proyecto, así mismo será de mutua transparencia y participación en la que se otorgará a los comprador y consumidores.

### **Factibilidad técnico-tecnológico**

En este estudio se analiza la macro y micro localización de la empresa a emprender, en la cual ayudara a examinar si es factible o no su ubicación, para este proyecto con todo el estudio ya realizado se comprueba que para su aplicación es correcto y accesible, no existe ningún impedimento que logre no colocar esta empresa en el sector de Guayaquil al suroeste.

Por otro lado, en lo tecnológico se usará todas las aplicaciones necesarias que permitan llevar un mejor avance en la empresa por medio de la tecnología.

### **Factibilidad en innovación**

Será factible en innovación porque se ira implementando los productos, artículos, la tecnología, que se van desarrollando y avanzando en el mundo por medio de la invocación dentro de la empresa.

## **3.4 Propuesta**

### **Visión**

Consolidar en el 2026 como una excelente empresa líder en calidad e innovación de productos para bebés en el sur oeste de la ciudad de Guayaquil, García Goyena y la 35, obteniendo un crecimiento continuo y ampliando al mercado ecuatoriano, a través del desarrollo constante de un estudio de mercado.

### **Misión**

La empresa “MABABY” está dedicada a la comercialización de productos de bebés con los mejores estándares de calidad y amplia gama de variedades, a un precio accesible satisfaciendo las necesidades de los clientes a través de cada estilo y gusto de preferencia, generando una experiencia de compra, dando como resultado poder competir en el mercado nacional.

## Valores corporativos

- **Responsabilidad:** - Cumplimiento de todas las tareas asignadas a esta empresa, en su tiempo establecido con mucho empeño, mediante la toma de decisiones que sea para el bien común de todos.
- **Transferencia:** - Garantizar confiabilidad, que permita que todas personas se comporten de una forma clara, precisa, veraz en todo ámbito.
- **Respeto:** - Reconocer, aceptar y comprender a todas las personas sus decisiones y opiniones vertidas.
- **Lealtad:** - Cumplir y actuar con rectitud en cada una de las decisiones tomadas ya sea de la organización, los colaboradores y clientes.

## Isologo

Gráfico 14 **Isologo**



**Elaborado: Edith Sánchez**

El isologo comprende de texto e imagen en conjunto.

- El color blanco simboliza lo puro e inocente, así también la limpieza, la paz y la virtud.
- El verde simboliza la juventud, la esperanza y la nueva vida, también simboliza la acción y lo ecológico.
- El morado es muy valorado en el mundo del marketing, puesto que simboliza la sofisticación y la elegancia.

## Filosofía de la microempresa

- Nos preocupamos por la felicidad del niño y la mamá.
- Innovar tecnológicamente de manera constante.
- Respetar las opiniones del personal y del cliente.
- Calidad en los productos y servicio a desarrollar.
- Confiar en la capacidad de los que conforman la microempresa.

## Información general del negocio

Tabla 15 Información general del negocio.

<b>INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO</b>	
<b>RAZÓN SOCIAL:</b>	SanCar S.A.
<b>NOBRE COMERCIAL:</b>	MaBaby
<b>DIRECCIÓN:</b>	García Goyena y la 35
<b>RUC:</b>	0956147300-001
<b>REPRESENTANTE LEGAL:</b>	Edith Sánchez
<b>SOCIO:</b>	Romy Sánchez
<b>SOCIO:</b>	Ronald Sánchez
<b>SOCIO:</b>	Bolívar Sánchez
<b>NUMERO DE EMPLEADOS:</b>	2
<b>ACTIVIDAD COMERCIO O GIRO:</b>	Comercialización de pañales al por mayor y menor
<b>PRODUCTO/SERVICIO:</b>	Servicio pañalera
<b>TAMAÑO DE LA EMPRESA:</b>	Microempresa
<b>SLOGAN:</b>	¡Estar cerca con Amor!
<b>MARCA:</b>	MaBaby

Elaborado: Edith Sánchez.

## 3.5 Estudio técnico

### Localización

La ubicación será en Ecuador en la provincia del Guayas.

## Localización de la empresa

### Macro localización

Se ha evaluado la macro localización de la empresa estará en el territorio nacional del País Ecuador, encontrando como punto referencial la Provincia del Guayas por la mayoritaria población de esta provincia, este negocio se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Guayaquil, en el cual sus aspectos geográficos, su cultura, el número de habitantes que es de 2.723.665, división política, edades, entre otras, ayudó a que los emprendedores encuentren el lugar específico para dicho emprendimiento.

### Micro localización

La Micro localización de la empresa comprenderá la ciudad de Guayaquil elegida por su gran potencial económico y de comercio, se obtuvo la disponibilidad de un local ubicado en la 35 y García Goyena, suroeste de la ciudad.

**Gráfico 15. Micro localización de la microempresa.**



**Fuente:** <https://www.google.com/maps/@-2.2009972,-79.9294062,17z>

**Elaborado:** Edith Sánchez.

### Determinación del tamaño de la planta

La microempresa comprende de 44 mts cuadrados en el cual contará con dos departamentos.

## Estructura de la empresa

La microempresa realizará la distribución del área contratada en base a departamentos u oficinas para que permita un mejor funcionamiento.

La distribución será de la siguiente manera, siendo un área total de 44mts cuadrado.

- Venta y Bodega.
- Administración y logística

**Gráfico 16. Estructura de la empresa.**



**Fuente:** [https://diagrams.visualparadigm.com/#G1rEiby3wLJC1yxdS34aE\\_gHFvyB5I](https://diagrams.visualparadigm.com/#G1rEiby3wLJC1yxdS34aE_gHFvyB5I)

**Elaborado:** Edith Sánchez.

### Tiempo normal de operaciones por turno

Se trabajará 8 horas diarias por 7 días de lunes a domingo.

Horario: 9:00 – 18:00

## 3.6 Análisis del mercado

### 3.6.1 Fuerzas Porter

#### Nuevos entrantes

Para este microemprendimiento casi no existen barreras de entrada debido a que donde estará ubicado no hay este tipo de negocio y se lo puede situar sin ningún inconveniente, ya

que existe demanda de este servicio en la actualidad, siempre suelen haber ciertas barreras como se muestra a continuación, pero esto no indica que exista una posibilidad de no asentar este negocio.

- No llegar a obtener un acuerdo con los proveedores o canales de distribución de los productos que se requiere para dicho emprendimiento.
- Falta de experiencia en los conocimientos para ingresar a este tipo de negocios.
- Requisitos y reglas que dificulten la facilidad de emprender un negocio.

### **Proveedores**

Para emprender este negocio se busca a los proveedores con mayor porcentaje en ventas para obtener promociones, descuentos y así un mejor posicionamiento en el mercado.

Los proveedores locales están más posicionados en el mercado de Guayaquil por lo tanto es una venta para optar por poner este negocio dedicado al servicio de pañalera.

### **Demanda (cliente)**

#### **Oferta y la demanda de servicio “Pañalera”**

La demanda de un servicio pañalera ha ido creciendo rápidamente, puesto que en la actualidad existe un buen porcentaje de natalidad en la ciudad de Guayaquil, el problema se da más sobre embarazos en adolescente por no tener el conocimiento suficiente.

Es esta la primera ciudad en tener una mayor población a nivel nacional, por ende, sabemos que es un servicio que no puede decaer fácilmente ya que cada día al menos nace un niño.

La demanda de pañales por día es sumamente mayor debido a que la población en la ciudad de Guayaquil es mayoritaria a nivel nacional.

### **Productos sustitutos**

Al momento solo existen productos sustitutos como pañales de telas. Pero observando la necesidad de los clientes, como el tiempo, no se considera una desventaja para el emprendimiento.

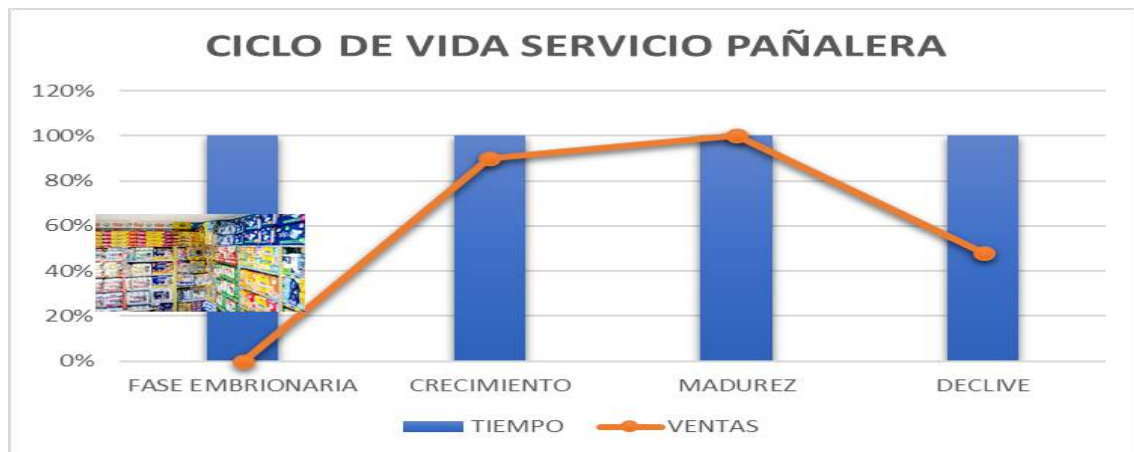
## Rivalidad de la industria

Competencia existen muchas, pero el objetivo en este momento que se desea colocar un servicio de pañalera en el sector de la 35 y Bolivia, es porque no hay abastecimiento de este producto para este sector, el cual se ha analizado y las únicas competencias pueden ser las tiendas, despensas y bazares que se encuentran alrededor del servicio que se desea emprender.

### 3.6.2 Estado de desarrollo del mercado

#### Ciclo de vida del mercado

Gráfico 17. Ciclo de vida del mercado.



Elaborado: Edith Sánchez.

La etapa de vida del producto en el mercado, es el transcurso mediante el cual los productos o servicios que se sacan al mercado cruzan una serie de periodos que van desde su inicio (idea) hasta su desaparición por otros más actualizados y más adecuados desde el punto de vista del cliente.

#### 1. Fase embrionaria.

En este caso se puede notar según la ilustración dada que el servicio pañalera se encuentran en la etapa de fase embrionaria ya que es un servicio nuevo ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil en García Goyena y la 35, el cual se desea posicionar por motivo de demanda en el mercado de dicho lugar.

## **2. Fase crecimiento.**

Luego se desea pasar a la etapa de crecimiento donde se requiere que el servicio se posicione en este sector y se pueda brindar calidad a los clientes para satisfacer sus necesidades.

## **3. Fase madurez.**

En la etapa de Madurez se debe alcanzar el 100% de la acogida de los clientes, brindando la confianza y lo mejor que estos requieran.

## **4. Fase declive.**

La etapa declive, es cuando han surgido nuevas barreras que sean mejores que el de servicio de esta pañalera, por eso se debe mantener en constante innovación, ofertas, descuentos y que así los consumidores y clientes requieran el servicio una y mil veces.

### **3.6.3 Innovación**

Innovar es algo fundamental para este servicio porque así podrá lograr posicionarse en el mercado y ser competitivo a lo largo del tiempo.

- Decoración del local.
- Promociones u ofertas.
- Servicios a domicilios.
- Tienda física y online.

Aspectos significativos y específicos

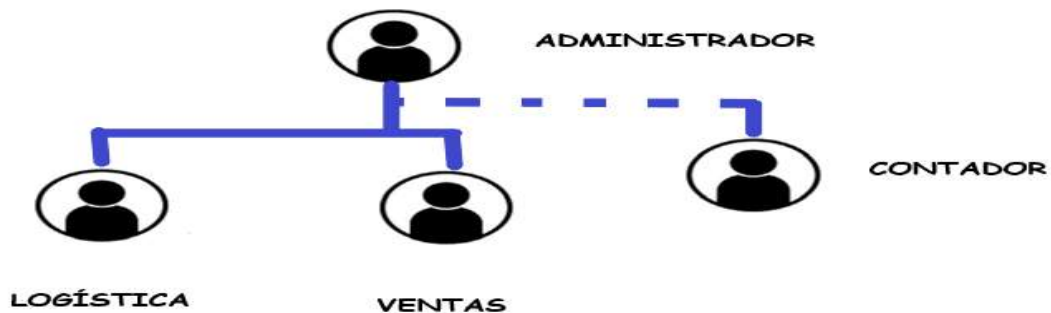
- Se logra vender en todas las estaciones del año.
- Localización del sector en demanda del producto.

### **3.6.4 Catálogo**

**Anexo, pág. 113 - 129**

### 3.6.5 Organigrama

Gráfico 18. Organigrama.



**Elaborado: Edith Sánchez.**

El gráfico anterior refleja como se dividirá el personal dentro de la microempresa, solo contara con un colaborador, que hara las funciones de administrador, logistica y ventas, y contara con un contador contratado en ciertos periodos.

### 3.6.6 Diseño de perfil de los puestos de trabajo.

#### **Perfil del administrador:**

Inspeccionar las actividades de administración, elaborando e interpretando las herramientas contables, tales como: registros, estados de cuenta, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para afianzar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.

#### **Funciones y/o actividades**

- Revisar los movimientos y registros contables, estados de cuentas, conciliaciones bancarias, entre otras.
- Llevar registro y control administrativo del presupuesto.
- Preparar y analizar cuadros relacionados con el movimiento y gastos administrativos.
- Dirigir el orden de las cuentas por cobrar y pagar.

#### **Perfil de ventas:**

Promover las ventas del material al público en general, atendiendo y suministrando información, a fin de brindar un buen servicio a los clientes de la compañía.

Funciones y/o actividades

- Atender e informar a los clientes y público en general sobre lo que se vende.
- Recibir y revisar el material de acuerdo a los pedidos.
- Preparar facturas y lleva el control de las ventas efectuadas.
- Dirigir el registro y control de existencia del material.
- Promueve y ofrece las nuevas promociones.

### **3.6.7 Estrategias de Marketing**

#### **Diferenciación del producto**

#### **Métodos de pagos**

Esta microempresa contará con tres tipos de forma de pago.

**Efectivo:** los pagos en efectivos se realizarán en la misma tienda física de pañalera “MaBaby”

**Crédito o Débito:** se realizará por medio de pagos en efectivo online o diferidos con diferentes tarjetas de créditos.

**Transferencias bancarias:** se utilizará la cuenta #2280745022 del Bco. Pichincha para los depósitos necesarios al momento de realizar la compra.

#### **Estrategias del servicio al cliente**

##### **Preventa**

Dar una buena atención al cliente, que sea efectiva y diferencial.

##### **Venta**

Vender productos que tengan un control de calidad que el cliente se sienta satisfecho y se fidelice con la empresa.

##### **Postventa**

Lograr que los clientes o consumidores den una buena recomendación a posibles compradores, ya que es imprescindible cuidar cada detalle con el fin de que se lleve a cabo cada etapa con transparencia y responsabilidad, y poder obtener un proceso exitoso para el bien común.

## **“4P del Marketing”**

### **Producto**

Según el estudio realizado, el negocio de la pañalera, ha podido identificar las necesidades de contar con un producto que satisfaga sus necesidades, lo cual ha estado cubriendo la demanda que existe en el mercado con sus líneas de pañales, ropa, juguetes y artículos varios de manera que se clasifican según el modelo de cada producto.

En la sección de pañales cuenta con distintos

Tamaños:

Pequeños

Medianos

Grandes

Marca:

- Huggies
- Pampers
- Panolini
- Pequeñín
- BabySec
- Nappis

Pañales ecológicos

En lo cual se destaca en brindar una buena adaptabilidad, resistencia y protección para los bebés sus beneficios para brindar mayor comodidad a los clientes estando a la vanguardia de las últimas tendencias.

En cuanto a la sección de ropa este proyecto tendrá varios tipos de modelos los cuales son:

Ajuares

Medias

Guantes

Toallas

Baberos

Cada modelo se diferencia según el material de cada producto de acuerdo a sus características.

En la sección de artículos varios cuenta con diseños diferentes como:

Juguetes

Biberón

Computas

Fórmulas (Tarro de leche)

Artículos de farmacia

Cada producto es diferente debido a los gustos de cada cliente, en lo cual tiene fácil elección para hacer una compra. Por lo que la empresa pañalera “MaBaby”, cuenta con diversos modelos para satisfacer los gustos y deseos del usuario.

### **Precio**

La microempresa pañalera “MaBaby” posee un estándar de precios variables en la venta de pañales, ropa y artículos varios, debido a que sus valores van de acuerdo con el modelo, tamaño, promociones que el cliente requiere.

La pañalera “MaBaby” cuenta con precios accesible y similares a la competencia, en vista que todos ofrecen el mismo tipo de mercadería, se lo propone a la microempresa incrementar diferentes productos que la competencia no tiene, por ejemplo: ropa, juguetes y artículos varios como biberón, tarro de leches etc. debido que, en la actualidad, las personas

tienen su tiempo muy corto como para salir de casa, por ende, estos productos beneficiaran a incrementar las ventas de la empresa.

A cuanto el pago se utilizará los tres tipos de métodos de pago, crédito, débito, efectivo, y transferencia bancaria.

### **Plaza (Distribución)**

La microempresa pañalera “MaBaby” distribuirá sus productos por medio del canal físico, en este caso el local estará ubicado en el suroeste de la ciudad de Guayaquil en las calles García Goyena y la 35.

El horario de atención será de lunes a viernes y fin de semana de 9:00 hasta 18:00, cabe indicar que este lugar no será el único medio por donde los clientes puedan solicitar información en cuanto a costos, características y por ende las cotizaciones de los productos de su interés, sino que también lo pueden solicitar por redes sociales en las tiendas online,



Instagram @MaBaby\_ec.



Facebook Pañalera MaBaby

Se propone mantener la atención y comercialización de los productos en las plazas establecidas y contará con un buen servicio a los clientes y a la vez una excelente salida de productos ya sea por medio de entrega a domicilio.

### **Promoción (Comunicación)**

La microempresa pañalera “MaBaby” se realizará y se llevarán a cabo actividades publicitarias que permitan conseguir una imagen favorable hacia la empresa, fomentando la compra de este y a su vez mejorar la fidelidad de sus clientes; y todo esto con el objetivo de dar a conocer al consumidor los productos como: pañales, ropa, artículos varios; que la empresa comercializa.

Para realizar la campaña publicitaria de la empresa pañalera “MaBaby” se ha considerado la publicidad por medio online ya que es un medio donde desde los usuarios más pequeños a los adultos usan redes sociales, la idea es hacer promocionar con el nombre de la



página en Pañalera



MaBaby, en @MaBaby\_ec y usando hashtag

#yousoproductosmababy y #estarcercaconamor. Publicando promociones, característica del producto, innovando con diferentes estrategias, videos, fotos, entre otros.

El otro medio es realizar publicidad por radio, serán cuñas de 30 segundo, se dará de lunes a viernes en horarios rotativos, son 5 cuñas por día.

Y por último la publicidad también se dará de forma física, en el local promocionando la empresa, con obsequios que lleven la marca de este, como tomatodos, globos, llaveros y muchos premios

### **3.6.8 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta**

Con el presente proyecto se espera crear una microempresa dedicada a brindar servicio de una pañalera en la ciudad de Guayaquil sector suroeste, ya que mediante las técnicas y los análisis realizados existe una gran aceptación, pero también se espera en un futuro expandirse a nivel nacional, con el objetivo de satisfacer la necesidad de los clientes que adquieran este servicio, obteniendo como resultado la fidelidad y que los productos sean reconocidos por su calidad y diseño.

Además del crecimiento del porcentaje de natalidad en el país, se contribuirá con el medio ambiente debido a que se venderá productos ecológicos, beneficiando de esta manera a la sociedad.

Lo fundamental para los clientes, es quien tenga una necesidad, podrá adquirir este servicio que ofrece la microempresa de una pañalera con el fin de recibir alguna consulta sobre precios y productos brindando excelencia en la atención.

Para la administración de este emprendimiento se espera con este proyecto fortalecer los conocimientos adquiridos, además de crecer económicamente y tener reconocimientos empresariales en este ámbito comercial, no solo aquí en Guayaquil si no a nivel nacional.

## CONCLUSIÓN

A través de la presente investigación se sustentó de manera teórica la importancia y los beneficios que tendrá la creación de una pañalera llamada MaBaby ubicada en la parroquia Febres Cordero del cantón Guayaquil. Asimismo, este estudio ayudo a conocer cuáles eran esas ventajas y desventajas del proyecto.

De la misma forma se elaboró los estudios de viabilidad para conocer la factibilidad del proyecto en ejecución y se pudo conocer que la creación de la pañalera en la parroquia Febres Cordero del cantón Guayaquil, será un negocio viable, que satisfaga la demanda de los consumidores en este sector ya que, como se ha mencionado en el estudio no existe en este lugar un local que se dedique a la venta de pañales y otros artículos agregados al proyecto, que promuevan este tipo de negocio por este sector, ayudando al país creando fuentes de ingreso y también para los emprendedores, de la misma manera los consumidores se sientan satisfecho por el servicio brindado.

## RECOMENDACIONES

- Por medio de los estudios de viabilidad se pudo comprobar que, en efecto, el presente plan de negocios para el establecimiento de la pañalera es rentable, por lo que se recomienda la ejecución del mismo.
- Se recomienda que conforme vaya teniendo acogida el negocio en el mercado local este tendrá que seguir innovando en la presentación de sus productos para continuar captando la atención del cliente.
- De la misma forma se recomienda también, realizar estrategia de marketing adecuada para dar a conocer el servicio que ofrecerá la empresa, a través de redes, volantes, entre otras con el fin de presentar su servicio y así llegar a tener un buen posicionamiento en el mercado.
- Se recomienda de la misma manera controlar que el personal de la empresa cumpla a cabalidad con todas las normas planteados en este estudio, para así garantizar que todo se cumpla con exactitud y tener un negocio impecable para los emprendedores y para el cliente o consumidor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica de éxito en la organizaciones.*
- Duarte, J. E. (2009). *Emprendedor. "Crear su propia Empresa"*. Starbook Editorial, S.A.
- Financiera, N. (2002). Nacional Financiera.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos.*
- Fleitman, J. (s.f.). *Plan de Negocio.*
- Gerber, M. E. (1997). *El mito del emprendedor.*
- González, A. L. (2016). *Plan estratégicos de negocios.* México.
- Juliá, J. M. (2019). *Cómo crear un plan de negocio útil y creíble.*
- Kotler, B. y. (2002). *El Marketing de Servicio Profesionales.*
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing, conceptos esenciales.*
- Kuratko, M. y. (2002). *Corporate Entrepreneurship.*
- Laza, C. A. (2015). *Planificación y apertura de un pequeño comercio.*
- Lloreda, E. Z. (2016). *El Plan de Negocio.*
- Lovelock, C. (1997). *Mercadotecnia de Servicio.*
- Mejía, C. A. (2019). revista, valores corporativo.
- Navarrete, H. (2010). *Revista Ventas.*
- negocios, D. d. (s.f.).
- Oscar Romero, A. S. (2018). *Plan de negocio, un enfoque práctico en el sector comercio.*  
Machala, Ecuador.
- Pérez-Sandi. (2002). *Estructura de un plan de negocio.*
- Ponce, A. R. (2004). *Administración Moderna.*
- Rivera. (2005). *Plan de Negocio para pequeñas empresas.*

Rodríguez, R. A. (2015). *El emprendedor de éxitos*. McGraw-Hill.

Romero, M. A. (2002). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: medición y propuestas de actuación*.

Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento Exitoso, como mejorar su proceso y gestión*.

Strickland., T. y. (1998). *Administración Estratégica*.

Weinberger, K. (2019). *Plan de negocio, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú.

# ANEXOS

## Anexos 1 Encuesta

Estimados(as), el presente cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión acerca de crear un plan de negocio que posibilite el emprendimiento de la pañalera "MaBaby". Le agradecemos su colaboración al completar las preguntas que aparece a continuación, y que le tomará un tiempo de aproximadamente de 6 mín. Le garantizamos la mayor discreción, será de gran valor para este estudio. MUCHAS GRACIAS.

### **1. ¿Edad?**

18-28

29-39

40 en adelante

### **2. ¿Género?**

Femenino

Masculino

### **3. ¿Tiene hijos en edad materna?**

Sí

No

### **4. ¿De qué edad son sus hijos?**

0 – 1 año

2 año – 4 años

5 años – en adelante

### **5. ¿Dónde suele adquirir los productos de uso materno?**

Pañaleras.

Farmacias.

Despensas.

Supermercados.

### **6. ¿Cuenta usted con una pañalera cerca de su hogar?**

Si.

No.

### **7. ¿Qué tipo de pañales usa sus hijos?**

Tela.

Ecológico.

Desechables.

**8. ¿Qué marcas son de su preferencia al momento de comprar pañales?**

Huggies.

Pequeñín.

Panolini.

Baby sec.

Pampers.

**9. ¿Con qué frecuencia compra artículos para sus hijos?**

Diario

Semanal

Mensual

**10. ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera?**

Juguetes.

Cunas, coches.

Artículos de Farmacias para bebés.

**11. ¿Le gustaría obtener un servicio a domicilio?**

Si

No

Tal vez

**12. ¿Qué otro artículo quisiera ver en la pañalera?**

Cunas, coches.

Juguetes.

Art. De farmacia

**13. ¿Le gustaría comprar artículos para sus hijos por internet?**

Si

No

Tal vez

## Anexos 2 Ficha de entrevista

Tabla 16 ficha de entrevista

<b>FICHA DE ENTREVISTADO</b>	
<b>EXPERTO</b>	
<b>FECHA</b>	
<b>LUGAR</b>	
<b>TEMA</b>	
<b>EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	
<b>Nº DE ENTREVISTADO</b>	
<b>NOMBRE DE LA ENTREVISTADORA</b>	

### GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado(a) entrevistado, ayúdeme con unos pequeños minutos de su tiempo para desarrollar la siguiente entrevista, cuyo objetivo será obtener información que servirá de útil ayuda a crear un emprendimiento.

“Crear un plan de negocio para el emprendimiento del servicio pañalera en el sur de la ciudad de Guayaquil”

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial, y no utilizadas para otros fines que no sean el objetivo antes mencionado.

1. **¿Qué es para usted el plan de negocio?**
2. **¿Qué es lo que el cliente valora más de un negocio?**
3. **¿Ha intentado cerrar su negocio y cuáles serían las causas?**
4. **¿Cuánto tiempo tiene la empresa ejerciendo su actividad?**
5. **¿Qué recomendaciones daría para este emprendimiento?**

### Anexos 3 Ficha de entrevista 1

Tabla 17 ficha de entrevista 1

<b>FICHA DE ENTREVISTADO</b>	
<b>EXPERTO</b>	
<b>FECHA</b>	13 DE FEBRERO DEL 2021
<b>LUGAR</b>	GUAYAQUIL
<b>TEMA</b>	PLAN DE NEGOCIOS
<b>EMPRESA</b>	“MIS PRIMEROS PASOS” Pañalera
<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	ING. CRISTHIAN GUEVARA
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	INGENIERO COMERCIAL
<b>N.º DE ENTREVISTADO</b>	1ER
<b>NOMBRE DE LA ENTREVISTADORA</b>	EDITH SÁNCHEZ CARRIÓN

### GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado(a) entrevistado, ayúdeme con unos pequeños minutos de su tiempo para desarrollar la siguiente entrevista, cuyo objetivo será obtener información que servirá de útil ayuda a crear un emprendimiento.

“Crear un plan de negocio para el emprendimiento del servicio pañalera en el sur de la ciudad de Guayaquil”

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial, y no utilizadas para otros fines que no sean el objetivo antes mencionado.

#### 1. ¿Qué es para usted un plan de negocio?

Un plan de negocios es comúnmente llamado al documento que reúne toda clase de información, que necesita o necesaria para evaluar, un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Para presentar el plan antes mencionado es importante para buscar el financiamiento, socios, inversionistas.

Es necesario este proyecto o plan para saber cómo se va a llevar a cabo una empresa la actividad.

## **2. ¿Cuál es la importancia de un emprendimiento en la actualidad?**

El emprendimiento en la actualidad es una de las formas de crecimiento económico, para ser independiente, es decir poder tener una mejor calidad de vida de acuerdo a las expectativas o metas que nos tracemos, lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento, muy aparte de lo que genere en nosotros también genera en el mercado lo cual hace que evolucione y crezca, creando demanda laboral, lo cual se necesitara personal que labore en sus negocios y esto hará que el salario reciba un aumento

## **3. ¿Considera que un emprendimiento relacionado a pañalera o artículos de bebe debe tener un plan de negocio?**

No importa cuál sea el emprendimiento, debe tener su plan de negocio, el cual debe ser pasmado con cuidado, detallando diferentes puntos, recursos, inversionistas, sector, etc. Aun el emprendimiento más pequeño con un buen plan de negocio puede llegar a convertirse en una gran empresa.

## **4. ¿Qué tipo de estrategias de marketing deben de realizar los emprendimientos?**

Existen varios puntos de estrategias en el campo del marketing y publicidad, el cual podríamos hablar de 4 puntos que serían la publicidad del contenido, el cual es una estrategia para influir directamente en los consumidores atreves de diferentes canales, su mensaje tiene que ser claro y directo. Buscando llegar al mayor número de personas.

La otra clase de publicidad seria informativa, que se encargaría de educar a los usuarios acerca del producto es decir a través de su contenido. La publicidad comparativa que es una toma as de las diferentes marcas que intentan señalar similitudes de contenidos. El contenido emotivo permite adentrarse en los usuarios al observar el contenido de la marca al mostrar momentos emotivos.

## **5. ¿Qué recomendaciones usted daría a este tipo de emprendimiento?**

Las recomendaciones que se realizaría a este tipo de emprendimientos como las pañaleras o cualquier tipo de emprendimiento es un plan de negocio estructurado lo más perfectamente que se pueda ejecutar.

## Anexos 4 Ficha de entrevista 2

Tabla 18 ficha de entrevista 2

<b>FICHA DE ENTREVISTADO</b>	
<b>EXPERTO</b>	
<b>FECHA</b>	15 DE FEBRERO DEL 2021
<b>LUGAR</b>	GUAYAQUIL
<b>TEMA</b>	PLAN DE NEGOCIO
<b>EMPRESA</b>	DECORACIONES PARA EVENTOS “DECORSTAR”
<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	CPA. GABRIELA CONCHA RAMOS
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA
<b>N.º DE ENTREVISTADO</b>	2DO
<b>NOMBRE DE LA ENTREVISTADORA</b>	EDITH SÁNCHEZ CARRIÓN

### GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado(a) entrevistado, ayúdeme con unos pequeños minutos de su tiempo para desarrollar la siguiente entrevista, cuyo objetivo será obtener información que servirá de útil ayuda a crear un emprendimiento.

“Crear un plan de negocio para el emprendimiento del servicio pañalera en el sur de la ciudad de Guayaquil”

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial, y no utilizadas para otros fines que no sean el objetivo antes mencionado.

#### 1. ¿Qué es para usted un plan de negocio?

Existen muchas definiciones, al cual me podría referir en lo que es un plan de negocio, como que es una gran herramienta fundamental, u punto de partida, una manera de organizar ideas para poder despegar a un éxito. En diferentes casos nos limitamos a realizar un plan de negocios para aquellas pequeñas ideas y es la causa fundamental del fracaso.

#### 2. ¿Cuál es la importancia de un emprendimiento en la actualidad?

En la actualidad y en la situación que mantenemos, le podría decir que es una herramienta para ayudarnos y poder ayudar, ¿es decir forjamos ideas y al materializarla no solo formamos

ganancias claro! Siempre y cuando tengamos un buen plan de negocios podremos ver el éxito y poder dar empleo mientras nuestro emprendimiento crezca.

**3. ¿Considera que un emprendimiento relacionado a pañalera o artículos de bebe debe tener un plan de negocio?**

¡¡Claro que sí!! El factor común es emprendimiento y todo emprendimiento, necesita un buen plan de negocio sea pequeño o grande, recordando que todo emprendimiento viene y debe partir de un plan de negocios, ¡así que la respuesta es sí!

**4. ¿Qué tipo de estrategias de marketing deben de realizar los emprendimientos?**

Claramente hablamos de estrategias y esas principalmente se basa en una buena publicidad, una o algunas que puedan tocar la sensibilidad y necesidad de las personas, si dejar a un lado que hay diferentes maneras de hacer publicidad.

**5. ¿Qué recomendaciones usted daría a este tipo de emprendimiento?**

.....Pues bueno que se esfuercen que es un emprendimiento muy rentable siempre al principio es duro, pero con ganas se logra.....

## Anexos 5 Ficha de entrevista 3

Tabla 19 ficha de entrevista 3

<b>FICHA DE ENTREVISTADO</b>	
<b>EXPERTO</b>	
<b>FECHA</b>	8 DE FEBRERO DEL 2021
<b>LUGAR</b>	DURÁN
<b>TEMA</b>	PLAN DE NEGOCIO
<b>EMPRESA</b>	PAÑALERA "PEKES"
<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	LCDA. GERALDINE SANDOYA GAMBOA
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>N.º DE ENTREVISTADO</b>	3ER
<b>NOMBRE DE LA ENTREVISTADORA</b>	EDITH SÁNCHEZ CARRIÓN

### GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado(a) entrevistado, ayúdeme con unos pequeños minutos de su tiempo para desarrollar la siguiente entrevista, cuyo objetivo será obtener información que servirá de útil ayuda a crear un emprendimiento.

“Crear un plan de negocio para el emprendimiento del servicio pañalera en el sur de la ciudad de Guayaquil”

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial, y no utilizadas para otros fines que no sean el objetivo antes mencionado.

#### 1. ¿Qué es para usted un plan de negocio?

Le diría que es la base fundamental para cualquier proyecto o emprendimiento, es como decir que queremos construir una casa en una buena base de cemento, y sin ella sería hacerlo en arena, para poder dejarlo más claro, pero no es fácil hacerlo se necesita de muchas pautas fundamentales para poder desarrollarla.

#### 2. ¿Cuál es la importancia de un emprendimiento en la actualidad?

En la actualidad, diría que es lo más práctico que podríamos realizar, pero nos hacemos la pregunta ¿Por qué buscar laborar en otro lado cuando muy seguido tenemos las herramientas

necesarias para partir con un emprendimiento? Y al final ya no buscar quien me de ese empleo sino poder ser de ayuda produciendo.

**3. ¿Considera que un emprendimiento relacionado a pañalera o artículos de bebe debe tener un plan de negocio?**

Le diría que el plan de negocio es el camino seguro para poder dar un emprendimiento seguro y que todo emprendimiento necesita sea cual sea, es lo diferencia entre una pañalera y una gran pañalera.

**4. ¿Qué tipo de estrategias de marketing deben de realizar los emprendimientos?**

Las publicidades serian la punta del iceberg y la base un buen plan de negocio, las publicidades bien hechas dirían que es lo que hace q un emprendimiento se dé a conocer en diferentes etapas y maneras.

**5. ¿Qué recomendaciones usted daría a este tipo de emprendimiento?**

..... Les puedo decir que lo intente en el intento está el fracaso o el éxito y pues ustedes lo están haciendo bien de seguro tendrán mucho éxito no desvanezcan .....

## Anexos 6 Aspecto Financiero

**Tabla 20 Activos Fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS MUEBLES Y ENSERES</b>				
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL
1	Escritorio madera	\$ 65,00	\$ 65,00	10
1	Silla de Escritorio giratoria	\$ 70,00	\$ 70,00	10
1	Archivador Metalico	\$ 25,00	\$ 25,00	10
2	Perchas	\$ 20,00	\$ 40,00	10
1	Vitrina	\$ 85,00	\$ 85,00	10
1	Caja Fuerte	\$ 120,00	\$ 120,00	10
1	Botiquin	\$ 20,00	\$ 20,00	10
<b>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 425,00</b>	

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL
1	Computadora	\$ 290,00	\$ 290,00	3
1	Impresora	\$ 180,00	\$ 180,00	3
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>\$ 470,00</b>	

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL
1	Aire Acondicionado 24000BTU	\$ 600,00	\$ 600,00	10
1	Caja Registradora	\$ 500,00	\$ 500,00	10
1	Dispensador de agua	\$ 20,00	\$ 20,00	10
1	Alarma	\$ 100,00	\$ 100,00	10
1	Telefonos	\$ 50,00	\$ 50,00	10
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 1.270,00</b>	

<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 2.165,00</b>
-------------------------------	--------------------

**Tabla 21 Suministro de Oficina**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
50	Resma de Papel Bond	\$ 2,50	\$ 125,00
1	Calculadora	\$ 12,50	\$ 12,50
12	Lápices	\$ 0,20	\$ 2,40
20	Esferos	\$ 0,30	\$ 6,00
12	Libretas	\$ 2,50	\$ 30,00
500	Clips	\$ 0,02	\$ 10,00
1	Grapadora	\$ 2,50	\$ 2,50
1	Saca Grapa	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Facturero	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Organizador de Escritorio	\$ 12,00	\$ 12,00
1	Portalapices	\$ 2,50	\$ 2,50
<b>TOTAL DE SUMINISTRO DE OFICINA</b>			<b>\$ 218,90</b>

**Tabla 22 Mercadería**

Mercadería				
Descripción	PACK	Costo Unitario	Cant.	Costo total
Pañales Pequeños Pequeñin	24	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Pequeños Pequeñin	30	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Pequeños Pequeñin	60	\$ 6,50	90	\$ 585,00
Pañales Mediano Pequeñin	24	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Mediano Pequeñin	30	\$ 6,50	90	\$ 585,00
Pañales Mediano Pequeñin	60	\$ 8,00	90	\$ 720,00
Pañales Grandes Pequeñin	24	\$ 5,00	90	\$ 450,00
Pañales Grandes Pequeñin	30	\$ 7,50	90	\$ 675,00
Pañales Grandes Pequeñin	60	\$ 8,50	90	\$ 765,00
Pañales Pequeños Babysec	20	\$ 2,00	90	\$ 180,00
Pañales Pequeños Babysec	46	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Pequeños Babysec	62	\$ 4,50	90	\$ 405,00
Pañales Mediano Babysec	20	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Mediano Babysec	46	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Mediano Babysec	62	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Grandes Babysec	20	\$ 3,50	90	\$ 315,00
Pañales Grandes Babysec	46	\$ 4,50	90	\$ 405,00
Pañales Grandes Babysec	62	\$ 6,00	90	\$ 540,00
Pañales Pequeños Hugguies	20	\$ 3,50	90	\$ 315,00
Pañales Pequeños Hugguies	58	\$ 6,50	90	\$ 585,00
Pañales Pequeños Hugguies	100	\$ 10,00	90	\$ 900,00
Pañales Mediano Hugguies	20	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Mediano Hugguies	58	\$ 6,00	90	\$ 540,00
Pañales Mediano Hugguies	100	\$ 11,00	90	\$ 990,00
Pañales Grandes Hugguies	20	\$ 5,00	90	\$ 450,00
Pañales Grandes Hugguies	58	\$ 6,50	90	\$ 585,00
Pañales Grandes Hugguies	100	\$ 10,00	90	\$ 900,00
Pañales Pequeños Panolini	24	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Pequeños Panolini	40	\$ 3,50	90	\$ 315,00
Pañales Mediano Panolini	24	\$ 3,50	90	\$ 315,00
Pañales Mediano Panolini	40	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Grandes Panolini	24	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Grandes Panolini	40	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Pequeños Nappi	24	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales Pequeños Nappi	36	\$ 5,00	90	\$ 450,00
Pañales Pequeños Nappi	48	\$ 8,00	90	\$ 720,00
Pañales Medianos Nappi	24	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Medianos Nappi	36	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Medianos Nappi	48	\$ 7,00	90	\$ 630,00
Pañales Grandes Nappi	24	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Grandes Nappi	36	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Grandes Nappi	48	\$ 8,00	90	\$ 720,00
Pañales pequeños Pampers	18	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales pequeños Pampers	28	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales pequeños Pampers	36	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Medianos Pampers	18	\$ 3,50	90	\$ 315,00
Pañales Medianos Pampers	28	\$ 5,00	90	\$ 450,00
Pañales Medianos Pampers	36	\$ 6,50	90	\$ 585,00
Pañales Grandes Pampers	18	\$ 4,00	90	\$ 360,00
Pañales Grandes Pampers	28	\$ 5,50	90	\$ 495,00
Pañales Grandes Pampers	36	\$ 7,00	90	\$ 630,00
Pañales pequeños ecológicos		\$ 3,00	90	\$ 270,00
Pañales medianos ecológicos		\$ 4,50	90	\$ 405,00
Pañales grandes ecológicos		\$ 6,00	90	\$ 540,00
Colonia Angelino		\$ 1,00	75	\$ 75,00
Shampoo Angelino		\$ 2,00	75	\$ 150,00
Talco Angelino		\$ 2,00	75	\$ 150,00
Colonia Johnsons		\$ 1,50	75	\$ 112,50
Shampoo Johnsons		\$ 2,50	75	\$ 187,50
Talco Johnsons		\$ 2,75	75	\$ 206,25
Crema para escaldaduras crema Derm		\$ 2,00	75	\$ 150,00
Biberones Pequeños Carlitos		\$ 1,50	75	\$ 112,50
Biberones Grandes Carlitos		\$ 1,50	75	\$ 112,50
Formula Enfagrow tarro pequeño		\$ 6,00	40	\$ 240,00
Formula Enfagrow tarro grande		\$ 13,00	40	\$ 520,00
Formula Progress Gold tarro Pequeño		\$ 9,00	40	\$ 360,00
Formula Progress Gold tarro Grande		\$ 14,00	40	\$ 560,00
Formula Blemil tarro pequeño		\$ 7,00	40	\$ 280,00
Formula Blemil tarro grande		\$ 8,00	40	\$ 320,00
Formula NutriBaby tarro pequeño		\$ 6,50	40	\$ 260,00
Formula NutriBaby tarro grande		\$ 8,00	40	\$ 320,00
Formula Nido tarro pequeño		\$ 3,00	40	\$ 120,00
Formula Nido tarro Grande		\$ 9,00	40	\$ 360,00
Formula NAN tarro pequeño		\$ 6,00	40	\$ 240,00
Formula NAN tarro grande		\$ 8,00	40	\$ 320,00
Chupones		\$ 0,80	35	\$ 28,00
Toallas Húmedas Pequeñin paq 100 unidades		\$ 1,00	70	\$ 70,00
Toallas Húmedas Hugguies paq 100 unidades		\$ 1,50	70	\$ 105,00
Toallas Húmedas Panolini paq 100 unidades		\$ 1,00	70	\$ 70,00
Jaguar recién nacido		\$ 4,00	35	\$ 140,00
Medias	x3	\$ 1,00	30	\$ 30,00
Gorros	x3	\$ 1,50	30	\$ 45,00
Baberos	x3	\$ 1,50	30	\$ 45,00
Computas Gerber		\$ 1,50	25	\$ 37,50
Sonajeros Carlitos		\$ 1,00	25	\$ 25,00
Masticadores Carlitos		\$ 2,00	25	\$ 50,00
<b>Total</b>		<b>\$ 412,55</b>		<b>\$ 31.136,75</b>

**Tabla 23 Balance Inicial**

<b>PAÑALERA "MaBaby"</b>			
<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>AL 01 DE ENERO DEL 2023</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>\$ 67.355,65</b>
Banco		\$ 36.000,00	
Mercadería		\$ 31.136,75	
Suministros de Oficina		\$ 218,90	
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>\$ 2.165,00</b>
Muebles y Enseres	\$ 425,00	\$ 425,00	
Equipo de computación	\$ 470,00	\$ 470,00	
Equipo de oficina	\$ 1.270,00	\$ 1.270,00	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			<b>\$ 544,00</b>
Gastos de constitución	\$ 344,00	\$ 344,00	
Gastos de adecuación	\$ 200,00	\$ 200,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 70.064,65</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>			<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital		\$ 70.064,65	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 70.064,65</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>			<b>\$ 70.064,65</b>

**Tabla 24 Depreciación**

<b>DEPRECIACIÓN DE MUEBLE DE OFICINA</b>						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Escritorio	1	\$ 65,00	\$ 65,00	10	\$ 6,50	\$ 0,54
silla giratoria	1	\$ 70,00	\$ 70,00	10	\$ 7,00	\$ 0,58
Archivador	1	\$ 25,00	\$ 25,00	10	\$ 2,50	\$ 0,21
Perchas	2	\$ 20,00	\$ 40,00	10	\$ 4,00	\$ 0,33
Vitrina Pequeña	1	\$ 85,00	\$ 85,00	10	\$ 8,50	\$ 0,71
Caja Fuerte	1	\$ 120,00	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00
Botiquin	1	\$ 20,00	\$ 20,00	10	\$ 2,00	\$ 0,17
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 42,50</b>	<b>\$ 3,54</b>

<b>DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>						
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Computadora	1	\$ 290,00	\$ 290,00	3	\$ 96,67	\$ 8,06
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00	3	\$ 60,00	\$ 5,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 156,67</b>	<b>\$ 13,06</b>

DEPRECIACION DE EQUIPOS DE OFICINA						
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Aires Acondicionados	1	\$ 600,00	\$ 600,00	10	\$ 60,00	\$ 5,00
Caja Registradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10	\$ 50,00	\$ 4,17
Dispensador de Agua	1	\$ 20,00	\$ 20,00	10	\$ 2,00	\$ 0,17
Alarma	1	\$ 100,00	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 0,83
Telefono	1	\$ 50,00	\$ 50,00	10	\$ 5,00	\$ 0,42
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 127,00</b>	<b>\$ 10,58</b>

**DEPRECIACIÓN TOTAL DE  
ACTIVOS \$ 326,17**

**Tabla 25 Activos diferidos**

ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
Descripción	Precio	Amortización anual
Permisos de funcionamiento Municipio	\$ 45,00	\$ 9,00
Registro del nombre comercial	\$ 246,00	\$ 49,20
Permiso cuerpo bomberos	\$ 53,00	\$ 10,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 344,00</b>	<b>\$ 68,80</b>

GASTOS DE ADECUACIÓN		
Descripción	Precio	Amortización anual
Adecuación del Local	\$ 200,00	\$ 40,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 40,00</b>

<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 544,00</b>	<b>\$ 108,80</b>
--------------------------------	------------------	------------------

**Tabla 26 Rol de pagos**

BALANCE DE PERSONAL									
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Ingresos			Total de Ingresos	Egresos		Valor Neto a Recibir
			Salario		Fondo de Reserva 8.33% ( 2do año)		Aporte IESS 9.45%	Total de Egresos	
1	ADMINISTRADOR	\$ 400,00	\$ 400,00		\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 395,52
1	VENDEDOR	\$ 400,00	\$ 400,00		\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 395,52
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 800,00</b>		<b>\$ 66,64</b>	<b>\$ 866,64</b>	<b>\$ 75,60</b>	<b>\$ 75,60</b>	<b>\$ 791,04</b>

ROL DE PROVISIONES MENSUAL											
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Salario	Fondo de reserva	Décimo Tercero mensual	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 11.15%	Total	Total	BENEFICIOS SOCIALES
1	ADMINISTRADOR	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 561,25	\$ 83,33	\$ 116,65
1	VENDEDOR	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 561,25	\$ 83,33	\$ 116,65
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 66,64</b>	<b>\$ 66,67</b>	<b>\$ 66,67</b>	<b>\$ 33,33</b>	<b>\$ 89,20</b>	<b>\$ 1.122,51</b>	<b>\$ 166,67</b>	<b>\$ 233,31</b>

**Tabla 27 Gastos administrativos, operativos**

ADMINISTRATIVO			
Gastos	Mensual	Semestral	Anual
Sueldos y salarios	\$ 400,00		\$ 4.800,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 44,60		\$ 535,20
Beneficios sociales	\$ 116,65		\$ 1.399,84
Honorarios profesionales (Contador)		\$ 2.000,00	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 561,25</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 10.735,04</b>

OPERATIVO		
Gastos	Mensual	Anual
Sueldos y salarios	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 44,60	\$ 535,20
Beneficios sociales	\$ 116,65	\$ 1.399,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 561,25</b>	<b>\$ 6.735,04</b>

SERVICIO BASICOS	MENSUAL	ANUAL
Agua	\$4,00	\$48,00
Luz	\$6,00	\$72,00
Telefono	\$15,00	\$180,00
Internet	\$15,00	\$180,00
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$480,00</b>

**Tabla 28 Costos**

Descripción	Costo Unitario	AÑO 1			Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
		PVP	Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 6,50	\$ 11,00	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 6,50	\$ 11,00	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 8,00	\$ 12,50	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 5,00	\$ 9,50	90	\$ 450,00	\$ 5,50	104	\$ 569,25	\$ 6,05	119	\$ 720,10
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 7,50	\$ 12,00	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 8,50	\$ 13,00	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Pequeños Babysec	\$ 2,00	\$ 6,50	90	\$ 180,00	\$ 2,20	104	\$ 227,70	\$ 2,42	119	\$ 288,04
Pañales Pequeños Babysec	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Pequeños Babysec	\$ 4,50	\$ 9,00	90	\$ 405,00	\$ 4,95	104	\$ 512,33	\$ 5,45	119	\$ 648,09
Pañales Mediano Babysec	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Mediano Babysec	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Mediano Babysec	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Grandes Babysec	\$ 3,50	\$ 8,00	90	\$ 315,00	\$ 3,85	104	\$ 398,48	\$ 4,24	119	\$ 504,07
Pañales Grandes Babysec	\$ 4,50	\$ 9,00	90	\$ 405,00	\$ 4,95	104	\$ 512,33	\$ 5,45	119	\$ 648,09
Pañales Grandes Babysec	\$ 6,00	\$ 10,50	90	\$ 540,00	\$ 6,60	104	\$ 683,10	\$ 7,26	119	\$ 864,12
Pañales Pequeños Huggies	\$ 3,50	\$ 8,00	90	\$ 315,00	\$ 3,85	104	\$ 398,48	\$ 4,24	119	\$ 504,07
Pañales Pequeños Huggies	\$ 6,50	\$ 11,00	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Pequeños Huggies	\$ 10,00	\$ 14,50	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Mediano Huggies	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Mediano Huggies	\$ 6,00	\$ 10,50	90	\$ 540,00	\$ 6,60	104	\$ 683,10	\$ 7,26	119	\$ 864,12
Pañales Mediano Huggies	\$ 11,00	\$ 15,50	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Grandes Huggies	\$ 5,00	\$ 9,50	90	\$ 450,00	\$ 5,50	104	\$ 569,25	\$ 6,05	119	\$ 720,10
Pañales Grandes Huggies	\$ 6,50	\$ 11,00	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Grandes Huggies	\$ 10,00	\$ 14,50	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Pequeños Panolini	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Pequeños Panolini	\$ 3,50	\$ 8,00	90	\$ 315,00	\$ 3,85	104	\$ 398,48	\$ 4,24	119	\$ 504,07
Pañales Mediano Panolini	\$ 3,50	\$ 8,00	90	\$ 315,00	\$ 3,85	104	\$ 398,48	\$ 4,24	119	\$ 504,07
Pañales Mediano Panolini	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Grandes Panolini	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Grandes Panolini	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Pequeños Nappi	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales Pequeños Nappi	\$ 5,00	\$ 9,50	90	\$ 450,00	\$ 5,50	104	\$ 569,25	\$ 6,05	119	\$ 720,10
Pañales Pequeños Nappi	\$ 8,00	\$ 12,50	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Medianos Nappi	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Medianos Nappi	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Medianos Nappi	\$ 7,00	\$ 11,50	90	\$ 630,00	\$ 7,70	104	\$ 796,95	\$ 8,47	119	\$ 1.008,14
Pañales Grandes Nappi	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Grandes Nappi	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Grandes Nappi	\$ 8,00	\$ 12,50	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales pequeños Pampers	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales pequeños Pampers	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales pequeños Pampers	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Medianos Pampers	\$ 3,50	\$ 8,00	90	\$ 315,00	\$ 3,85	104	\$ 398,48	\$ 4,24	119	\$ 504,07
Pañales Medianos Pampers	\$ 5,00	\$ 9,50	90	\$ 450,00	\$ 5,50	104	\$ 569,25	\$ 6,05	119	\$ 720,10
Pañales Medianos Pampers	\$ 6,50	\$ 11,00	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Grandes Pampers	\$ 4,00	\$ 8,50	90	\$ 360,00	\$ 4,40	104	\$ 455,40	\$ 4,84	119	\$ 576,08
Pañales Grandes Pampers	\$ 5,50	\$ 10,00	90	\$ 495,00	\$ 6,05	104	\$ 626,18	\$ 6,66	119	\$ 792,11
Pañales Grandes Pampers	\$ 7,00	\$ 11,50	90	\$ 630,00	\$ 7,70	104	\$ 796,95	\$ 8,47	119	\$ 1.008,14
Pañales pequeños ecológicos	\$ 3,00	\$ 7,50	90	\$ 270,00	\$ 3,30	104	\$ 341,55	\$ 3,63	119	\$ 432,06
Pañales medianos ecológicos	\$ 4,50	\$ 9,00	90	\$ 405,00	\$ 4,95	104	\$ 512,33	\$ 5,45	119	\$ 648,09
Pañales grandes ecológicos	\$ 6,00	\$ 10,50	90	\$ 540,00	\$ 6,60	104	\$ 683,10	\$ 7,26	119	\$ 864,12
Colonia Angelino	\$ 1,00	\$ 5,50	75	\$ 75,00	\$ 1,10	86	\$ 94,88	\$ 1,21	99	\$ 120,02
Shampoo Angelino	\$ 2,00	\$ 6,50	75	\$ 150,00	\$ 2,20	86	\$ 189,75	\$ 2,42	99	\$ 240,03
Talco Angelino	\$ 2,00	\$ 6,50	75	\$ 150,00	\$ 2,20	86	\$ 189,75	\$ 2,42	99	\$ 240,03
Colonia Johnsons	\$ 1,50	\$ 6,00	75	\$ 112,50	\$ 1,65	86	\$ 142,31	\$ 1,82	99	\$ 180,03
Shampoo Johnson	\$ 2,50	\$ 7,00	75	\$ 187,50	\$ 2,75	86	\$ 237,19	\$ 3,03	99	\$ 300,04
Talco Johnsons	\$ 2,75	\$ 7,25	75	\$ 206,25	\$ 3,03	86	\$ 260,91	\$ 3,33	99	\$ 330,05
Crema para escaldaduras crema Derm	\$ 2,00	\$ 6,50	75	\$ 150,00	\$ 2,20	86	\$ 189,75	\$ 2,42	99	\$ 240,03
Biberones Pequeños Carlitos	\$ 1,50	\$ 6,00	75	\$ 112,50	\$ 1,65	86	\$ 142,31	\$ 1,82	99	\$ 180,03
Biberones Grandes Carlitos	\$ 1,50	\$ 6,00	75	\$ 112,50	\$ 1,65	86	\$ 142,31	\$ 1,82	99	\$ 180,03
Formula Enfagrow tarro pequeño	\$ 6,00	\$ 10,50	40	\$ 240,00	\$ 6,60	46	\$ 303,60	\$ 7,26	53	\$ 384,05
Formula Enfagrow tarro grande	\$ 13,00	\$ 17,50	40	\$ 520,00	\$ 14,30	46	\$ 657,80	\$ 15,73	53	\$ 832,12
Formula Progress Gold tarro Pequeño	\$ 9,00	\$ 13,50	40	\$ 360,00	\$ 9,90	46	\$ 455,40	\$ 10,89	53	\$ 576,08
Formula Progress Gold tarro Grande	\$ 14,00	\$ 18,50	40	\$ 560,00	\$ 15,40	46	\$ 708,40	\$ 16,94	53	\$ 896,13
Formula Blemil tarro pequeño	\$ 7,00	\$ 11,50	40	\$ 280,00	\$ 7,70	46	\$ 354,20	\$ 8,47	53	\$ 448,06
Formula Blemil tarro grande	\$ 8,00	\$ 12,50	40	\$ 320,00	\$ 8,80	46	\$ 404,80	\$ 9,68	53	\$ 512,07
Formula NutriBaby tarro grande	\$ 6,50	\$ 11,00	40	\$ 260,00	\$ 7,15	46	\$ 328,90	\$ 7,87	53	\$ 416,06
Formula NutriBaby tarro pequeño	\$ 8,00	\$ 12,50	40	\$ 320,00	\$ 8,80	46	\$ 404,80	\$ 9,68	53	\$ 512,07
Formula Nido tarro pequeño	\$ 3,00	\$ 7,50	40	\$ 120,00	\$ 3,30	46	\$ 151,80	\$ 3,63	53	\$ 192,03
Formula Nido tarro Grande	\$ 9,00	\$ 13,50	40	\$ 360,00	\$ 9,90	46	\$ 455,40	\$ 10,89	53	\$ 576,08
Formula NAN tarro pequeño	\$ 6,00	\$ 10,50	40	\$ 240,00	\$ 6,60	46	\$ 303,60	\$ 7,26	53	\$ 384,05
Formula NAN tarro grande	\$ 8,00	\$ 12,50	40	\$ 320,00	\$ 8,80	46	\$ 404,80	\$ 9,68	53	\$ 512,07
Chupones	\$ 0,80	\$ 5,30	35	\$ 28,00	\$ 0,88	40	\$ 35,42	\$ 0,97	46	\$ 44,81
Toallas Húmedas Pequeñin paq 100 unidades	\$ 1,00	\$ 5,50	70	\$ 70,00	\$ 1,10	81	\$ 88,55	\$ 1,21	93	\$ 112,02
Toallas Húmedas Huggies paq 100 unidades	\$ 1,50	\$ 6,00	70	\$ 105,00	\$ 1,65	81	\$ 132,83	\$ 1,82	93	\$ 168,02
Toallas Húmedas Panolini paq 100 unidades	\$ 1,00	\$ 5,50	70	\$ 70,00	\$ 1,10	81	\$ 88,55	\$ 1,21	93	\$ 112,02
Jaguar recién nacido	\$ 4,00	\$ 8,50	35	\$ 140,00	\$ 4,40	40	\$ 177,10	\$ 4,84	46	\$ 224,03
Medias	\$ 1,00	\$ 5,50	30	\$ 30,00	\$ 1,10	35	\$ 37,95	\$ 1,21	40	\$ 48,01
Gorros	\$ 1,50	\$ 6,00	30	\$ 45,00	\$ 1,65	35	\$ 56,93	\$ 1,82	40	\$ 72,01
Baberos	\$ 1,50	\$ 6,00	30	\$ 45,00	\$ 1,65	35	\$ 56,93	\$ 1,82	40	\$ 72,01
Compotas Gerber	\$ 1,50	\$ 6,00	25	\$ 37,50	\$ 1,65	29	\$ 47,44	\$ 1,82	33	\$ 60,01
Sonajeros carlitos	\$ 1,00	\$ 5,50	25	\$ 25,00	\$ 1,10	29	\$ 31,63	\$ 1,21	33	\$ 40,01
Masticadores carlitos	\$ 2,00	\$ 6,50	25	\$ 50,00	\$ 2,20	29	\$ 63,25	\$ 2,42	33	\$ 80,01
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 31.136,75</b>			<b>\$ 39.387,99</b>			<b>\$ 49.825,81</b>

**Tabla 29 Presupuesto de venta**

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Pequeños Pequeñin	\$ 11,00	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 11,00	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Mediano Pequeñin	\$ 12,50	90	\$ 1.125,00	\$ 13,75	104	\$ 1.423,13	\$ 15,13	119	\$ 1.800,25
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 9,50	90	\$ 855,00	\$ 10,45	104	\$ 1.081,58	\$ 11,50	119	\$ 1.368,19
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 12,00	90	\$ 1.080,00	\$ 13,20	104	\$ 1.366,20	\$ 14,52	119	\$ 1.728,24
Pañales Grandes Pequeñin	\$ 13,00	90	\$ 1.170,00	\$ 14,30	104	\$ 1.480,05	\$ 15,73	119	\$ 1.872,26
Pañales Pequeños Babysec	\$ 6,50	90	\$ 585,00	\$ 7,15	104	\$ 740,03	\$ 7,87	119	\$ 936,13
Pañales Pequeños Babysec	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Pequeños Babysec	\$ 9,00	90	\$ 810,00	\$ 9,90	104	\$ 1.024,65	\$ 10,89	119	\$ 1.296,18
Pañales Mediano Babysec	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Mediano Babysec	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Mediano Babysec	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Grandes Babysec	\$ 8,00	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Grandes Babysec	\$ 9,00	90	\$ 810,00	\$ 9,90	104	\$ 1.024,65	\$ 10,89	119	\$ 1.296,18
Pañales Grandes Babysec	\$ 10,50	90	\$ 945,00	\$ 11,55	104	\$ 1.195,43	\$ 12,71	119	\$ 1.512,21
Pañales Pequeños Hugguies	\$ 8,00	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Pequeños Hugguies	\$ 11,00	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Pequeños Hugguies	\$ 14,50	90	\$ 1.305,00	\$ 15,95	104	\$ 1.650,83	\$ 17,55	119	\$ 2.088,29
Pañales Mediano Hugguies	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Mediano Hugguies	\$ 10,50	90	\$ 945,00	\$ 11,55	104	\$ 1.195,43	\$ 12,71	119	\$ 1.512,21
Pañales Mediano Hugguies	\$ 15,50	90	\$ 1.395,00	\$ 17,05	104	\$ 1.764,68	\$ 18,76	119	\$ 2.232,31
Pañales Grandes Hugguies	\$ 9,50	90	\$ 855,00	\$ 10,45	104	\$ 1.081,58	\$ 11,50	119	\$ 1.368,19
Pañales Grandes Hugguies	\$ 11,00	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Grandes Hugguies	\$ 14,50	90	\$ 1.305,00	\$ 15,95	104	\$ 1.650,83	\$ 17,55	119	\$ 2.088,29
Pañales Pequeños Panolini	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Pequeños Panolini	\$ 8,00	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Mediano Panolini	\$ 8,00	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Mediano Panolini	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Grandes Panolini	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Grandes Panolini	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Pequeños Nappi	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales Pequeños Nappi	\$ 9,50	90	\$ 855,00	\$ 10,45	104	\$ 1.081,58	\$ 11,50	119	\$ 1.368,19
Pañales Pequeños Nappi	\$ 12,50	90	\$ 1.125,00	\$ 13,75	104	\$ 1.423,13	\$ 15,13	119	\$ 1.800,25
Pañales Medianos Nappi	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Medianos Nappi	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Medianos Nappi	\$ 11,50	90	\$ 1.035,00	\$ 12,65	104	\$ 1.309,28	\$ 13,92	119	\$ 1.656,23
Pañales Grandes Nappi	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Grandes Nappi	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Grandes Nappi	\$ 12,50	90	\$ 1.125,00	\$ 13,75	104	\$ 1.423,13	\$ 15,13	119	\$ 1.800,25
Pañales pequeños Pampers	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales pequeños Pampers	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales pequeños Pampers	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Medianos Pampers	\$ 8,00	90	\$ 720,00	\$ 8,80	104	\$ 910,80	\$ 9,68	119	\$ 1.152,16
Pañales Medianos Pampers	\$ 9,50	90	\$ 855,00	\$ 10,45	104	\$ 1.081,58	\$ 11,50	119	\$ 1.368,19
Pañales Medianos Pampers	\$ 11,00	90	\$ 990,00	\$ 12,10	104	\$ 1.252,35	\$ 13,31	119	\$ 1.584,22
Pañales Grandes Pampers	\$ 8,50	90	\$ 765,00	\$ 9,35	104	\$ 967,73	\$ 10,29	119	\$ 1.224,17
Pañales Grandes Pampers	\$ 10,00	90	\$ 900,00	\$ 11,00	104	\$ 1.138,50	\$ 12,10	119	\$ 1.440,20
Pañales Grandes Pampers	\$ 11,50	90	\$ 1.035,00	\$ 12,65	104	\$ 1.309,28	\$ 13,92	119	\$ 1.656,23
Pañales pequeños ecológicos	\$ 7,50	90	\$ 675,00	\$ 8,25	104	\$ 853,88	\$ 9,08	119	\$ 1.080,15
Pañales medianos ecológicos	\$ 9,00	90	\$ 810,00	\$ 9,90	104	\$ 1.024,65	\$ 10,89	119	\$ 1.296,18
Pañales grandes ecológicos	\$ 10,50	90	\$ 945,00	\$ 11,55	104	\$ 1.195,43	\$ 12,71	119	\$ 1.512,21
Colonia Angelino	\$ 5,50	75	\$ 412,50	\$ 6,05	86	\$ 521,81	\$ 6,66	99	\$ 660,09
Shampoo Angelino	\$ 6,50	75	\$ 487,50	\$ 7,15	86	\$ 616,69	\$ 7,87	99	\$ 780,11
Talco Angelino	\$ 6,50	75	\$ 487,50	\$ 7,15	86	\$ 616,69	\$ 7,87	99	\$ 780,11
Colonia Johnsons	\$ 6,00	75	\$ 450,00	\$ 6,60	86	\$ 569,25	\$ 7,26	99	\$ 720,10
Shampoo Johnson	\$ 7,00	75	\$ 525,00	\$ 7,70	86	\$ 664,13	\$ 8,47	99	\$ 840,12
Talco Johnsons	\$ 7,25	75	\$ 543,75	\$ 7,98	86	\$ 687,84	\$ 8,77	99	\$ 870,12
Crema para escaldaduras crema Derm	\$ 6,50	75	\$ 487,50	\$ 7,15	86	\$ 616,69	\$ 7,87	99	\$ 780,11
Biberones Pequeños Carlitos	\$ 6,00	75	\$ 450,00	\$ 6,60	86	\$ 569,25	\$ 7,26	99	\$ 720,10
Biberones Grandes Carlitos	\$ 6,00	75	\$ 450,00	\$ 6,60	86	\$ 569,25	\$ 7,26	99	\$ 720,10
Formula Enfagrow tarro pequeño	\$ 10,50	40	\$ 420,00	\$ 11,55	46	\$ 531,30	\$ 12,71	53	\$ 672,09
Formula Enfagrow tarro grande	\$ 17,50	40	\$ 700,00	\$ 19,25	46	\$ 885,50	\$ 21,18	53	\$ 1.120,16
Formula Progress Gold tarro Pequeño	\$ 13,50	40	\$ 540,00	\$ 14,85	46	\$ 683,10	\$ 16,34	53	\$ 864,12
Formula Progress Gold tarro Grande	\$ 18,50	40	\$ 740,00	\$ 20,35	46	\$ 936,10	\$ 22,39	53	\$ 1.184,17
Formula Blemil tarro pequeño	\$ 11,50	40	\$ 460,00	\$ 12,65	46	\$ 581,90	\$ 13,92	53	\$ 736,10
Formula Blemil tarro grande	\$ 12,50	40	\$ 500,00	\$ 13,75	46	\$ 632,50	\$ 15,13	53	\$ 800,11
Formula NutriBaby tarro grande	\$ 11,00	40	\$ 440,00	\$ 12,10	46	\$ 556,60	\$ 13,31	53	\$ 704,10
Formula NutriBaby tarro pequeño	\$ 12,50	40	\$ 500,00	\$ 13,75	46	\$ 632,50	\$ 15,13	53	\$ 800,11
Formula Nido tarro pequeño	\$ 7,50	40	\$ 300,00	\$ 8,25	46	\$ 379,50	\$ 9,08	53	\$ 480,07
Formula Nido tarro Grande	\$ 13,50	40	\$ 540,00	\$ 14,85	46	\$ 683,10	\$ 16,34	53	\$ 864,12
Formula NAN tarro pequeño	\$ 10,50	40	\$ 420,00	\$ 11,55	46	\$ 531,30	\$ 12,71	53	\$ 672,09
Formula NAN tarro grande	\$ 12,50	40	\$ 500,00	\$ 13,75	46	\$ 632,50	\$ 15,13	53	\$ 800,11
Chupones	\$ 5,30	35	\$ 185,50	\$ 5,83	40	\$ 234,66	\$ 6,41	46	\$ 296,84
Toallas Húmedas Pequeñin paq 100 unidades	\$ 5,50	70	\$ 385,00	\$ 6,05	81	\$ 487,03	\$ 6,66	93	\$ 616,09
Toallas Húmedas Hugguies paq 100 unidades	\$ 6,00	70	\$ 420,00	\$ 6,60	81	\$ 531,30	\$ 7,26	93	\$ 672,09
Toallas Húmedas Panolini paq 100 unidades	\$ 5,50	70	\$ 385,00	\$ 6,05	81	\$ 487,03	\$ 6,66	93	\$ 616,09
Jaguar recién nacido	\$ 8,50	35	\$ 297,50	\$ 9,35	40	\$ 376,34	\$ 10,29	46	\$ 476,07
Medias	\$ 5,50	30	\$ 165,00	\$ 6,05	35	\$ 208,73	\$ 6,66	40	\$ 264,04
Gorros	\$ 6,00	30	\$ 180,00	\$ 6,60	35	\$ 227,70	\$ 7,26	40	\$ 288,04
Baberos	\$ 6,00	30	\$ 180,00	\$ 6,60	35	\$ 227,70	\$ 7,26	40	\$ 288,04
Compotas Gerber	\$ 6,00	25	\$ 150,00	\$ 6,60	29	\$ 189,75	\$ 7,26	33	\$ 240,03
Sonajeros carlitos	\$ 5,50	25	\$ 137,50	\$ 6,05	29	\$ 173,94	\$ 6,66	33	\$ 220,03
Masticadores carlitos	\$ 6,50	25	\$ 162,50	\$ 7,15	29	\$ 205,56	\$ 7,87	33	\$ 260,04
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 60.206,75</b>			<b>\$ 76.161,54</b>			<b>\$ 96.344,35</b>

**Tabla 30 Ganancias**

Descripción	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	Costo Ventas	Ventas	Ganancia	Costo Ventas	Ventas	Ganancia	Costo Ventas	Ventas	Ganancia
Pañales Pequeños Pequeñín	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Pequeños Pequeñín	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Pequeños Pequeñín	\$ 585,00	\$ 990,00	\$ 405,00	\$ 740,03	\$ 1.252,35	\$ 512,33	\$ 936,13	\$ 1.584,22	\$ 648,09
Pañales Mediano Pequeñín	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Mediano Pequeñín	\$ 585,00	\$ 990,00	\$ 405,00	\$ 740,03	\$ 1.252,35	\$ 512,33	\$ 936,13	\$ 1.584,22	\$ 648,09
Pañales Mediano Pequeñín	\$ 720,00	\$ 1.125,00	\$ 405,00	\$ 910,80	\$ 1.423,13	\$ 512,33	\$ 1.152,16	\$ 1.800,25	\$ 648,09
Pañales Grandes Pequeñín	\$ 450,00	\$ 855,00	\$ 405,00	\$ 569,25	\$ 1.081,58	\$ 512,33	\$ 720,10	\$ 1.368,19	\$ 648,09
Pañales Grandes Pequeñín	\$ 675,00	\$ 1.080,00	\$ 405,00	\$ 853,88	\$ 1.366,20	\$ 512,33	\$ 1.080,15	\$ 1.728,24	\$ 648,09
Pañales Grandes Pequeñín	\$ 765,00	\$ 1.170,00	\$ 405,00	\$ 967,73	\$ 1.480,05	\$ 512,33	\$ 1.224,17	\$ 1.872,26	\$ 648,09
Pañales Pequeños Babysec	\$ 180,00	\$ 585,00	\$ 405,00	\$ 227,70	\$ 740,03	\$ 512,33	\$ 288,04	\$ 936,13	\$ 648,09
Pañales Pequeños Babysec	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Pequeños Babysec	\$ 405,00	\$ 810,00	\$ 405,00	\$ 512,33	\$ 1.024,65	\$ 512,33	\$ 648,09	\$ 1.296,18	\$ 648,09
Pañales Mediano Babysec	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Mediano Babysec	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Mediano Babysec	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Grandes Babysec	\$ 315,00	\$ 720,00	\$ 405,00	\$ 398,48	\$ 910,80	\$ 512,33	\$ 504,07	\$ 1.152,16	\$ 648,09
Pañales Grandes Babysec	\$ 405,00	\$ 810,00	\$ 405,00	\$ 512,33	\$ 1.024,65	\$ 512,33	\$ 648,09	\$ 1.296,18	\$ 648,09
Pañales Grandes Babysec	\$ 540,00	\$ 945,00	\$ 405,00	\$ 683,10	\$ 1.195,43	\$ 512,33	\$ 864,12	\$ 1.512,21	\$ 648,09
Pañales Pequeños Huggies	\$ 315,00	\$ 720,00	\$ 405,00	\$ 398,48	\$ 910,80	\$ 512,33	\$ 504,07	\$ 1.152,16	\$ 648,09
Pañales Pequeños Huggies	\$ 585,00	\$ 990,00	\$ 405,00	\$ 740,03	\$ 1.252,35	\$ 512,33	\$ 936,13	\$ 1.584,22	\$ 648,09
Pañales Pequeños Huggies	\$ 900,00	\$ 1.305,00	\$ 405,00	\$ 1.138,50	\$ 1.650,83	\$ 512,33	\$ 1.440,20	\$ 2.088,29	\$ 648,09
Pañales Mediano Huggies	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Mediano Huggies	\$ 540,00	\$ 945,00	\$ 405,00	\$ 683,10	\$ 1.195,43	\$ 512,33	\$ 864,12	\$ 1.512,21	\$ 648,09
Pañales Mediano Huggies	\$ 990,00	\$ 1.395,00	\$ 405,00	\$ 1.252,35	\$ 1.764,68	\$ 512,33	\$ 1.584,22	\$ 2.232,31	\$ 648,09
Pañales Grandes Huggies	\$ 450,00	\$ 855,00	\$ 405,00	\$ 569,25	\$ 1.081,58	\$ 512,33	\$ 720,10	\$ 1.368,19	\$ 648,09
Pañales Grandes Huggies	\$ 585,00	\$ 990,00	\$ 405,00	\$ 740,03	\$ 1.252,35	\$ 512,33	\$ 936,13	\$ 1.584,22	\$ 648,09
Pañales Grandes Huggies	\$ 900,00	\$ 1.305,00	\$ 405,00	\$ 1.138,50	\$ 1.650,83	\$ 512,33	\$ 1.440,20	\$ 2.088,29	\$ 648,09
Pañales Pequeños Panolini	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Pequeños Panolini	\$ 315,00	\$ 720,00	\$ 405,00	\$ 398,48	\$ 910,80	\$ 512,33	\$ 504,07	\$ 1.152,16	\$ 648,09
Pañales Mediano Panolini	\$ 315,00	\$ 720,00	\$ 405,00	\$ 398,48	\$ 910,80	\$ 512,33	\$ 504,07	\$ 1.152,16	\$ 648,09
Pañales Mediano Panolini	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Grandes Panolini	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Grandes Panolini	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Pequeños Nappi	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales Pequeños Nappi	\$ 450,00	\$ 855,00	\$ 405,00	\$ 569,25	\$ 1.081,58	\$ 512,33	\$ 720,10	\$ 1.368,19	\$ 648,09
Pañales Pequeños Nappi	\$ 720,00	\$ 1.125,00	\$ 405,00	\$ 910,80	\$ 1.423,13	\$ 512,33	\$ 1.152,16	\$ 1.800,25	\$ 648,09
Pañales Medianos Nappi	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Medianos Nappi	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Medianos Nappi	\$ 630,00	\$ 1.035,00	\$ 405,00	\$ 796,95	\$ 1.309,28	\$ 512,33	\$ 1.008,14	\$ 1.656,23	\$ 648,09
Pañales Grandes Nappi	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Grandes Nappi	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Grandes Nappi	\$ 720,00	\$ 1.125,00	\$ 405,00	\$ 910,80	\$ 1.423,13	\$ 512,33	\$ 1.152,16	\$ 1.800,25	\$ 648,09
Pañales pequeños Pampers	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales pequeños Pampers	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales pequeños Pampers	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Medianos Pampers	\$ 315,00	\$ 720,00	\$ 405,00	\$ 398,48	\$ 910,80	\$ 512,33	\$ 504,07	\$ 1.152,16	\$ 648,09
Pañales Medianos Pampers	\$ 450,00	\$ 855,00	\$ 405,00	\$ 569,25	\$ 1.081,58	\$ 512,33	\$ 720,10	\$ 1.368,19	\$ 648,09
Pañales Medianos Pampers	\$ 585,00	\$ 990,00	\$ 405,00	\$ 740,03	\$ 1.252,35	\$ 512,33	\$ 936,13	\$ 1.584,22	\$ 648,09
Pañales Grandes Pampers	\$ 360,00	\$ 765,00	\$ 405,00	\$ 455,40	\$ 967,73	\$ 512,33	\$ 576,08	\$ 1.224,17	\$ 648,09
Pañales Grandes Pampers	\$ 495,00	\$ 900,00	\$ 405,00	\$ 626,18	\$ 1.138,50	\$ 512,33	\$ 792,11	\$ 1.440,20	\$ 648,09
Pañales Grandes Pampers	\$ 630,00	\$ 1.035,00	\$ 405,00	\$ 796,95	\$ 1.309,28	\$ 512,33	\$ 1.008,14	\$ 1.656,23	\$ 648,09
Pañales pequeños ecológicos	\$ 270,00	\$ 675,00	\$ 405,00	\$ 341,55	\$ 853,88	\$ 512,33	\$ 432,06	\$ 1.080,15	\$ 648,09
Pañales medianos ecológicos	\$ 405,00	\$ 810,00	\$ 405,00	\$ 512,33	\$ 1.024,65	\$ 512,33	\$ 648,09	\$ 1.296,18	\$ 648,09
Pañales grandes ecológicos	\$ 540,00	\$ 945,00	\$ 405,00	\$ 683,10	\$ 1.195,43	\$ 512,33	\$ 864,12	\$ 1.512,21	\$ 648,09
Colonia Angelino	\$ 75,00	\$ 412,50	\$ 337,50	\$ 94,88	\$ 521,81	\$ 426,94	\$ 120,02	\$ 660,09	\$ 540,08
Shampoo Angelino	\$ 150,00	\$ 487,50	\$ 337,50	\$ 189,75	\$ 616,69	\$ 426,94	\$ 240,03	\$ 780,11	\$ 540,08
Talco Angelino	\$ 150,00	\$ 487,50	\$ 337,50	\$ 189,75	\$ 616,69	\$ 426,94	\$ 240,03	\$ 780,11	\$ 540,08
Colonia Johnsons	\$ 112,50	\$ 450,00	\$ 337,50	\$ 142,31	\$ 569,25	\$ 426,94	\$ 180,03	\$ 720,10	\$ 540,08
Shampoo Johnson	\$ 187,50	\$ 525,00	\$ 337,50	\$ 237,19	\$ 664,13	\$ 426,94	\$ 300,04	\$ 840,12	\$ 540,08
Talco Johnsons	\$ 206,25	\$ 543,75	\$ 337,50	\$ 260,91	\$ 687,84	\$ 426,94	\$ 330,05	\$ 870,12	\$ 540,08
Crema para escaldaduras crema Derm	\$ 150,00	\$ 487,50	\$ 337,50	\$ 189,75	\$ 616,69	\$ 426,94	\$ 240,03	\$ 780,11	\$ 540,08
Biberones Pequeños Carlitos	\$ 112,50	\$ 450,00	\$ 337,50	\$ 142,31	\$ 569,25	\$ 426,94	\$ 180,03	\$ 720,10	\$ 540,08
Biberones Grandes Carlitos	\$ 112,50	\$ 450,00	\$ 337,50	\$ 142,31	\$ 569,25	\$ 426,94	\$ 180,03	\$ 720,10	\$ 540,08
Formula Entagrow tarro pequeño	\$ 240,00	\$ 420,00	\$ 180,00	\$ 303,60	\$ 531,30	\$ 227,70	\$ 384,05	\$ 672,09	\$ 288,04
Formula Entagrow tarro grande	\$ 520,00	\$ 700,00	\$ 180,00	\$ 657,80	\$ 885,50	\$ 227,70	\$ 832,12	\$ 1.120,16	\$ 288,04
Formula Progress Gold tarro Pequeño	\$ 360,00	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 455,40	\$ 683,10	\$ 227,70	\$ 576,08	\$ 864,12	\$ 288,04
Formula Progress Gold tarro Grande	\$ 560,00	\$ 740,00	\$ 180,00	\$ 708,40	\$ 936,10	\$ 227,70	\$ 896,13	\$ 1.184,17	\$ 288,04
Formula Blemil tarro pequeño	\$ 280,00	\$ 460,00	\$ 180,00	\$ 354,20	\$ 581,90	\$ 227,70	\$ 448,06	\$ 736,10	\$ 288,04
Formula Blemil tarro grande	\$ 320,00	\$ 500,00	\$ 180,00	\$ 404,80	\$ 632,50	\$ 227,70	\$ 512,07	\$ 800,11	\$ 288,04
Formula NutriBaby tarro grande	\$ 260,00	\$ 440,00	\$ 180,00	\$ 328,90	\$ 556,60	\$ 227,70	\$ 416,06	\$ 704,10	\$ 288,04
Formula NutriBaby tarro pequeño	\$ 320,00	\$ 500,00	\$ 180,00	\$ 404,80	\$ 632,50	\$ 227,70	\$ 512,07	\$ 800,11	\$ 288,04
Formula Nido tarro pequeño	\$ 120,00	\$ 300,00	\$ 180,00	\$ 151,80	\$ 379,50	\$ 227,70	\$ 192,03	\$ 480,07	\$ 288,04
Formula Nido tarro Grande	\$ 360,00	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 455,40	\$ 683,10	\$ 227,70	\$ 576,08	\$ 864,12	\$ 288,04
Formula NAN tarro pequeño	\$ 240,00	\$ 420,00	\$ 180,00	\$ 303,60	\$ 531,30	\$ 227,70	\$ 384,05	\$ 672,09	\$ 288,04
Formula NAN tarro grande	\$ 320,00	\$ 500,00	\$ 180,00	\$ 404,80	\$ 632,50	\$ 227,70	\$ 512,07	\$ 800,11	\$ 288,04
Chupones	\$ 28,00	\$ 185,50	\$ 157,50	\$ 35,42	\$ 234,66	\$ 199,24	\$ 44,81	\$ 296,84	\$ 252,04
Toallitas Húmedas Pequeñín paq 100 unidades	\$ 70,00	\$ 385,00	\$ 315,00	\$ 88,55	\$ 487,03	\$ 398,48	\$ 112,02	\$ 616,09	\$ 504,07
Toallitas Húmedas Huggies paq 100 unidades	\$ 105,00	\$ 420,00	\$ 315,00	\$ 132,83	\$ 531,30	\$ 398,48	\$ 168,02	\$ 672,09	\$ 504,07
Toallitas Húmedas Panolini paq 100 unidades	\$ 70,00	\$ 385,00	\$ 315,00	\$ 88,55	\$ 487,03	\$ 398,48	\$ 112,02	\$ 616,09	\$ 504,07
Jaguar recién nacido	\$ 140,00	\$ 297,50	\$ 157,50	\$ 177,10	\$ 376,34	\$ 199,24	\$ 224,03	\$ 476,07	\$ 252,04
Medias	\$ 30,00	\$ 165,00	\$ 135,00	\$ 37,95	\$ 208,73	\$ 170,78	\$ 48,01	\$ 264,04	\$ 216,03
Gorros	\$ 45,00	\$ 180,00	\$ 135,00	\$ 56,93	\$ 227,70	\$ 170,78	\$ 72,01	\$ 288,04	\$ 216,03
Baberos	\$ 45,00	\$ 180,00	\$ 135,00	\$ 56,93	\$ 227,70	\$ 170,78	\$ 72,01	\$ 288,04	\$ 216,03
Compatas Gerber	\$ 37,50	\$ 150,00	\$ 112,50	\$ 47,44	\$ 189,75	\$ 142,31	\$ 60,01	\$ 240,03	\$ 180,03
Sonajeros carlitos	\$ 25,00	\$ 137,50	\$ 112,50	\$ 31,63	\$ 173,94	\$ 142,31	\$ 40,01	\$ 220,03	\$ 180,03
Masticadores carlitos	\$ 50,00	\$ 162,50	\$ 112,50	\$ 63,25	\$ 205,56	\$ 142,31	\$ 80,01	\$ 260,04	\$ 180,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.136,75</b>	<b>\$ 60.206,75</b>	<b>\$ 29.070,00</b>	<b>\$ 39.387,99</b>	<b>\$ 76.161,54</b>	<b>\$ 36.773,55</b>	<b>\$ 49.825,81</b>	<b>\$ 96.344,35</b>	<b>\$ 46.518,54</b>

**Tabla 31 Estado de P y G**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 60.206,75	\$ 76.161,54	\$ 96.344,35
Costo de ventas	\$ 31.136,75	\$ 39.387,99	\$ 49.825,81
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 29.070,00</b>	<b>\$ 36.773,55</b>	<b>\$ 46.518,54</b>
<b>Gastos Operacionales</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 11.170,01</b>	<b>\$ 12.287,01</b>	<b>\$ 13.515,71</b>
Sueldos y salarios	\$ 10.735,04	\$ 11.808,54	\$ 12.989,40
Depreciación de Activos fijos	\$ 326,17	\$ 358,78	\$ 394,66
Amortización de Activos	\$ 108,80	\$ 119,68	\$ 131,65
<b>Gastos operativos</b>	<b>\$ 7.215,04</b>	<b>\$ 7.936,54</b>	<b>\$ 8.730,20</b>
Sueldos y salarios	\$ 4.800,00	\$ 5.280,00	\$ 5.808,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 535,20	\$ 588,72	\$ 647,59
Beneficios sociales	\$ 1.399,84	\$ 1.539,82	\$ 1.693,81
Servicios básicos	\$ 480,00	\$ 528,00	\$ 580,80
<b>Utilidad antes de participación empleado</b>	<b>\$ 10.684,95</b>	<b>\$ 16.550,00</b>	<b>\$ 24.272,63</b>
15% Utilidad a empleados	\$ 1.602,74	\$ 2.482,50	\$ 3.640,90
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 9.082,21</b>	<b>\$ 14.067,50</b>	<b>\$ 20.631,74</b>

**Tabla 32 Estado de situación financiera**

<b>PAÑALERA MABABY S.A</b>			
<b>BALANCE FINAL</b>			
<b>AL 01 DE DICIEMBRE DEL 2023</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>\$ 78.475,57</b>
Banco	\$ 47.119,92		
Inventario de Mercadería	\$ 31.136,75		
Suministros de Oficina	\$ 218,90		
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>\$ 1.838,83</b>
Muebles y Enseres	\$ 425,00	\$ 382,50	
Depreciación acumulada de Muebles y ense	\$ 42,50		\$ 326,17
Equipos de Computación	\$ 470,00	\$ 313,33	
Depreciación Acumulada de Equipos de Coi	\$ 156,67		
Equipo de oficina	\$ 1.270,00	\$ 1.143,00	
Depreciación Acumulada de Equipo de oficir	\$ 127,00		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			<b>\$ 435,20</b>
Gastos de constitución	\$ 344,00	\$ 275,20	
Amortización de Gastos de constitución	\$ 68,80		
Gastos de adecuación	\$ 200,00	\$ 160,00	
Amortización de Gastos de Adecuación	\$ 40,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 80.749,60</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			<b>\$ 1.602,74</b>
Utilidad por pagar a empleados	\$ 1.602,74		
<b>PATRIMONIO</b>			<b>\$ 79.146,86</b>
Capital social	\$ 70.064,65		
Utilidad Neta	\$ 9.082,21		
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>			<b>\$ 80.749,60</b>
			<b>\$ 0,00</b>

**Tabla 33 Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>			
<b>Ingresos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 60.206,75	\$ 76.161,54	\$ 96.344,35
Bancos	\$ 36.000,00	\$ 47.119,92	\$ 111.268,30
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 96.206,75</b>	<b>\$ 123.281,46</b>	<b>\$ 207.612,65</b>
<b>Egresos</b>			
Gastos operativos	\$ 7.215,04	\$ 7.936,54	\$ 8.730,20
Gastos administrativos	\$ 10.735,04	\$ 11.808,54	\$ 12.989,40
Compras	\$ 31.136,75	\$ 39.387,99	\$ 49.825,81
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 49.086,83</b>	<b>\$ 59.133,08</b>	<b>\$ 71.545,40</b>
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ 47.119,92</b>	<b>\$ 64.148,38</b>	<b>\$ 136.067,25</b>
<b>Saldo acumulado</b>	<b>\$ 47.119,92</b>	<b>\$ 111.268,30</b>	<b>\$ 247.335,55</b>

**Tabla 34 VAN Y TIR**

<b>FLUJO NETO</b>		
<b>Año</b>	<b>Valor</b>	
		<b>-\$70.064,65</b>
1	\$ 47.119,92	\$ 47.119,92
2	\$ 64.148,38	\$ 64.148,38
3	\$ 136.067,25	\$ 136.067,25

<b>VAN</b>	\$ 260.124,68
<b>TIR</b>	<b>79%</b>
<b>TASA</b>	12%

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
\$ 70.064,65	\$ 47.119,92	\$ 64.148,38	\$ 136.067,25

**Tabla 35 Factibilidad**

El estudio económico realizado determina que este proyecto es factible porque se cuenta con un TIR (tasa interna de retorno) de 79% lo que significa que se ha obtenido un VAN (valor actual neto) de \$260.124,68. Estos datos pueden ser consultados en la planilla de Excel anterior, obtener un VAN positivo, representa tres cosas: recuperamos la inversión (los \$70.064,65), obtenemos el retorno que buscábamos al establecer la tasa (los \$70.064,65 más el 12%) y además obtenemos un remanente sobre el retorno requerido (los \$260.124,68).