



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO
“LITTLE LEAF”:
GERENCIA DE ESTUDIO FINANCIERO

Elaborado por:

MERCEDES MAYERLI ACEBO MERCHAN

Tutoría por: Suleen Diaz

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Negocios Internacionales

Guayaquil, Ecuador
Enero, 2024

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **MERCEDES MAYERLI ACEBO MERCHAN** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Financiero**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “Little Leaf”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Viomary Abigail Mera Sanchez, Juan Sebastian Alonso Alvarez, Stephano Gebrael Bucaram Loaiza, Alejandro Javier Cisneros Verduga, Erika Elizabeth Viñansaca Niola.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

FIRMA



MERCEDES MAYERLI ACEBO MERCHAN
0951546126

Declaro que,

Yo, MERCEDES MAYERLI ACEBO MERCHAN en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio Little Leaf: Gerencia de Estudio Financiero”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



ACEBO MERCHAN MERCEDES MAYERLI
CI. 0951546126

Agradecimientos:

Primero quiero comenzar agradeciendo a mi misma ya que sin mi y mi motivación por seguir adelante no hubiese sido posible llegar a este punto de mi vida y que a pesar de altos y bajos supe encontrar la forma para poder seguir adelante.

También quiero agradecer a mis padres, a mi madre Gabriela por siempre escucharme, motivarme y darme los mejores consejos, agradezco todo el esfuerzo y empeño para criarme a lo largo de mi vida, por ser un gran ejemplo y ser una de las mejores mujeres que he podido conocer, enseñarme que las mujeres sí pueden salir adelante a pesar de las adversidades y que siempre seguiré para mí en cada paso que de, espero me alcance la vida para poderte agradecer todo lo que has hecho por mí, por ser mi madre y mi mejor amiga al mismo tiempo. A mi papá Ricardo por brindarme grandes oportunidades siempre, enseñarme a no ser una persona conformista, y brindarme una educación de calidad a lo largo de mi vida, por las experiencias que compartimos como los viajes que han ampliado mi perspectiva y enriquecido mi vida, los cuales son momentos que atesorare gracias a todo eso me ha brindado las herramientas necesarias para enfrentar desafíos y buscar el éxito.

También quiero agradecer a mis abuelos por motivarme y estar presentes en mi vida universitaria, a mi abuela Merci por siempre preocuparse por mi alimentación y mi salud, a mi abuelo por Polito por siempre acompañarme a mis clases nocturnas de la Universidad y esperar a que saliera, agradezco el amor y la paciencia que han brindado, espero tener la oportunidad de agradecerles y hacerlos sentir orgullosos.

Agradezco a mis amigos a todos; del colegio, de la universidad y a mis amigos virtuales aunque algunos ya no estén como antes les agradezco un montón por siempre creer en mí y motivarme cuando no me sentía bien conmigo misma, por ser uno de los pilares más importante de mi vida, agradezco que la vida me haya permitido conocerlos y espero podamos alcanzar nuestras metas juntos.

Y por último agradezco a mis compañeros de tesis por ser un gran grupo, con grandes ideas, por ser pacientes y críticos, por cuestionarse y nunca quedarse con la duda, fue una gran experiencia, espero que nos graduemos juntos como un gran equipo.

Mercedes Acebo M.

Resumen Ejecutivo

El presente documento describe el desarrollo del modelo de negocio. El proyecto fue elaborado partiendo de la metodología del Design Thinking, la cual permitió crear un negocio enfocado en las necesidades reales del nicho objetivo.

De este proceso surge Little Leaf como una plataforma web de compra y venta de ropa de segunda mano para el segmento infantil. El sitio web destaca por garantizar una buena experiencia al usuario, especialmente por sus precios económicos y seguridad de pago.

Dentro de la investigación de mercado se estableció como grupo objetivo a madres de edades entre 20 a 45 años de niveles socioeconómicos B, C+, C-, de Guayaquil, Daule, Durán y Samborondón. Se realizaron encuestas y grupos focales, lo cual, ayudó al desarrollo de la estrategia de marketing. Los principales resultados de las encuestas fueron, que el 51,7% está dispuesto a comprar ropa de segunda mano y el 55,3% está dispuesto a vender. Igualmente, el precio máximo a pagar por prenda sería \$20. Estarían dispuestos a pagar una tarifa del 10% a 15% por venta.

Para el plan de marketing el principal enfoque es destacar nuestra garantía de calidad, precios asequibles y la experiencia del usuario. El marketing digital, por medio de redes es clave para conectar con las madres más allá de solo ser un sitio web, se busca crear una comunidad para compartir consejos sobre crianza, temas de sostenibilidad, etc. La colaboración con influencers y microinfluencers que hagan contenido sobre maternidad, es clave para la estrategia. El email marketing es otra estrategia utilizada para promocionar nuevos productos, dar a conocer ofertas, dinámicas y ropa de temporada.

Se abordan también temas de la composición del equipo de Little Leaf, que está compuesto por 18 colaboradores. Igualmente, para garantizar la satisfacción de cliente y de colaboradores, además para la buena gestión del negocio se establecieron KPI's.

La inversión inicial del proyecto es de \$15.115,76 los cuales van a ser financiados por los 6 fundadores. Se estima que los ingresos para el primer año serán de \$497.147,40. Los indicadores de viabilidad financiera son positivos. La TIR es de 76,82% y el VAN de \$76.279,93.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Mercedes Mayerli Acebo Merchán, Juan Sebastian Alonso Alvarez, Stephano Gebrael Bucaram Loaiza, Alejandro Javier Cisneros Verduga, Viomary Abigail Mera Sanchez y Erika Elizabeth Viñansaca Niola explica el plan de negocios del proyecto denominado “Little Leaf”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

Palabras claves: Plataforma digital, Madres, Reutilizar, Economía circular, Ropa de segunda mano.

Consideraciones Éticas

Dentro del marco ético del presente modelo de negocio, se establece un firme compromiso de respeto hacia la propiedad intelectual de los autores, junto la adecuada citación de las diferentes fuentes de información consultadas. Se respalda la confiabilidad y veracidad de los datos obtenidos por grupos focales y encuestas mediante evidencias. Se debe destacar que, como parte integral del proceso de investigación se obtuvo autorización previa por parte de los participantes, que expresan la confidencialidad de sus datos destinados para fines académicos.

ÍNDICE

Antecedentes y Justificación.....	8
Objetivo General y Específicos del proyecto.....	10
Breve descripción del Modelo de Negocio.....	11
1 GERENCIA ESTUDIO FINANCIERO.....	14
1.1 INVERSIÓN INICIAL.....	14
1.1.1 Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.....	14
Tabla 1: Plan de Inversiones.....	15
Tabla 2: Fuentes de financiamiento.....	16
1.1.2 Políticas de cobros, pagos y existencias:.....	16
1.1.3 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos.....	17
Tabla 3: Depreciación de activos fijos.....	17
Tabla 4: Amortización de activos diferidos.....	18
1.1.4 Proyección de ventas y producción.....	18
Tabla 5: Análisis capacidad productiva (estimado).....	19
Tabla 6: Frecuencia de compra.....	20
Tabla 7: Proyección anual de unidades de venta.....	20
Tabla 8: Proyección anual de ventas.....	21
1.1.5 Detalle de costos de producción o generación de servicio (materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta).....	22
Tabla 9: Costo de generación del servicio.....	22
Tabla 10: Costo por mano de obra directa.....	22
1.1.6 Gastos de administración, ventas y financieros.....	23
Tabla 11: Gastos administrativos.....	23
Tabla 12: Gastos de ventas.....	24
1.2 Planeación Financiera.....	24
1.2.1 Flujo de caja proyectado.....	24
Tabla 13: Flujo de caja proyectado.....	25
1.2.2 Estado de pérdidas y ganancias.....	26
Tabla 14: Estado de resultados proyectado.....	27
1.3 Evaluación del proyecto.....	27
1.3.1 Punto de equilibrio.....	27
1.3.2 Viabilidad financiera.....	29
Tabla 15: Plazo de recuperación de la inversión.....	30
1.3.3 Análisis de sensibilidad.....	30
Conclusiones y Recomendaciones.....	32

Antecedentes y Justificación

Debido a la contaminación generada por la industria textil, que representa el 20% de la contaminación mundial de agua potable (Parlamento Europeo, 2020), surge la necesidad de encontrar alternativas que promuevan la economía circular. Bajo este contexto, la opción de comprar y utilizar ropa de segunda mano es una alternativa ideal, especialmente por ser un nicho de crecimiento en el país. Datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI) en el periodo del 2021-2022 las tiendas especializadas de ropa de segunda mano han tenido un crecimiento del 33%.

Ante las limitadas opciones en el mercado, el modelo de negocios se enfocará en el nicho de ropa de segunda mano de niños y bebés, debido al rápido crecimiento de los niños que terminan dejando prendas en el camino, lo que hace que las madres acumulen ropa que se usó poco tiempo o que ni ocupó. Igualmente, se quiere aprovechar un nicho afectado debido a la situación del país después de la pandemia, con un índice alto de desempleo y empleo informal. Según el INEC (2021), solamente 3 millones de personas poseen un empleo adecuado, por ende los hogares priorizan otros gastos y valoran el ahorro económico al momento de comprar ropa para su hijo/a.

Al profundizar en el conocimiento del usuario, se identificó que la opción de comprar y vender ropa de segunda mano es una posibilidad para ellas. Sin embargo, actualmente existe la dificultad de encontrar plataformas o lugares confiables donde comprar, que cuenten con diversidad en productos, sea seguro, a un buen precio y de calidad para sus hijos. Además de evitar ser estafadas, ya que hay sitios web donde no existe un reglamento claro de devoluciones. También, se observó mediante el Design Thinking, que a las madres les falta

tiempo para hacer compras, ya que, ellas trabajan o estudian mientras atienden a sus hijos. Teniendo en consideración esto, el canal digital es el más apropiado para este segmento.

En respuesta a estas necesidades, nace Little Leaf, siendo un sitio web para la compra y venta de ropa de segunda mano enfocada al segmento infantil de edades entre 0 a 12 años. La página web está dirigida principalmente a madres primerizas o con hijos ya mayores. Una plataforma que garantiza una experiencia fácil, segura y con precios asequibles, tanto para el comprador como para el vendedor.

En Little Leaf, el objetivo de conectar tanto a vendedoras como compradoras y así formar una comunidad que no solo se enfoque únicamente en lo monetario sino en crear un vínculo entre los clientes y la página. Es un negocio dirigido para aquellas mujeres que tengan una situación económica limitada y también para mujeres que estén interesadas en obtener un ingreso o que tengan ropa almacenada que ya no usen sus hijos siguiendo la premisa “lo que para unos es basura para otros es un tesoro”.

Por lo que ofrece servicios como inspección de la prenda, empaquetado y etiquetado, servicios premium, precios subastables, opciones de desinfección de la prenda y servicio delivery, botón de pago y en el caso de no contar con tarjeta de crédito, la opción de hacer depósitos o transferencias. Todo esto para garantizar la calidad y seguridad de las prendas para sus hijos.

En este sentido, se realizó un testeó de un prototipo para analizar la viabilidad de este producto mínimo. Con un lanzamiento previo a su inauguración, Little Leaf logró captar en redes sociales una atención de los posibles usuarios de la plataforma. Se realizaron dos videos que fueron posteriormente subidos a la plataforma Facebook, en los cuales, se pedía a los usuarios que ingresen a un link si es que les interesaba participar como compradores o como vendedores. Ambos videos tuvieron una inversión en pauta digital de 30 dólares segmentados

a las ciudades de interés ya mencionadas: Guayaquil, Durán, Daule y Samborondón con una duración de 4 días. En el video de compradores, se obtuvieron 277 clics en el enlace. En cambio, el video de vendedores tuvo un resultado de 271 clics en el enlace. Es decir, casi 550 personas mostraron interés y este experimento justifica la presencia de un nicho de mercado interesado en la propuesta del negocio.

Objetivo General y Específicos del proyecto

Objetivo General

Desarrollar una plataforma web líder en Guayaquil para la compra y venta de ropa de segunda mano para niños y bebés que se destaque por sus precios asequibles, seguridad y calidad de las prendas.

Objetivos Específicos

- Explorar la metodología Design Thinking para crear un producto innovador enfocado en la necesidades del grupo objetivo.
- Investigar y analizar la demanda del grupo objetivo para el proyecto.
- Establecer un plan de marketing que permita el posicionamiento de nuestro negocio.
- Evaluar la factibilidad técnica de los procedimientos necesarios para establecer el negocio.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa, misión, visión, y valores
- Definir la viabilidad financiera del modelo de negocio en relación con el mercado.

Breve descripción del Modelo de Negocio

La creación del modelo de negocio es siguiendo la metodología de Design Thinking, la cual consiste en 5 fases: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Durante la fase de empatizar y definir, se pudo conectar con las diferentes problemáticas de las madres y obtener insights de ellas al momento de comprar. Así, obteniendo como respuesta que existe el interés de comprar sin la necesidad de salir de la casa en cualquier parte, ahorrando gastos como el de movilización, además de ahorrarse el tiempo de estar buscando una prenda adecuada que le quede al niño/a y también de pagar precios altos. Por lo que, en la fase idear propusimos diferentes alternativas para solucionar estos problemas, finalmente se escoge una y en la parte de prototipar se elaboró un video donde explicamos el funcionamiento de nuestra página web y procedimos a realizar preguntas a un grupo de madres de edades entre 20 a 45 años, con nivel económico medio, medio-típico, se obtienen una retroalimentación para mejorar nuestra propuesta.

Para la investigación de mercado, se establece que la población de las mujeres en edad reproductiva del Guayas de edades entre 15-49 años de los niveles socioeconómicos B, C+, C-, es de 504,360. Con lo cual, se hace una muestra para realizar encuestas que fueron de 381 personas y un grupo focal con cinco madres de familia que nos dieron su opinión acerca del modelo de negocio. Los principales resultados fueron el rango de precios, en el que el máximo a pagar es de \$20 por prenda, la frecuencia de compra es entre una vez cada dos semanas o una vez al mes. De igual manera, el 51.7% de los encuestados comprarían en Little Leaf. Por lo que, se calculó entre la frecuencia de compra y la cantidad de personas que comprarían, que dio como resultado a una demanda total estimada de 90.742 clientes mensuales. Sumado a que el 82.3% de los encuestados pagarían hasta un 15% de comisión por venta. Dentro del grupo focal, encontramos que las principales preocupaciones son: el lavado, entrega a domicilio.

Con estos datos, se establece la estrategia de marketing para las dos audiencias: vendedores y compradores. Para este plan buscamos enfatizar en los bajos precios de los productos, siendo esta característica la principal y nuestra propuesta de valor. Consideramos que también es importante destacar características como la calidad y variedad de los productos, los procesos de calidad para que cumplan con los estándares de seguridad, también la facilidad con la que se pueden hacer negocios en Little Leaf y ganar dinero como vendedor. Sin embargo, los bajos precios son nuestro diferencial con la competencia y productos sustitutos. Con esto en mente, se establece los precios que son: máximo de \$20 por prenda, el 15% de comisión de venta para los vendedores y adicional se ofrece un servicio de suscripción premium, que incluye acceso a un chat de madres, prendas de mayor valor de precios el cual es de un valor de \$3 que incluye acceso a eventos de trueques, ahorro en tiempo del pedido . El marketing digital es clave para poner en marcha el negocio, las estrategias en redes sociales y el email marketing van a ser lo importante para un mayor alcance y visibilidad de la marca.

Dentro de la parte técnica, se describió el producto el cual es un sitio web dedicado a facilitar la compra y venta de ropa de segunda mano de niños, niñas y bebés. Es esencial entender su lado técnico, que influye en la gestión administrativa y financiera. La plataforma ofrece una variedad de productos con filtros de búsqueda, catálogo en línea y opciones de pago seguro. Los perfiles de usuario para compradores y vendedores con protección y uso transparente de datos establecen transacciones seguras, mientras que la membresía premium brinda beneficios adicionales. La gestión interna de la entrega y las políticas de devolución mejoran la experiencia del cliente.

La propuesta de valor se centra en facilitar la transacción de estos artículos de segunda mano a precios accesibles, atendiendo a madres de diferentes niveles

socioeconómicos (B, C+, C-) y formando una comunidad. Para respaldar esto, Little Leaf emplea diversas estrategias, incluyendo un sistema de precios fijos y subastables para artículos, además de regulaciones y protocolos de control de calidad. El equipo necesario para el correcto mantenimiento de la función tecnológica de Little Leaf incluye personal de programación, diseño y un programador senior para monitorear la plataforma.

Dentro de la parte administrativa, definimos la misión, visión y valores de Little Leaf que guían nuestra estrategia y conforman la identidad de la empresa. Por lo cual, para que esto se alinee con nuestra marca, se elabora una estructura organizacional con roles clave, compuesta de 18 colaboradores como Gerente General, Ejecutivo de Marketing, Ejecutivo de Ventas, Gerente de Logística, Contador, Programador, Diseñador Gráfico y personal de almacenamiento (11 personas), este siendo el más clave para garantizar la calidad de las prendas. Detallamos los parámetros para la selección de cada puesto, incluyendo nivel de instrucción, habilidades, responsabilidades, jerarquía y sueldo.

La gestión de recursos se refleja en una estructura de compensación integral, considerando salarios, aportes al seguro social y honorarios. Se definen indicadores de rendimiento clave para evaluar el progreso en áreas como marketing, recursos humanos, redes sociales, finanzas y software, facilitando la toma de decisiones efectiva.

Para la viabilidad financiera de Little Leaf, se establece un plan de inversiones con un valor total de 15.115,76 dólares, el cual será financiado por 6 inversionistas. Cada uno aportará \$2519,29 (16.66%) con una tasa mínima de retorno del 25% del aporte. Seguido de esto, está la proyección de ventas. En esta, hay una demanda de 90.742, donde la participación a la que se quiere llegar es de 18.148 con una absorción de 100% para el primer año, por esto, se estima una proyección de ventas \$497.147,40 entre compradoras y vendedoras. Además, con una proyección anual de 250.422 unidades, con una tasa de

crecimiento del 16,4% por año. Para cubrir la demanda se cuenta con un personal capacitado de 18 personas en total, donde hay 11 personas encargadas del área logística que se ocuparán de la inspección, el empaquetado y etiquetado de nuestro producto y serán entregados a través de una compañía de transporte que repartirán las prendas de Little Leaf a cada usuario que compre dentro de la página. En el caso del vendedor cuenta con la opción de ir a dejar el producto a nuestra oficina o enviarlo por mensajería. Con una TIR sólida del 76,82% y un VAN positivo de \$76.279,93 que al ser positiva demuestra que nuestros ingresos superarán nuestros gastos siendo rentable y sólido según las proyecciones.

1 GERENCIA ESTUDIO FINANCIERO

1.1 INVERSIÓN INICIAL

1.1.1 Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

El plan de inversiones para Little Leaf consta de 3 segmentos (activo fijos, activos diferidos y capital de trabajo). De acuerdo a la investigación previa, se prevé que la cantidad necesaria para el desarrollo y funcionamiento del proyecto es de \$15115,76. La inversión está conformada por:

Activos fijos: Con un valor de \$6.127,64 en adquisición de mobiliario para la bodega-oficina y también del equipo de computación necesario para la operación del modelo de negocio.

Activos diferidos : Se estima un valor necesario de \$6.423, este segmento consiste en gastos preoperativos de la empresa como el desarrollo del sitio web, el hosting, gastos de constitución y de registro de marca, el plan de comunicación y marketing para el lanzamiento del sitio web.

Capital de trabajo: Se considera todo los bienes y recursos necesarios de corto y a largo plazo que necesita Little Leaf para poder desarrollar todas sus gestiones, en el capital de trabajo tomamos en consideración los materiales directos, mano de obra directa - indirecta y también tomamos en cuenta el capital de trabajo administrativo y ventas.

Tabla 1: Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
MOBILIARIO	2.427,64
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.700,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.127,64
ACTIVOS DIFERIDOS	
HOSTING	15,00
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	1.800,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00
REGISTRO DE MARCA	208,00
MARKETING Y COMUNICACIÓN	2.000,00
ALQUILER	1900
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	6.423,00

CAPITAL DE TRABAJO	
FACTOR CAJA	2
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
MATERIALES DIRECTOS	224,00
MATERIALES INDIRECTOS	138
SUMINISTROS Y SERVICIOS	328
MANO DE OBRA DIRECTA	466,33
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS	
GASTOS ADM	989,87
GASTOS DE VTAS	112,53
IMPREVISTOS (5%)	306,382
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2.565,12
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	15.115,76

Fuentes de financiamiento: En vista de que la inversión es un monto considerable se ha tomado la decisión de que se reparta por los 6 socios que conforman Little Leaf, cada uno con un aporte del 16,66% que es 2519,29\$, con una tasa de retorno del 25% del aporte.

Tabla 2: Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	%	COSTO DE K
APORTE DE CAPITAL	15.115,76	100,00%	25,0%
TOTAL FINANCIAMIENTO	15.115,76	100%	25,00%

1.1.2 Políticas de cobros, pagos y existencias:

Política de cobranza:

Establece los procedimientos que la empresa sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas, debe basarse en su recuperación sin afectar la permanencia del cliente (Lopez, 2016). En el caso de este emprendimiento el pago se realizará por medio de tarjeta de crédito y débito. En el caso de tarjeta de débito se recibiría el dinero el mismo día hábil. En el caso de que el pago se realice con tarjeta de crédito, el pago se recibirá entre 24 a 48 horas en días hábiles.

Política de pago:

Debido a los proveedores que se manejan para el servicio de envíos, donde intervienen en cada compra realizada y el método de pago por medio de tarjeta de crédito y débito, el pago a los proveedores será cada siete días. De esta manera se lleva un mejor control de las finanzas y se realizará un solo pago por todas las intervenciones en la realización del servicio.

Política de existencias

El modelo de negocios que tiene “Little Leaf” no exige políticas de inventarios, ya que somos una empresa prestadora de servicios y solo damos la conexión entre cliente y vendedor. El tiempo máximo que el producto pasará en bodega es el tiempo que demore el personal de bodega en recibirlo, empaquetarlo y dárselo al repartidor para que haga la entrega a domicilio.

1.1.3 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

Las depreciaciones se toman en cuenta según el uso por año el cual sirve para estimar la vida útil del activo desde el primer año. Se toma en cuenta los equipos de computación y mobiliario donde el valor es de 3000\$ y 2427,64\$ los cuales se van depreciando cada año con 1000\$ y 809,20\$ que da un total por las dos 1809,21\$ por año. De la misma manera los activos diferidos se realizan las amortizaciones por el mismo tiempo (3 años) a lo largo de su vida útil.

Tabla 3: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN		ANUAL	MENSUAL			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.000,00	1000,0	83,33			
MOBILIARIO	2.427,64	809,2	67,43			
		1.809,21				
DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑO	1	2	3	4	5
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		1.000	1.000	1.000		
MOBILIARIO		809,20	809,20	809,20		
TOTAL DEPRECIACIÓN		1.809,20	1.809,20	1.809,20	-	-

Tabla 4: Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN		5 años
HOSTING	15,00	3,00

DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	1.800,00	360
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00	100
REGISTRO DE MARCA	208,00	41,6
MARKETING (LANZAMIENTO)		0
PATENTES Y LICENCIAS	2.000,00	400
TOTAL AMORTIZACIÓN	4.523,00	904,6

1.1.4 Proyección de ventas y producción

A continuación se presentarán los siguientes elementos que se tomaron en cuenta para poder realizar las proyecciones de venta para Little Leaf:

- **Demanda:** Esta es la cantidad de madres que han sido identificadas como el mercado potencial para el servicio que brinda Little Leaf, los cuales cumplen con el perfil que se busca dentro de la empresa, a través de este dato se identificará adaptar las ofertas para satisfacer las necesidades y preferencias de este grupo. Se estima una demanda de 90742 madres.
- **Competencia:** Se toma en cuenta competidores que están de forma local y que operen dentro del país, por eso tomamos en cuenta a 4 competidores directos: MarketPlace, Mercado Libre, Amigui y Segunda que operan de forma virtual.
- **Capacidad productiva y la absorción de la demanda:** Se obtiene que la participación de mercado de Little Leaf es de 18148, calculada con la demanda dividida para la competencia y la empresa. Para analizar la absorción, la capacidad productiva de la empresa tomamos en cuenta los siguientes datos:

Tabla 5: Análisis capacidad productiva (estimado)

Tarea	Tiempo por Artículo (minutos)		
Revisión del Estado	[Estimación]	210	segundos (3,5 minutos)
Empaquetado (funda normal)	[Estimación]	20	segundos

Empaquetado (cartón)	[Estimación]	60	segundos
Aplicación de Etiquetas	[Estimación]	10	segundos
Tiempo Total por Artículo	[Suma de los tiempos anteriores]	300	segundos
Capacidad Diaria por Trabajador	[Horas Trabajadas por Día] x ([Suma de los tiempos anteriores] / hr]	96	Por 8 horas siempre y cuando sea constante el tiempo de revisión, etiquetado y empaquetado el tiempo puede variar en este caso se tomó en cuenta como si fueran prendas, en 1 hora revisan 12 artículos.
		x día	x año
Capacidad Total de Ambos Trabajadores	[Capacidad Diaria por Trabajador] x [Número de Trabajadores (11)]	1056	253440

Con un estimado de 300 segundos (5 minutos) dando como resultado 96 revisiones el cual tiene (etiquetado y repartición del producto), se considera que por día pueden hacer la revisión de 96 artículos (ropa), este dato podría cambiar según la composición de ciertos artículos que lleguen. En el caso de que si hagan las 96 revisiones al día por persona es posible abastecer la capacidad productiva, este caso Little Leaf cuenta con dos empleados logísticos, los cuales son suficientes para abastecer al 100%.

- **Proyección anual de unidades de venta:** Tomando en consideración de que hay una capacidad productiva al 100% se puede decir que las proyecciones de compras anuales es de 250422 unidades en el primer año. Little Leaf cuenta con una participación de mercado de 18148, donde según las personas encuestadas, el 40% realizaría compras rara vez, es decir, 6 veces al año, el 29% compraría una vez al mes, 15% compraría quincenalmente y el 9% realizaría compras una vez a la semana,

dando como resultado 4.3554, 6.3156, 6.5328 y 7.8384 compras respectivamente. La sumatoria de estas compras dan un resultado estimado de 250.422 compras anuales.

Tabla 6: Frecuencia de compra

	N° Personas	% Frecuencia compra	Frecuencia de compra	
Rara vez	7259	40	6	43554
Una vez al mes	5263	29	12	63156
Quincenalmente	2722	15	24	65328
Semanalmente	1633	9	48	78384
			Compras Anuales	250422

Tabla 7: Proyección anual de unidades de venta

PROYECCIÓN ANUAL DE UNIDADES DE VENTA			Tasa de crecimiento según lo investigado (16,4%) cada año		
Año	1	2	3	4	5
UNIDADES	250422	290.490	336.968	390.883	453.424

- **Proyección anual de ventas:** Debido a que no es un negocio con un producto fijo sino que depende mucho de los clientes que vendan dentro de nuestra plataforma hacer un control trimestral no es exacto, por ende se tomó en cuenta una proyección anual de ventas para así tener un mejor resultado.
- Little Leaf cuenta con un modelo de negocio donde tanto compradoras como vendedoras van a acceder a los servicios de la empresa. Por un lado, se encuentran las compradoras que como ya se mencionó se tiene un estimado de 250422 unidades vendidas en el primer año las que crecerán un 16,4% anualmente. Por la venta de dichas unidades Little Leaf tendrá un porcentaje de ganancia del 15% por transacción. Planteando que el precio de la prenda promedio sea \$10, Little Leaf recibirá \$1,50.

Asimismo se tiene a las vendedoras quienes representan el 55.30% de la participación en el mercado.

Tabla 8: Proyección anual de ventas

Proyección anual de ventas										
Año	1		2		3		4		5	
	Comprador	Vendedor	Comprador	Vendedor	Comprador	Vendedor	Comprador	Vendedor	Comprador	Vendedor
Personas	16877	10036	19577	11642	22710	13504	26343	15665	30558	18172
Pagan membresía (20%)	3375		3915		4542		5269		6112	
Suscripción (3 mensuales)	\$36,00		\$36,00		\$36,00		\$36,00		\$36,00	
Ingresos por membresía	\$121.514		\$140.957		\$163.510		\$189.671		\$220.019	
Unidades vendidas	250422		290490		336968		390883		453424	
Porcentaje de ganancia por transacción (15%) \$10	\$1,50		\$1,50		\$1,50		\$1,50			
Ingresos por comisión	\$375.633,00		\$435.734,28		\$505.451,76		\$586.324,05			
Proyección de Ventas	\$497.147,40	\$0,00	\$576.690,98	\$0,00	\$668.961,54	\$0,00	\$775.995,39	\$0,00		
	\$497.147		\$576.691		\$668.962		\$775.995		\$900.155	

1.1.5 Detalle de costos de producción o generación de servicio (materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta)

En los servicios integrados de Little Leaf al momento de hacer una compra, se tienen en cuenta ciertos servicios dentro de la compra, los cuales son el servicio de delivery el cual se le proporciona al cliente para la entrega de su producto el cual tiene un costo de 3,50\$ y además adicionalmente dentro del precio de nuestras tarifas viene incluido el precio del empaque que es de 0,63 ctvs incluido el etiquetado, también está el costo de desinfección que se proporciona sólo a los clientes que lo soliciten.

Tabla 9: Costo de generación del servicio

Generación del servicio (por persona)	Valor
Delivery	3,5
Empaque	0,63
Desinfección	0,3

Se toman en cuenta los costos fijos de mano de obra directa e indirecta necesarios para Little Leaf. En mano de obra directa consideramos las 11 personas encargadas del proceso logístico que estarán dentro de Little Leaf y se encargará del manejo de las prendas que lleguen a la bodega de Little Leaf, el primer año estará valorado en 85.088,26\$. En cuanto a mano de obra indirecta por el momento no se requiere de esta.

Tabla 10: Costo por mano de obra directa

COSTO FIJO	ANUAL
MO DIRECTA	85.088,26
TOTAL COSTO FIJO	85.088,26

1.1.6 Gastos de administración, ventas y financieros

Para realizar este cuadro de gastos administrativos se consideraron estos siguientes ítems, los cuales están los sueldos del personal administrativo con un inicial de 133.798,08\$ seguido de otros servicios como el internet, servicios básicos, legales, contables, materiales de oficina, capacitaciones que se dará a cada colaborador de la empresa, asimismo está el precio de alquiler de la office bodega, programa de RSE, comunicaciones y también los uniformes para cada empleador, a continuación se presentan estos datos:

Tabla 11: Gastos administrativos

GASTOS	1	2	3	4	5
---------------	----------	----------	----------	----------	----------

ADMINISTRATIVO					
SUELDO PERSONAL ADM	133.798,08	137.223,31	140.736,23	144.339,08	148.034,16
PROGRAMADOR	9.600,00	9.845,76	10.097,81	10.356,32	10.621,44
DISEÑADOR	6.000,00	6.153,60	6.311,13	6.472,70	6.638,40
SERVICIOS BÁSICOS	7.200,00	7.384,32	7.573,36	7.767,24	7.966,08
SERVICIOS CONTABLES	4.800,00	4.922,88	5.048,91	5.178,16	5.310,72
SERVICIOS LEGALES	600,00	615,36	631,11	647,27	663,84
SEGUROS	-	-	-	-	-
MATERIALES DE OFICINA	555,00	569,21	583,78	598,72	614,05
INTERNET	480,00	492,29	504,89	517,82	531,07
ALQUILER DE OFIBODEGA	11.400,00	11.691,84	11.991,15	12.298,12	12.612,96
PROGRAMA DE RSE	2.400,00	2.461,44	2.524,45	2.589,08	2.655,36
CAPACITACIÓN	960,00	984,58	1.009,78	1.035,63	1.062,14
COMUNICACIONES	-	-	-	-	-
UNIFORMES	384,00	393,83	403,91	414,25	424,86
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	178.177,08	182.738,41	187.416,52	192.214,38	197.135,07

Se muestran los gastos administrativos asociados a la gestión y operación del negocio a lo largo de cinco periodos, dentro de estos gastos están diferentes categorías como los sueldos del personal administrativos, personal especializado como programadores y diseñadores hasta otro costos como los de servicios básicos, alquiler de bodega, materiales de oficina, internet, programas de responsabilidad social empresarial (RSE), capacitaciones y uniformes, en resumen son los costos a medida que transcurren estos periodos, estos datos son esenciales para evaluar y planificar la eficiencia financiera.

Tabla 12: Gastos de ventas

GASTO DE VENTAS	1	2	3	4	5
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	17529,48	17978,23	18438,48	18910,50	19394,61
MARKETING Y PUBLICIDAD	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00

TOTAL GASTO DE VENTAS		20.129,48	20.578,23	21.038,48	21.510,50	21.994,61
-----------------------	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Esta tabla muestra la distribución de los gastos de ventas, donde están los sueldos del personal de ventas donde se muestra un aumento progresivo en cada periodo, asimismo están los gastos de marketing y publicidad los cuales no tienen variación alguna.

1.2 Planeación Financiera

1.2.1 Flujo de caja proyectado

En este flujo de caja es un esquema donde se presentan de forma sistemática los costos e ingresos proyectados de forma anual, en esta parte consideramos todos los gastos administrativos y de ventas, mano de obra directa e indirecta proyectado en los primeros 5 años del negocio.

El flujo de caja puede realizarse para estimar la rentabilidad del proyecto como un todo para medir la rentabilidad para el inversionista, y su proyección constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto (UNC, sf)

Tabla 13: Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectado	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		494.385,47	576.249,08	668.448,93	775.400,76	899.464,88
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		322.989,16	361.053,30	405.207,71	456.426,82	515.840,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS		178.177,08	181.716,92	186.368,87	191.139,91	196.033,09
GASTOS DE VENTAS		20.129,48	20.578,23	21.038,48	21.510,50	21.994,61

PARTICIPACION DE EMPLEADOS				- 1.594,31	8.044,90	15.902,03
IMPUESTO A LA RENTA				- 2.258,61	11.396,95	22.527,88
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		520.299,72	563.348,45	616.467,97	688.519,08	772.298,61
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		-25.914,25	12.900,62	51.980,96	86.881,67	127.166,27
INVERSIONES						
ACTIVOS FIJOS	6.127,64					
ACTIVOS DIFERIDOS	6.423,00					
FLUJO NETO GENERADO	-15.115,76	-25.914,25	12.900,62	51.980,96	86.881,67	127.166,27

En este flujo de efectivo se puede analizar la cantidad neta de efectivo que ingresa y sale de Little Leaf durante el periodo de 5 años, se proyecta un aumento en los ingresos operacionales por año, a partir del año dos los ingresos operacionales son mayores a los egresos dejando un flujo de caja positivo de 12.900,62\$ seguido de los demás años, los cuales también se estima flujos de cajas positivos a diferencia del primer año que es negativo, debido a la mayor inversión y gastos que este tiene.

1.2.2 Estado de pérdidas y ganancias

El informe conocido como estado de resultados, o alternativamente estado de pérdidas y ganancias, es un documento detallado que revela la condición financiera de una organización, esencialmente reflejando si la empresa experimentó ganancias o pérdidas durante un período contable específico, según Urzúa (2022). Además, se incluye una proyección del estado de resultados para los cinco años siguientes conforme al modelo de negocio propuesto.

Para el primer año se espera que la empresa tenga unas pérdidas considerables debido a gastos que serán usados para este primer año el cual no podrán ser cubiertas por nuestros ingresos generados por nuestros servicios en el primer año que es de 497.147,40\$, esto debido a los gastos administrativos y ventas y otros costos que hay en el primer año de operación dentro de Little Leaf, el flujo neto será negativo con un -25.866,12, esto

únicamente para el primer año, en los siguientes años las utilidades netas serán positivas indicando que no hay pérdidas y hay ganancias después de considerar todos los gastos y obligaciones.

Tabla 14: Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						ANÁLISIS PORCENTUAL				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
VENTAS	497.147,40	576.690,98	668.961,54	775.995,39	900.154,65	100%	100%	100%	100%	100%
COSTO DE VENTAS	322.989,16	361.053,30	405.207,71	456.426,82	515.840,99	64,97%	62,61 %	60,57%	58,82%	57,31%
UTILIDAD BRUTA	174.158,24	215.637,68	263.753,83	319.568,57	384.313,66	35,03%	37,39 %	39,43%	41,18%	42,69%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	177.181,08	181.716,92	186.368,87	191.139,91	196.033,09	35,64%	31,51 %	27,86%	24,63%	21,78%
GASTOS DE VENTAS	20.129,48	20.578,23	21.038,48	21.510,50	21.994,61	4,05%	3,57%	6,64%	5,79%	2,44%
EBITDA	-23.152,32	13.342,53	56.346,49	106.918,15	166.285,96	-4,66%	2,31%	4,93%	10,76%	18,47%
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	904,60	904,60	904,60	904,60	904,60	0,18%	0,16%	0,14%	0,12%	0,10%
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	1.809,20	1.809,20	1.809,20	-	-	0,36%	0,31%	0,27%	0,00%	0,00%
EBIT	-25.866,12	10.628,73	53.632,69	106.013,55	165.381,36	-5,20%	1,84%	4,52%	10,65%	18,37%
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	-25.866,12	10.628,73	53.632,69	106.013,55	165.381,36	-5,20%	1,84%	4,52%	10,65%	18,37%
15% PARTICIPACIÓN	-	1.594,31	8.044,90	15.902,03	24.807,20	0,00%	0,28%	0,68%	1,60%	2,76%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-25.866,12	9.034,42	45.587,78	90.111,52	140.574,15	-5,20%	1,57%	3,84%	9,05%	15,62%
25% IMPUESTOS	-	2.258,61	11.396,95	22.527,88	35.143,54	0,00%	0,39%	0,96%	2,26%	3,90%
UTILIDAD NETA	-25.866,12	6.775,82	34.190,84	67.583,64	105.430,61	-5,20%	1,17%	2,88%	6,79%	11,71%

Little leaf en el primer año proyecta pérdidas sin embargo en los 4 años siguientes se observarán utilidades. La utilidad neta proyectada refleja un incremento porcentual del -5,20% el primer año y de 11,71% para el quinto año.

1.3 Evaluación del proyecto

1.3.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio para Little Leaf, un emprendimiento dedicado a la compra y venta de ropa de segunda mano para bebés, se calcula identificando el momento en que los ingresos generados por el negocio igualan la suma de los costos fijos y variables. Esto significa determinar cuándo los ingresos por las ventas de ropa alcanzan un nivel que cubre todos los gastos incurridos. En este contexto, el análisis del punto de equilibrio toma en cuenta el modelo de ingresos específico de Little Leaf, centrado en el precio establecido por cada prenda vendida. Este cálculo considera diversos aspectos importantes para precisar el punto en el cual el negocio comienza a ser rentable.

Para calcular el punto de equilibrio se toma en cuenta los siguientes datos:

- El precio de comisión por venta 1,50\$
- Así como los potenciales clientes en el primer año 16877 (compradoras) y 10036 (vendedoras)
- Costo variable unitario se establece en 0.95, el cual al año nos da 237.900,90\$
- El costo fijo se establece en 85.088,26\$

Con estos datos podemos hacer los siguientes cálculos enfocados en las ventas, los cuales son:

- Punto de equilibrio Ventas = Costo fijo total / (1 - (Costo variable unitario / Precio de venta unitario))

$$\text{P.E ventas: } 85.088,26 / (1 - (237.900,90 / 250.422) / 1,5) = 232,058,88$$

- P.E unidades: Costo fijo / (Precio 1,5 - Costo total variable 0,95)

$$\text{P.E unidades: } 85.088,26 / (1,5 - 0,95) = 154706$$

Little Leaf necesita generar mínimo 232,058.88\$ de esta forma lograra cubrir los costos fijos y variables ya detallados y debe tener una generación de 154706 frecuencia de compras y ventas dentro de la plataforma para generar ingresos.

1.3.2 Viabilidad financiera

En el primer año se proyecta pérdidas debido a que la viabilidad financiera de Little Leaf se hace a un horizonte de 5 años probando su viabilidad en 3 años.

Después de tener el flujo de caja proyectado se puede analizar la viabilidad financiera usando estos indicadores correspondientes TIR, VAN y PAYBACK.

- TIR (tasa interna de retorno) es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad del proyecto, este facilita la toma de decisiones sobre las inversiones que se deben realizar, porcentaje de ingresos o pérdidas que se obtiene como consecuencia de una inversión. (Fernandez, 2023)

El TIR se compara con el TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Retorno), para saber si es viable el TIR tiene que ser mayor al TMAR. Para el cálculo del TMAR toma en cuenta las diferente fuentes de interés y financiamiento, en el caso de Little leaf es del 25%. El TIR reflejó una cifra de 76,82%, por ende al compararlo con el otro indicador, el proyecto es rentable.

- El VAN (valor actual neto) es un indicador que sirve para determinar la viabilidad del modelo de negocio, si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia ese sería el VAN. (Esan, 2017)
- Se obtuvo como resultado del cálculo de VAN un valor de 76.279,93 \$, lo que es una cifra positiva, lo cuál hace que el proyecto sea viable.

- Payback, tiene como principal objetivo calcular el tiempo que la industria o empresa tardará en obtener un retorno igual al valor que fue invertido, es el tiempo necesario para que por cada dólar invertido se obtenga un retorno del mismo valor, de esta forma se sabe cuando la inversión comenzará a producir ganancias. (Suazo, s.f)
- A partir del año 2 comienza a haber una recuperación de la inversión debido a que tenemos un flujo positivo de \$12.900,62 incrementando de forma positiva en los siguientes años.

Tabla 15: Plazo de recuperación de la inversión

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	15.115,90	-25.914,25	3.778,98	-29.693,22
2	44.809,12	12.900,62	11.202,28	1.698,34
3	43.110,78	51.980,96	10.777,69	41.203,26
4	1.907,51	86.881,67	476,88	86.404,79
5	-84.497,28	127.166,27	-21.124,32	148.290,59

1.3.3 Análisis de sensibilidad

Para llevar a cabo el análisis de sensibilidad en Little Leaf, se plantean dos escenarios que reflejan cierta inestabilidad en el funcionamiento del negocio. El primer escenario implica una reducción del 5% en las ventas de ropa de segunda mano para bebés, evaluando el impacto de este cambio en las demás variables financieras. El segundo escenario contempla un incremento del 10% en los costos asociados con la adquisición de las prendas (pagos a proveedores), bajo la suposición de que los proveedores locales decidan renegociar los precios. En el análisis de ambos escenarios, se considera que las otras variables del flujo de efectivo se mantienen constantes según las proyecciones actuales.

1.3.3.1 Disminución del 5% en la ventas anuales

La disminución de 5% en las ventas anuales tiene un gran impacto en los medidores como el TIR y VAN. La TIR pasó de 66,71% a 19,28%, en cuanto al VAN de un valor positivo de 60.928,03\$ a un valor de -9,664.80, con un VAN negativo el cual indica que el proyecto no genera suficientes flujos de efectivo para la inversión inicial, ha pesar de tener una TIR (19,28%) está por debajo del TMAR del 25% por ende el proyecto no sería viable debido a que no cumple con las expectativas de rendimiento establecidas además por otros aspectos como el flujo neto el cual es positivo a partir del cuarto año, esto puede traer desventaja ante la competencia y causar problemas económicos dentro de Little Leaf

Flujo de caja proyectado	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		469.666,20	547.436,62	635.026,48	736.630,72	854.491,63
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		322.989,16	361.053,30	405.207,71	456.426,82	515.840,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS		177.181,08	181.716,92	186.368,87	191.139,91	196.033,09
GASTOS DE VENTAS		20.129,48	20.578,23	21.038,48	21.510,50	21.994,61
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			-	1.594,31	8.044,90	15.902,03
IMPUESTO A LA RENTA			-	2.258,61	6.424,45	17.555,38
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		520.299,72	563.348,45	616.467,97	688.519,08	772.298,61
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		-50.633,52	-15.911,83	18.558,51	48.111,63	82.193,02
INVERSIONES						
ACTIVOS FIJOS	6.127,64					
ACTIVOS DIFERIDOS	6.423,00					
FLUJO NETO GENERADO	-15.115,76	-50.633,52	-15.911,83	18.558,51	48.111,63	82.193,02

Aumento del 10% a los proveedores

La disminución de 10% en las ventas anuales tiene un gran impacto en los medidores como el TIR y VAN. La TIR pasó de 66,71% a -29,75% y el VAN de un valor positivo de 60.928,03\$ a un valor de -95.609,52, con un VAN y un TIR negativo por debajo de la TMAR nos indica que el proyecto no genera suficientes flujos de efectivo para recuperar la inversión

inicial y para la generación de flujos, por ende el proyecto no sería viable debido a que no cumple con las expectativas de rendimiento establecidas además por otros aspectos como el flujo neto el cual es positivo a partir del quinto año, esto indica que debemos analizar mejor nuestros gastos e ingresos para poder tener una rentabilidad y mejores rendimientos dentro de la empresa.

Flujo de caja proyectado	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		469.666,20	547.436,62	635.026,48	736.630,72	854.491,63
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		322.989,16	361.053,30	405.207,71	456.426,82	515.840,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS		177.181,08	181.716,92	186.368,87	191.139,91	196.033,09
GASTOS DE VENTAS		20.129,48	20.578,23	21.038,48	21.510,50	21.994,61
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			-	1.594,31	8.044,90	15.902,03
IMPUESTO A LA RENTA			-	2.258,61	11.396,95	22.527,88
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		520.299,72	563.348,45	616.467,97	688.519,08	772.298,61
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		-75.352,79	-44.724,28	-14.863,93	9.341,60	37.219,78
INVERSIONES						
ACTIVOS FIJOS	6.127,64					
ACTIVOS DIFERIDOS	6.423,00					
FLUJO NETO GENERADO	-15.115,76	-75.352,79	-44.724,28	-14.863,93	9.341,60	37.219,78

Conclusiones y Recomendaciones

Little Leaf es una plataforma en línea la cual presenta una propuesta competitiva e innovadora en el sector textil, donde su análisis financiero busca tener una participación en el mercado de forma activa, el cual busca cubrir en su totalidad y satisfacer a sus clientes con los servicios y la calidad ofrecida durante el proceso de compra y venta. Little Leaf cuenta con una buena demanda y tiene la capacidad logística para abastecer todas las necesidades de los clientes, la cual podría aprovechar después para realizar una expansión a largo plazo en el Ecuador y de esta manera aumentar la participación y los ingresos.

Cuenta con un plan de inversión de \$15.115,90 para poder empezar, con costos accesibles para los socios quienes hacen parte de este proyecto, esto es beneficioso ya que puedan aprovechar esta oportunidad para poder invertir en otros posibles activos o servicios los cuales pueden ser beneficiosos a corto y largo plazo.

Los empleados de Little Leaf están seleccionados para poder cumplir con el cumplimiento de la plataforma y cumplir con las exigencias del mercado.

Los escenarios de sensibilidad que se presentaron indicaron que existen diversas variables que afectarán el desempeño de la empresa por ende se tomará en cuenta los resultados de estos y se realizarán los cambios necesarios ya sea en los costos operativos, gastos, precios de producción o ajustes en el sueldo y el personal de la empresa, se desarrollarán y analizarán estrategias para mitigar así los impactos negativos que estén dentro de Little Leaf.

Los datos financieros presentados dentro de Little Leaf demuestran que es un proyecto viable el cual es factible para el desarrollo y creación de este, debido a su modelo de negocio es capaz de iniciar sus operaciones aprovechando las oportunidades que tiene dentro del país ajustándose a las tendencias y exigencias del mercado ecuatoriano, destacando su adaptabilidad estratégica y posicionando su capacidad competitiva dentro de la industria de ropa.

Referencias Bibliográficas:

El comercio electrónico crecerá al menos 16% cada año hasta 2025. (2022, Diciembre 22).

Diario La Hora.

<https://www.lahora.com.ec/pais/comercio-electronico-crecimiento-economia-2025/>

Flujo de caja «. (n.d.). Formulación y evaluación de proyectos técnicos.

<https://feptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-3/flujo-de-caja/>

Urzúa, F. (2022, 03 30). *Estado de resultados ¿qué es y para qué sirve? ¡Revisa acá!* Chipax.

Retrieved November 10, 2023, from

<https://www.chipax.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-estado-de-resultados/>

Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN) | Conexión ESAN. (2017, Enero 24).

ESAN Graduate School Of Business.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van>

ROI y Payback: Cómo aplicar estos indicadores - TRACTIAN. (n.d.). Tractian.

<https://tractian.com/es/blog/roi-y-payback-indicadores-mantenimiento>

Urzúa, F. (2022, 03 30). *Estado de resultados ¿qué es y para qué sirve? ¡Revisa acá!* Chipax.

Retrieved November 10, 2023, from

<https://www.chipax.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-estado-de-resultados/>

El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente | Noticias |

Parlamento Europeo. (2023, 6 enero).

[https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327/el-impacto-d
e-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente](https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente)

Expreso, R. (2023, 23 abril). Segunda mano una vía de ahorro en expansión. *www.expreso.ec*.

[https://www.expreso.ec/actualidad/economia/segunda-mano-via-ahorro-expansion-15
8153.html#:~:text=En%20el%20caso%20de%20Ecuador,de%20Rentas%20Internas%
20\(SRI\).](https://www.expreso.ec/actualidad/economia/segunda-mano-via-ahorro-expansion-158153.html#:~:text=En%20el%20caso%20de%20Ecuador,de%20Rentas%20Internas%20(SRI).)

Hay 3 millones de empleos adecuados y 264.000 están sin trabajo en Ecuador. (2023, 23 junio).

[https://revistagestion.ec/noticias/hay-3-millones-de-empleos-adecuados-y-264000-est
an-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20ad
ecuaados%20y%20264.000%20est%C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador.-
2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%2
03%2C7%20%25.](https://revistagestion.ec/noticias/hay-3-millones-de-empleos-adecuados-y-264000-estan-sin-trabajo-en-ecuador/#:~:text=Hay%203%20millones%20de%20empleos%20adecuados%20y%20264.000%20est%C3%A1n%20sin%20trabajo%20en%20Ecuador.-2023%2D06%2D23&text=El%20desempleo%20en%20Ecuador%20se,fue%20del%203%2C7%20%25.)