



**UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO**
DE PORTOVIEJO

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DE FABRICACIÓN DE ROPA Y
ACCESORIOS EN EL DEPORTE EXTREMO “ROLLER
BLADING”, EN LA PARROQUIA TARQUI**

Tutor:

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa

Autor:

Tomalá Tolozano Luis Eduardo

Guayaquil – Ecuador

2020

Certificado de Tutor de Titulación

Yo, Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que el egresado **Tomalá Tolozano Luis Eduardo**, es autor del proyecto de Grado titulada: **“Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo RollerBlading, en la provincia del Guayas”**, la misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.
Tutor trabajo investigación

Certificado del Tribunal

El trabajo de investigación “Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo RollerBlading, en la parroquia Tarqui”, presentado por el egresado Tomalá Tolozano Luis Eduardo, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago, Mgs.
Coordinadora de la carrera

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.
Tutor (a) trabajo investigación

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Miembro del tribunal

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Miembro del tribunal

Declaración de Autoría

Tomalá Tolozano Luis Eduardo, autor de este trabajo de titulación denominado “Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo RollerBlading, en la parroquia Tarqui” declaro que el mismo es de mi completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de mi entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Tomalá Tolozano Luis Eduardo

Egresado de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Dedicatoria

A mis padres, por haberme apoyado a lo largo de mi carrera, con libertades y con responsabilidades, con valores y carácter para enfrentar cada reto, por acompañarme en este largo camino lleno de esfuerzos y gratificaciones, también de derrotas y lágrimas pero siempre saliendo adelante de su mano, sin sus enseñanzas y cuidados nada habría sido posible,

A mi hermana que ha estado guiándome a lo largo de esta carrera, con paciencia y perseverancia, dedico su tiempo para ayudarme

A mis maestros, porque sus conocimientos y sus habilidades para transmitirlo me han llenado de conocimiento y técnicas que aplicare en mi vida diaria y en el ámbito laboral

A mis compañeros y amigos quienes estuvieron paso a paso en el proceso universitario en talleres, deberes en grupo, exposiciones y proyectos, creciendo juntos y apoyándonos unos a otros

A la universidad en general, por el conocimiento adquirido, esta grata experiencia de crecimiento personal e intelectual

Por sobre todo, este proyecto se lo dedico a mi amor, por recordarme que puedo lograr lo que me proponga, por inspirarme a ser mejor cada día, sin su ayuda constante, sin su paciencia y su motivación, sin su inspiración habría sido mucho más difícil, este proyecto está dedicado a mi hija, quien es la razón de todo.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a cada una de las personas que de una u otra manera contribuyeron para que esto fuese posible, no fue un camino fácil pero sí estuvo lleno de oportunidades de crecimiento, de aprendizaje y de retos, los cuales aborde solo, siempre tuve el apoyo de personas a mi alrededor que de la manera más desinteresada me brindaron su tiempo, sus conocimientos, su opinión, su ayuda, cual quiera que necesitase.

A mis maestros, por sus revisiones y sus correcciones, sus sugerencias y opiniones pautaron el camino por donde este proyecto llegó a su meta, por sus clases virtuales y sus esfuerzos por llegar a cada uno, no solo con conocimientos técnicos sino con valores y enseñanzas de vida, las cuales se quedarán grabadas en mi memoria.

A mis padres, por haber tenido fe en mí, por su paciencia y empuje, por esta siempre alentándome y no permitir que me descuide de mi camino, su amor y su ayuda es invaluable, estoy profundamente agradecido con ustedes sobre todo, porque su apoyo me mantuvo de pie durante todo el camino.

A mi hermana, quien siempre estuvo pendiente de mí, acompañándome en mis talleres y ayudándome con mi desarrollo académico, dedicando largas horas de estudio para ayudarme a desarrollar este proyecto.

Y por sobre todo quiero agradecer a mi hija, quien es la razón por la cual abordo cada proyecto en mi vida.

Resumen

El Proyecto de prefactibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el patinaje extremo Rollerblading. El objetivo de las investigaciones es crear una microempresa en la parroquia Tarqui que se dedique a la fabricación de bienes de alta calidad, para lograr el confort diario de la actividad física empleada. Se realiza el proceso de toma de encuestas e investigación de mercado dentro del objetivo plasmado, actualmente no existen empresas que se dedique a la misma actividad fabricación directa hacia los deportistas extremos. Y se aprovechara la oportunidad de inversión para incursionar y plasmar una microempresa dedicada a este objetivo de mercado.

Se ofrecerá diferentes tendencias y valores para poder captar la atención de los diferentes gustos del cliente potencial, también contamos con una gran capacitación del personal de producción y atención al cliente para poder tener contacto directo con los consumidores. Por lo tanto se realizó comparaciones de precios para, poder comprender las empresas ya posesionadas en el mercado, y se espera en un futuro crecer como compañía así marcar la identidad como concepto de marca dentro del patinaje extremo del Ecuador.

Palabras claves: patinaje, deporte extremo, ropa, accesorios, calidad

Abstract

The Project is of pre-feasibility for the creation of a micro-company to manufacture clothes and accessories for extreme skating Rollerblading. The objective of the investigations is to create a micro-enterprise in the Tarqui parish that is dedicated to the manufacture and high-quality goods, to achieve the daily comfort of the physical activity employed. The process of taking surveys and market research is carried out within the stated objective, currently there are no companies that are dedicated to the same direct manufacturing activity towards extreme athletes. And it will take advantage of the investment opportunity to enter and shape a micro-business dedicated to this market objective.

Different trends and values will be offered to capture the attention of the different tastes of the potential client, we also have a great training of production and customer service personnel to be able to have direct contact with consumers. Price comparisons were also made to be able to contend with the companies already possessed in the market and it is expected in the future to grow as a company and mark the identity as a brand concept within the extreme skating of Ecuador.

Keywords: skating, extreme sport, clothing, accessories, quality

Tabla de contenido

Contenido	Páginas
Certificado de Tutor de Titulación	ii
Certificado del Tribunal	iii
Declaración de Autoría.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
Capítulo I.....	1
1. PROBLEMATIZACIÓN	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Antecedentes generales	1
1.3. Formulación del problema	9
1.4. Planteamiento del problema.....	9
1.5. Preguntas de la investigación	11
1.6. Delimitación del problema.....	11
1.7. Justificación.....	12
1.8. Objetivos	17
Capítulo II.....	18
2. CONTEXTUALIZACIÓN	18
2.1. Marco teórico	18
2.2. Marco conceptual	47
2.3. Marco ambiental.....	50
2.4. Variables	58
2.5. Operacionalización de las Variables	59
Capítulo III	62
3. MARCO METODOLÓGICO	62
3.1. Plan de investigación.....	62
3.2. Tipos de investigación.....	74
3.3. Fuentes de investigación	76
3.4. Población.....	78

3.5. Tamaño de la muestra	81
Capítulo IV	86
4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO	86
4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados	86
4.2. Estudio de mercado	105
4.3. Estudio técnico	131
4.4. Estudio administrativo	140
4.5. Estudio legal.....	156
Capítulo V	165
5. PROPUESTA	165
5.1. Título de la propuesta.....	165
5.2. Autores de la Propuesta.....	165
5.3. Empresa Auspiciante.....	165
5.4. Área que cubre la Propuesta.....	166
5.5. Fecha de Presentación	166
5.6. Fecha de Terminación	166
5.7. Duración del proyecto	166
5.8. Participantes del Proyecto	166
5.9. Objetivo General de la Propuesta.....	166
5.10. Objetivos Específicos.....	166
5.11. Beneficiarios Directos.....	167
5.12. Beneficiarios Indirectos.....	167
5.13. Impacto de la Propuesta	167
5.14. Descripción de la propuesta	168
5.15. Importancia	182
5.16. Metas del proyecto	182
5.17. Finalidad de la propuesta	183
Referencias	185
Apéndice A.....	201
Apéndice B	202
Apéndice C	205

Lista de Tablas

TABLA 1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	11
TABLA 2 FORMULA VAN.....	27
TABLA 3 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	59
TABLA 4 VARIABLE DEPENDIENTE	61
TABLA 5 POBLACIÓN PARROQUIA TARQUI.....	81
TABLA 6 POBLACIÓN GUAYAS Y TARQUI.....	81
TABLA 7 TAMAÑO DE LA MUESTRA	84
TABLA 8 RANGO DE EDADES	88
TABLA 9 QUE TAN SALUDABLE ES EL DEPORTE EXTREMO.....	89
TABLA 10 IMPORTANCIA AL MOMENTO DE PATINAR	90
TABLA 11 CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA.....	91
TABLA 12 CALIDAD EN LOS PRODUCTOS	92
TABLA 13 FRECUENCIA DE USO DE ACCESORIOS AL MOMENTO DE PATINAR	94
TABLA 14 ROPA O ACCESORIOS HECHOS EN EL ECUADOR.....	95
TABLA 15 OBSERVACIÓN AL ADQUIRIR UN PRODUCTO	96

TABLA 16 CALIDAD Y SEGURIDAD EN LOS DEPORTES EXTREMOS	97
TABLA 17 VESTUARIOS Y ACCESORIOS CON IDENTIDAD.....	98
TABLA 18 ANÁLISIS FODA	106
TABLA 19 PRECIO REFERENCIAL	119
TABLA 20 EMPRESAS EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL (AV. JUAN TANCAMARENGO).....	119
TABLA 21 EMPRESAS PROVEEDORAS	122
TABLA 22 PLAN DE PUBLICACIONES PARA EL MES DE FEBRERO DEL 2020.....	126
TABLA 23 PLAN DE PUBLICACIONES PARA EL MES DE AGOSTO DEL 2020	126
TABLA 24 PRESUPUESTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA	131
TABLA 25 EQUIPOS TECNOLÓGICOS	136
TABLA 26 MAQUINARIAS Y EQUIPOS NECESARIOS PARA LA MICROEMPRESA	139
TABLA 27 PROFESIOGRAMA DEL GERENTE PROPIETARIO	147
TABLA 28 PROFESIOGRAMA DE SECRETARIA ADMINISTRATIVA	149
TABLA 29 ROL DE PAGO.....	155
TABLA 30 VENTAS ANUALES/PROYECCIÓN DE VENTAS	169
TABLA 31 COSTOS MATERIAS DIRECTA.....	170

TABLA 32 RESUMEN	172
TABLA 33 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	173
TABLA 34 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	175
TABLA 35 FLUJO DE FONDOS PROYECTADOS.....	177
TABLA 36 VAN Y TIR.....	179
TABLA 37 RELACIÓN COSTO - BENEFICIO.....	180
TABLA 38 RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	181
TABLA 39 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	182

Lista de Figuras

FIGURA 1. PATÍN DE RUEDAS DE 1760.....	2
FIGURA 2. PATÍN ROCES.....	4
FIGURA 3 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	20
FIGURA 4 FORMULA VALOR PRESENTE NETO.....	25
FIGURA 5 FORMULA VAN.....	27
FIGURA 6 ESTUDIO DE MERCADO.....	36
FIGURA 7 ESTUDIO TÉCNICO.....	40
FIGURA 8 PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	63
FIGURA 9 PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	63
FIGURA 10 MÉTODO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO.....	68
FIGURA 11 ANÁLISIS.....	70
FIGURA 12 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	74
FIGURA 13 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	83
FIGURA 14 RANGO DE EDADES.....	89
FIGURA 15 QUE TAN SALUDABLE ES EL DEPORTE EXTREMO.....	90

<i>FIGURA 16</i> IMPORTANCIA DEL USO ROPA O ACCESORIOS AL MOMENTO DE PATINAR ...	91
<i>FIGURA 17</i> CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA	92
<i>FIGURA 18</i> CALIDAD EN LOS PRODUCTOS	93
<i>FIGURA 19</i> FRECUENCIA DE USO DE PROTECCIONES AL MOMENTO DE PATINAR.....	94
<i>FIGURA 20</i> ROPA O ACCESORIOS HECHOS EN EL ECUADOR	95
<i>FIGURA 21</i> OBSERVACIÓN AL ADQUIRIR UN PRODUCTO.....	96
<i>FIGURA 22</i> CALIDAD Y SEGURIDAD EN LOS DEPORTES EXTREMOS	97
<i>FIGURA 23</i> VESTUARIOS Y ACCESORIOS CON IDENTIDAD.....	98
<i>FIGURA 24</i> ANÁLISIS FODA	106
<i>FIGURA 25</i> ISOLOGO DE LA MICROEMPRESA	117
<i>FIGURA 26</i> DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	120
<i>FIGURA 27</i> CAMISETA DE COLORES LOGO CLICA BLADER	127
<i>FIGURA 28</i> BUZO NEGRO LOGO CLICA BLADER	127
<i>FIGURA 29</i> BUZO NEGRO LOGO CLICA BLADER	128
<i>FIGURA 30</i> CAMISETA NEGRA LOGO CLICA BLADER	128
<i>FIGURA 31</i> TERMO LOGO CLICA BLADER	129

<i>FIGURA 32</i> TERMO LOGO CLICA BLADER	129
<i>FIGURA 33</i> CAMISETA BLANCA, TERMO Y VASO CLICA BLADER.....	130
<i>FIGURA 34</i> SIMBOLOGÍA.....	134
<i>FIGURA 35</i> LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA CLICA BLADER	135
<i>FIGURA 36</i> ORGANIGRAMA DEL PROCESO DE VENTAS	138
<i>FIGURA 37</i> ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	146
<i>FIGURA 38</i> FLUJO DEL RECLUTAMIENTO	150
<i>FIGURA 39</i> FLUJO DE CONTRATACIÓN.....	160
<i>FIGURA 40</i> REGISTRADORES MERCANTILES.....	160
<i>FIGURA 41</i> COSTO DE VENTAS	172

Capítulo I

1. Problematización

1.1. Tema

Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo “RollerBlading”, en la parroquia Tarqui.

1.2. Antecedentes generales

Se podría deliberar que los primeros modelos de patines de ruedas surgieron hace más de dos siglos, los primeros modelos de patines datan al rededor del siglo XVIII. Sam Nieswizski nos explica en una entrevista que no se sabe si los patines tenían ruedas en línea o no (Chartier, 2013).

De acuerdo al estudio realizado por (Chartier, 2013) los primeros patines fueron inspirados en los patines de hielo, de acuerdo a la historia parece haber pistas de un holandés de principio del siglo XVII, pero nadie dispone de información suficiente sobre este tema. (Asuncion, 2009).

Para (Chartier, 2013) se atribuye el invento del patín a John Joseph Merlín en los años 1735-1803, originario de Bélgica. John Joseph Merlín tuvo la idea de adaptar el patinaje sobre hielo a la tierra firme, donde fijo ruedas metálicas sobre una placa de madera.

Como una de las anécdotas que indica la historia, hay que decir que el inventor se encajó en un espejo durante una fiesta en Londres y perdió la vida por el golpe. La cual pudo ser la primera caída de la historia del patín. (Aventura, 2016)

El patinaje agresivo es una sub disciplina de patinaje en línea el cual se centró en la ejecución de trucos en los deportes de acción. Los patines en línea agresivos están especialmente modificados para adaptarse a movimientos y saltos. El patinaje agresivo puede tener lugar en obstáculos encontrados en la calle o en parques de patinaje. (Toribio, 2010).



Figura 1. Patín de ruedas de 1760

¿Qué es el patinaje agresivo?

El patinaje agresivo es un estilo surgido hace un par de décadas en California que se ha ido expandiendo como la pólvora por todo el mundo. Es un patinaje vistoso y urbano, que consiste en realizar figuras, saltos y piruetas sobre rampas, bordes y barandillas o tubos. Se practica sobre mobiliario urbano en ciudades o en circuitos de patinaje con rampas y obstáculos artificiales. (Arancibia, 2013)

Aunque luego la finalidad sea saltar y grindar (deslizarse sobre un tubo o borde) en rampas más que circular y hacer rutas, los patines para agresivo se pueden utilizar

para todo. Su alto grado de movilidad permite manejarse con soltura en pequeños espacios y eso hace que haya patinadores que utilicen patines de agresivo para jugar al hockey, al básquet sobre patines o incluso para realizar figuras de slalom con conos.

Los patines de agresivo son perfectamente aptos para principiantes. De hecho, hay principiantes que prefieren los patines agresivos porque dan estabilidad y, al tener las ruedas pequeñas, no aceleran tan rápido. Además, suelen ser patines muy cómodos y con mucha protección del pie. (Informatica, 2013)

Características de un patín agresivo

Los patines para agresivo se distinguen a primera vista por lo compactos que son y por el tipo de ruedas y guías que llevan. La estructura de un patín agresivo consiste en una bota rígida o flexible de caña alta, que protege los tobillos y da mucha estabilidad al pie. Lleva unas placas llamadas “soul plates” incorporadas en la base de la bota y las guías tienen una parte central en forma de V o redondeada para deslizarse por barandillas o tubos. (Toribio, 2010).

Chicago fue la primera marca en presentar una patente de patín en el año de 1960, la cual es originaria de USA. Como se observa en la foto se aprecia uno de los primeros patines en línea de la firma Rollerblade, se puede observar el logotipo de la marca sobre la parte trasera del chasis de los años 80, de acuerdo a lo que indica la historia la creación de la marca es por el entusiasmo de los jugadores de hockey americanos Scott y Brenan Olson. Los cuales montaron su primer par de patines en el garaje de sus padres, tras haber encontrado unos viejos patines en línea en una tienda.

Los patines invadieron las calles de Minnesota, además de esto los skiadores que requerían entrenar durante el verano se unieron al movimiento, los hermanos Olson que se encontraban en un show en Las Vegas fueron descubiertos por el propietario italiano de Roces, el cual compró la marca Rollerblade, luego se desvinculo para ofrecer su propia gama de patines de la marca Roces. (Alonso, 2010)



Figura 2. Patín Roces

Ruedas pequeñas y duras

Las ruedas de los patines de agresivo normalmente son más pequeñas y gruesas que la de los patines tradicionales, en donde aproximadamente varían su diámetro entre los 55 mm y 60 mm.

Para mantener el equilibrio y la estabilidad del patinador se debe a la corta distancia del pie al suelo, esto consigue que el centro de gravedad sea muy bajo en relación a otros tipos de patines. (tricksbmx, 2017)

Las ruedas al ser duras consiguen desgastarse menos y soportan mejor los golpes, en cuanto al perfil de las ruedas es redondeado y esto facilita los giros y evita que se desgasten por un lado, como pasa con las ruedas más blandas de patines de fitness. (Aventura, 2016)

Actualmente ya son muchos de los patines agresivos vienen con ruedas de diferentes tamaños esto sirve para facilitar la maniobrabilidad y los giros del patinador. Cuentan con la rueda delantera más pequeña para jugar al hockey y la trasera más pequeña para practicar slalom.

Hay variedades al momento de usar de ruedas de patín a patín: se pueden usar cuatro ruedas que deben ser del mismo tamaño, pueden usarse ruedas interiores más pequeñas y duras o sustituir las ruedas interiores por una especie de puente para tener un mejor truco o grind (Informatica, 2013).

Se indica que las ruedas interiores de los patines son de menor tamaño y se llaman "grindwheels" estas ayudan al grindar o patinar sobre barandales y bordes. Gracias a su tamaño evitan que el patín pueda quedarse enganchado y no se frena tanto como con ruedas de tamaño normal.

Guías especiales

Se indican que las guías especiales están fabricadas de un material duro y algo más cortas y duraderas que otros tipos de patines, su zona central de la guía está adaptada para grindar y separa las ruedas delanteras y traseras. Hay patines con guías especiales para dos, tres y cuatro ruedas. (Toribio, 2010)

Soul plates para grindar

Los soul plates son unas placas reforzadas para patines agresivos los cuales están atornilladas entre la base de la bota y la guía y que sobresalen por ambos lados. Son utilizados para grindar y realizar otros trucos en donde el patín se desliza por alguna superficie o ángulo. (Arancibia, 2013)

Botas

Los patines son diseñados pensando en la absorción de impacto. Además que por la dureza de las ruedas, las botas suelen ser confortables para el pie. Suelen ser diseñadas de caña alta y en otros casos también se moldean para adaptarse al pie de un patinador por medio de calor.

De acuerdo a la historia desde el año de 1994, se registra en el deporte varias películas y ediciones de patinaje. Y es así que en el año 1980 jugadores de hockey buscaba una forma de entrenar durante el verano. Los jugadores Scott y Brennan Olson crearon la empresa Rollerblade, Inc., donde colocaron a la venta patines con cuatro ruedas de poliuretano. En el año de 1988, Rollerblade hizo oficial el primer patín en línea agresivo, denominado el Rollerblade Lightning TRS. (Alonso, 2010)

En la década de 1990 finalmente se hizo oficial patinaje en línea agresivo como un deporte organizado. En 1994 se organizó en las playas del sur de California la primera serie de competencias, los promotores Rick Stark y Mark

Billik lanzaron el evento se denominó The National Inline Skate Series, conocido como NISS. Organizado para los patinadores agresivos de todo el mundo.

De acuerdo al estudio realizado por (Toribio, 2010) la compañía Anywhere Sports Productions ofreció Taco Bell patrocinando así a la serie por \$150,000 y nació una serie de seis paradas. Los campeones de la serie de 1994 fueron Chris Edwards y Arlo Eisenberg. El NISS se robusteció durante cinco años realizando eventos en Los Ángeles, Nueva York, Roma y Brasil. De acuerdo a ESPN el NISS fue la primera serie en poner agresividad en línea en la televisión para luego trasladar la serie de la competencia a PRIME TICKET-Fox Sports. (Villa, 2015)

El ASA (La Asociación de Patinadores Agresivo) fue conformada por patinadores en línea agresivos en el año de 1995 donde se inició como un foro para desarrollar reglas para regir en las competiciones y los equipo. El patinaje fue incluido en los X-Games de ESPN en el año de 1995 el mismo que contenía competencias con rampas verticales y eventos callejeros. Se logró popularizar a finales de los años 90 por medio de películas de Disney's.

La World Rolling Series (WRS) es el ente encargado de unir a los mejores patinadores, quien organiza los eventos, minoristas en parques de patinaje y tiene como objetivo principal "crear una estrecha comunidad unida, aumentar la conciencia general y establecer un estándar más alto para el patinaje agresivo". (Villa, 2015)

En el año 2009 la WRS realizó 10 concursos profesionales los cuales se establecieron en Francia, Holanda, Inglaterra, España, Argentina, Australia y Estados Unidos. Ya para el año 2012 se incluyeron más de 100 eventos donde los

aficionados y profesionales lo categorizaron con cinco estrellas en más de 20 países.

El estudio realizado por Toribo indica que en el 2005 el patinaje en línea agresivo fue suspendido de los ESPN X-Games, pero aun es incluido en los Asian X Games, LG Action Sports Competitions, Montpellier Fise y otras competiciones que se encuentran asociadas con WRS (Toribio, 2010).

Las empresas de patines en la actualidad incluyen Them Skates, USD, Razors, Remz, Rollerblade, K2, Roces, Seba, Trigger, Gawds, Kaltik y Adapt.

Uno de los videos iniciales donde surge el nuevo deporte Dare to Air el mismo que contaba con el protagonista Chris Eduards, donde mezclaba el patinaje recreacional con lo que los skateboarders realizan. Tiempo después surgen los "Hoax" con su primer volumen. Los videos son creados por la compañía "T-bone films" www.T-bone.com.

Las primer revista aparecieron con el rubro "Daily Bread" www.dbmag.com y la "Box Magazine", por otra parte en Argentina la revista BAS" y en la actualidad existe la "Soull" magazine" www.soullmag.com.ar la misma que es producida por "Federeico Bosco" que es un patinador conocido dentro de Argentina (Informatica, 2013).

Los beneficios de salud del patinaje en línea:

De acuerdo a estudios el patinaje en línea brinda beneficios anaeróbicos los cuales resultan ser mejores que realizar actividades como correr o montar en

bicicleta, esto se debe a que puede proporcionar movimientos de lado hacia el otro, tanto natural y suave que a su vez ejercita el musculo aductor y el abductor (Aventura, 2016).

Gracias al patinaje con tan solo 20 a 30 minutos de actividades ayudará al cuerpo a ser físicamente más fuerte y prevenir el riesgo de que se causen enfermedades al corazón.

También tiene bajo impacto y genera ventajas hasta la mitad del impacto de choque para las articulaciones, los ligamentos y los tendones que crea la carrera.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide la elaboración de un proyecto de pre factibilidad en la creación de una microempresa, dedicada a la fabricación de ropa y accesorios del deporte extremo “RollerBlading”, ubicada en la provincia del Guayas en el periodo 2021?

1.4. Planteamiento del problema

Este tipo de deporte extremo se ha mantenido a lo largo del tiempo, exigiendo una mayor comodidad en cuanto a ropa y accesorios, ya que al practicar diariamente y al estar en constante contacto físico con los golpes, crea una demanda de ropa y accesorios en donde satisfaga esta comodidad al momento de ejecutar todas las maniobras que conlleva el deporte, es por eso que establece también la necesidad de la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el patinaje agresivo en línea. (Zambrano, 2019)

Actualmente hay microempresas extranjeras las cuales se dedican a impulsar el patinaje agresivo, pero dentro de la escena local (Ecuador), no comercializan o fomentan el deporte extremo como oferta al mercado, realizan ventas de ropa y accesorios para el deporte, pero que no llegan a línea de confort o la captación del mercado de la modalidad del patinaje agresivo en línea, están dedicadas a otro tipo de modalidad (patinaje urbano o free skate) pero con un pequeño aporte al deporte extremo. (Pichardo, 2017)

Alrededor de la provincia del Guayas, las microempresas que se están dando a conocer comercialmente, a esto se le suma la demanda que generara los patinadores de este sector, que mediante una oferta y captación de mercado se podrá lograr un gran impacto en estas actividades comerciales, también generara una influencia directa a los nuevos patinadores ya que existe diversos Skateparks por toda la provincia.

Se observa que las barreras para poder comercializar o fabricar el producto son muy pocas, únicamente se debe buscar proveedores locales, que aporten con la materia prima de alta calidad para que la empresa capte un mercado con un plus diferente en nuestros productos, estas barreras cortas darán la oportunidad de comenzar con una facilidad inmediata al momento de abastecerse de materia prima.

En este tipo de actividad el contacto con el proveedor es de manera directa, ir a comprar la materia prima ya sea al por mayor o por unidades que se requieran en ese momento, de tal manera que los clientes comprarían de una forma directa o separando algún tipo de pedido o modelo en especial, esta microempresa se maneja con un personal reducido ya que al momento de fabricar los productos se

va a necesitar de máquinas puntuales para ejecutar el trabajo, lo que permitirá abaratar los costos. (Cajal, 2017)

1.5.Preguntas de la investigación

¿Qué son los estudios de pre factibilidad y factibilidad en un proyecto de investigación, relacionadas en las microempresas en el Ecuador?

¿Cómo se realiza un equipamiento, requerimiento de personal y su localización geográfica en el desarrollo de un proyecto pre factible?

¿Cuáles son los fundamentos legales y administrativos que se requieren para la creación de una microempresa?

¿Cómo se realiza la viabilidad financiera de un proyecto de pre factibilidad en la creación de una microempresa?

1.6. Delimitación del problema

*Tabla 1.
Delimitación del problema*

Campo:	Empresarial
Área:	Financiera
Aspectos:	Pre factibilidad, rentabilidad, viabilidad, financiera, creación, microempresa de fabricación
Tema:	Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en deporte extremo “RollerBlading”, en la provincia del Guayas

Espacio:	Cantón Guayaquil, provincia del Guayas
Tiempo:	2021
Línea de investigación:	Desarrollo e innovación empresarial

1.7. Justificación

Para llevar a cabo un análisis de la actividad económica del sector productivo de las marcas de ropa y accesorios o fabricantes de la misma, debemos considerar el entorno del sector comercial, las tendencias, las gestiones a nivel de campeonatos, eventos deportivos, tanto nacionales como internacionales, todos estos aspectos van a influir de manera directa a la productividad y a la oferta que se dará por parte de este proyecto de investigación.

Una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el patinaje agresivo en línea, tiene como objetivo ofertar productos de alta calidad para la realización del deporte extremo, ya que al ser un deporte de alto riesgo los implementos o indumentaria deben de ser de una alta gama para la satisfacción del cliente, llegando así a una fidelización e identificación deportiva. (Vidal, 2011)

La satisfacción de este objetivo permitirá globalizarse e identificarse como marca nacional, reconocido por el aporte, contribución y calidad hacia el deporte extremo. Adicional a esto, se puede justificar esta microempresa ya que actualmente el patinaje agresivo en línea se está expandiendo internacionalmente como deporte panamericano y olímpico, ya que federaciones, comités e instituciones como la Federación Internacional de Roller Sports (FIRS), La liga del skateboarding, Comité

Olímpico Internacional (COI), La Confederación Sudamericana de Patinaje, los Juegos Olímpicos, entre otros, se han unificado para promover el deporte sobre ruedas mundialmente y de forma homogénea, llamado el World Skate, en donde esta institución está encargada de realizar y gestionar las competencias y que todos estos deportes se involucren de manera homogénea. (World Skate, 2019)

La F.E.H.P (Federación Ecuatoriana de Hockey y Patín) actualmente se encuentra gestionando y creando la Liga Ecuatoriano de RollerFreestyle, en donde el objetivo es que el país ecuatoriano empiece a figurar en eventos internacionales en esta modalidad y llenar de triunfos al país. Los eventos programados en el Calendario Único Nacional serán la base para iniciar el proceso de la Selección del Ecuador, hasta el próximo campeonato mundial de deportes sobre ruedas convocado por la WORLD SKATE, los eventos que se programen después de este campeonato serán la base para iniciar el proceso de selecciones para el siguiente ciclo internacional. (El universo, 2020)

La participación que tendrá la microempresa con la nueva gestión dentro del Ecuador, será de manera directa ya que, al conocer todo este sector y las microempresas que se están moviendo dentro del mercado, este proyecto tendrá ese plus y fuerza al momento de empezar o emprender el proyecto, por el conocimiento de todo este sector y las diferentes maneras posibles que entra al mercado de una forma diferente y con competitividad.

Esta experiencia e influencia se da gracias al autor del proyecto, por su conocimiento propio de más de 10 años en el mercado, y la gran oportunidad que se está dando por parte de la Federación del Ecuador y la Liga Ecuatoriana de

RollerFreestyle, en donde la participación de la provincia del Guayas estará presente para la nueva selección del Ecuador, logrando así que esta microempresa se involucre de manera directa, generando y ampliando su comercialización dentro del mercado y a largo plazo llegando a todo el Ecuador.

Este comité u organización Federación Ecuatoriana de Hockey y Patín (FEHP) se está encargando de tramitar todo lo conveniente a la nueva selección del Ecuador que representará a nivel internacional en las siguientes competencias, mediante el cual su gestión se dará por tres campeonatos durante el 2020 y finales del 2021, verificando los tres mayores rankings o puestos durante todos los eventos y así sacar a los nuevos representantes ecuatorianos. (El universo, 2020)

Esta idea de negocio es muy buena ya que su justificación será la de comercializar y globalizarse, mediante la creación de una microempresa que fabrique ropa y accesorios para el deporte extremo (Rollerblading) por el cual, el proyecto que está creando y realizando la federación de patinaje en poder seleccionar un equipo y formalizar el patinaje agresivo como un deporte oficial y federado, gracias a esto, se impulsara local e internacionalmente el patinaje agresivo Ecuatoriano y la demanda crecerá.

Lo anterior ha sido posible ya que se han efectuado diferentes estudios de mercado y existe plena y creciente demanda en este sector, a pesar de una disminución de patinadores, pero el aumento de los diferentes eventos, incentivar el deporte, captación de nuevos patinadores, etc. se observa como una realidad, siendo el campo deportivo y competitivo es decir sobre la disciplina y nuevas oportunidades para ser profesional mediante estos deportes extremos. (El Universo, 2019)

Como clientes potenciales tenemos a la población “joven” es decir, el mercado objetivo que cumple este proyecto es el rango de edades entre 10 a 29 años de edad, los interesados en formar y representar al Ecuador en competencias Internacionales, serán de clase socio baja, media baja y media alta, que tenga como prioridad la satisfacción y comodidad al momento de usar las diferentes prendas y accesorios que ofrece esta microempresa.

Se decide realizar la investigación creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo Rollerblading, ya que el sector es un mercado cotizado, se encuentra en actual auge y apogeo, ya que el crecimiento en esta modalidad se está dando mediante las gestiones que está realizando la federación de patinaje (FEHP).

Al mostrar los diferentes productos de fabricación de ropa y accesorios, este se ocupará del mercado diversificando y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes potenciales, organización de eventos, practicas diarias, representaciones en el extranjero, por el cual, la encuesta se puede diagnosticar la ausencia de competencia directa y feroz.

Por eso es necesario estudiar en base al valor actual neto, tasa de interés o viabilidad El período de recuperación y otros indicadores financieros, así como la viabilidad del proyecto, llegan a conocer la viabilidad de antemano. Esto le permitirá determinar si el proyecto tiene una gran oportunidad de introducción y desarrollo en el mercado empresarial. (Luna, 2018)

Es conveniente este proyecto porque la microempresa entra a participar y captar el mercado, ofreciendo productos de alta calidad para los siguientes campeonatos de

elección dentro del Ecuador, practicas locales, clientes o patinadores nuevos, promoción de mercado de nuevos lanzamientos; incrementar el mercado objetivo con los siguientes campeonatos internacionales en donde el Ecuador viajara y se podrá obtener la oportunidad de conseguir o formar parte de los auspiciantes, logrando así la expansión de nuestro mercado y a su vez la demanda.

En resumen, la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo Rollerblading; dado que la población joven guayaquileña causará un gran impacto en la relevancia social y se beneficiará de aspectos culturales, deportivos y saludables, esto es posible porque las medianas empresas y microempresas se convertirán en líderes de la industria a través de las siguientes formas: el trabajo responsable y comprometido de los empresarios. (Lino, 2017)

En cuanto a los métodos, esta investigación será exploratoria porque las nuevas microempresas que se creará carecerán de información suficiente para tomar decisiones al respecto. Posteriormente, entrará en una etapa descriptiva que permite un conocimiento más profundo de los proveedores y clientes potenciales en base a sus percepciones, actitudes y motivaciones.

La realización de un estudio o análisis de pre factibilidad le permitirá comprender los principales indicadores que pueden determinar si se puede crear una orden financiera a partir de la orden financiera, y de esta manera mostrar cómo las microempresas pueden utilizar sus recursos de inversión para la conversión de activos y obtener ganancias de ella. Orden económico y financiero a corto y medio plazo (Ramirez, Vidal, & Dominguez, 2009)

1.8.Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Realizar un estudio de pre factibilidad para determinar la viabilidad financiera en la creación de una microempresa, dedicada a la fabricación de ropa y accesorios del deporte extremo “RollerBlading”, ubicado en la provincia del Guayas.

1.8.2. Objetivos específicos

Conocer el nivel de demanda insatisfecha que permita la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios del deporte extremo “RollerBlading” ejecutando un estudio de mercado.

Determinar a través del estudio técnico los equipamientos, localización y requerimientos del talento humano idóneos para el presente proyecto.

Establecer mediante el estudio administrativo, la estructura orgánica funcional y los aspectos legales para la creación de la microempresa propuesta en el proyecto de investigación.

Valorar la viabilidad financiera del proyecto de pre factibilidad a través de un estudio financiero.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1.Marco teórico

El marco teórico busca tratar acerca de los antecedentes o marco referencial además que se deben considerar las teorías del tema de investigación. Cuando se trata de hablar sobre los antecedentes se busca realizar una revisión de las investigaciones previas de tal manera que se aborde de forma directa o indirecta el tema de investigación. Cabe recalcar que es de importancia escoger prudentemente los antecedentes para así permitir conocer si el enfoque es nuevo u original (Parra, 2016).

Proyecto de factibilidad

La factibilidad son aquellas posibles alternativas que tiene un proyecto para llevarse a cabo y culminar con éxito. En cuanto a un estudio de factibilidad consiste en realizar el análisis de la empresa para así observar si el negocio es viable o no, además se estudian las estrategias que se utilizaran para que sea exitoso (Duvergel & Argota Vega, 2017).

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española indica acerca de la factibilidad que es la cualidad o condición de factible. Y lo factible es lo que se puede hacer.

De acuerdo a Mariño la factibilidad o sostenibilidad trata de la capacidad que tiene un proyecto para llevarse a cabo efectivamente y así conseguir un buen

impacto. En la factibilidad además se incluye factores internos y externos con los objetivos y el contexto en el cual se desarrollará. Muchos de los factores dentro de un proyecto son tangibles por ejemplo tenemos el dinero, edificios, equipos, vehículos, el equipo humano, de igual forma se tiene los factores intangibles que pueden ser la tecnología, el conocimientos, las habilidades, las destrezas y actitudes, cabe recalcar que para mantener la sostenibilidad del proyecto los factores siempre deben mantener el equilibrio.” (Mariño, 2009)

Al llevar a cabo un proyecto se puede indicar que se cuenta con diversas acciones o ideas que de cierta forma se encuentran relacionadas entre sí, de igual manera forma parte de un objetivo que es lograr llegar a la meta. Un proyecto que es factible se determina que es susceptible para concretar. Cuando indicamos el término factible esto nos indica todas esas propuestas que en algún momento puedan materializarse que ofrecen una solución a diversos problemas. Mediante un análisis de estudio se puede asegurar que los proyectos factibles sean viables y logren satisfacer necesidades concretas.



Figura 3 Estudio de Factibilidad

Dentro de un estudio de viabilidad al momento de realizar un análisis el mismo debe contar con aspectos relevantes sobre el proyecto. Además de incluir la parte financieras, técnicas, legales y de programación para obtener una probabilidad de que el proyecto pueda culminar con éxito. Al hablar del enfoque de un estudio de viabilidad, esto nos servirá para para responder a la interrogante de que si se debe continuar con la idea del proyecto. Dichas actividades se las diseñan para poder responder a la pregunta (Bastis Consultores, 2020).

De acuerdo a (Miranda, 2012) indica en su trabajo que los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se los pueden describir en los siguientes:

- La verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad que no ha sido satisfecha.

- La demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- La corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

Proyectos de pre factibilidad

Los autores (Pérez Porto & Merino, 2015) indican que se tendrá que exponer que todo estudio de pre factibilidad deben contar con una estructura la misma que está conformada por una serie de documentos importantes, tales como estos:

- Un estudio de mercado.
- Un estudio financiero, en donde se debe establecer los costos para hacer frente y llevar acabo la iniciativa.
- Un estudio tecnológico, donde se debe considerar las inversiones y gastos que hay en nivel tecnológico para realizar el proyecto.
- Realizar un estudio administrativo.
- Realizar un estudio de impacto medio ambiental que se puede ocasionar.
- Los suministros como materia prima, componentes para producir o realizar el servicio que se ofrecerá a los consumidores.

De acuerdo a (Rodríguez, 2012) indica en su trabajo que un proyecto de pre factibilidad consiste en que se debe realizar un análisis comparativo de los pro y

contra que podría tener cualquier proyecto de inversión, de tal forma se hace indispensable realizar un estudio para identificar los posibles factores que podría afectar al proyecto, además se deberá incluir temas legales y técnicas para promover el bien o servicio que se desea introducir al mercado.

Es importante destacar que para la ejecución del proyecto se deben considerar todos los aspectos más relevantes que se llevaran a cabo en el proyecto, de la misma manera los principios y orígenes de financiamiento que tendrá el proyecto.

El estudio de Pre-factibilidad debe conducir a:

En el trabajo realizado por (Miranda, 2012) se indica que la determinación plena de un proyecto se la visualiza a través del estudio de mercado que se desarrolla, donde se establece el tamaño, la ubicación y la tecnología en el caso que se incluya.

Se debe establecer un diseño del modelo administrativo donde se debe establecer todas las etapas del proyecto.

Se debe presupuestar la inversión que se va a requerir, el tiempo del proyecto, los costos de operación y realizar un cálculo de rentabilidad que se obtendrá.

Se debe reconocer las fuentes de financiamiento del proyecto y regular los compromisos de participación o socios dentro del proyecto.

Se debe determinar los términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.

El proyecto debe acogerse si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y entes de regulación ambiental.

Se debe aplicar métodos de evaluación en el área financiera, económica, social, ambiental y tecnológica, esto servirá para la toma de decisiones en la realización del proyecto.

Del estudio de Pre-factibilidad se puede esperar:

En el trabajo realizado por (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020) se indica que un proyecto de pre factibilidad debe contar con un análisis comparativo de los beneficios y peligros que puede correr el proyecto, es importante identificar todos los factores que atenten al proyecto, aspectos legales y las diversas estrategias para entrar en el mercado (Lam, 2005).

De igual forma Silva y Tomala indican que renunciar al proyecto cuando se observa que no es viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

Viabilidad financiera

En el estudio realizado por los autores (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020) se indica que entre los objetivos de un estudio de un proyecto financiero, se destaca que se debe detectar o identificar todos los recursos económicos para iniciar y poner en marcha un proyecto. Y que el resultado del estudio mostrara claramente el análisis

directo del costo total de los procesos de producción, y de cuanto serán las entradas económicas (ingresos) y lo que se estima alcanzar en rentabilidad por cada etapa del proyecto.

Borgues en su sitio nos indica que tanto el estudio de viabilidad económica y el estudio de viabilidad financiera son la parte final de una buena planificación de un proyecto o negocio, el cual ayudara a medir la viabilidad por medio de la implementación de indicadores financieros. En muchos casos el resultado de un proyecto o negocio depende de la inversión (Borgues, 2013).

(Aguilera Díaz, 2017) Señala que si queremos saber la viabilidad financiera de un proyecto, realizar un estudio es de suma importancia ya que este permite tener un análisis profundo en donde se deberá tomar como base los recursos económicos que se disponen, y costo total de producción. La finalidad de realizar un estudio de viabilidad financiera aplicando las metodologías indicadas es de identificar si el proyecto o emprendimiento resulta viable y cuenta con la rentabilidad económica suficiente.

“Otro de los objetivos de acuerdo a los autores citados es que se debe determinar la rentabilidad del proyecto por medio de un análisis de una inversión inicial, el estudio se deberá desarrollar por medio de la Evaluación Financiera de Proyectos que nos ayudara a identificar los beneficios y costos del proyecto”

(Gonzalez Ramos, Rojas Romero, & Ruelas Callejas, 2017).

Indicadores financieros

Valor Presente Neto (VPN): Para (Canales Salinas, 2015) la definición del VPN indica o muestra los beneficios netos que se van generando en todo el proyecto, y donde se busca recuperar la inversión inicial y obteniendo la ganancia que se requiere de una inversión.

(Canales Salinas, 2015) Indica que el método del valor presente neto es uno de los criterios más utilizados. Ya que este consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros generados en un proyecto o negocio y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. De la misma forma (Canales Salinas, 2015) destaca un aspecto importante como la toma de decisión de aceptación y rechazo de los proyectos la cual la podemos medir bajo tres criterios de decisión como son :

- Si el VPN es > que cero, el proyecto se acepta
- Si el VPN es < que cero, el proyecto se rechaza
- Si el VPN es = a cero, se puede aceptar el proyecto aplicando mejoras

(Canales Salinas, 2015).

$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC}{(1+i)^t} \quad (4)$$

I_0 = Inversión Inicial

FC = Flujo de caja anual

i = Tasa de corte/ rendimiento requerido/ costo de capital

$t = 1,2... n$: número de periodos de vida útil del proyecto

Figura 4 Formula valor presente neto

Valor actual neto (VAN):

El valor actual neto, ayuda a calcular el valor presente del dinero que nos va a generar una inversión a futuro, percibiendo que uno de los principios de esta metodología VAN es que el valor real del dinero va cambiando durante el transcurso del tiempo.

Según (Aching Guzman, 2006) el VAN ayuda a medir la viabilidad del proyecto o negocio en valores monetarios deducida la inversión. Además que actualiza a una determinada tasa de descuento i los flujos futuros. El VAN permite nos permite seleccionar una de las mejores alternativa de inversión entre grupos de alternativas mutuamente excluyentes.

Autores como (Garcia I. , 2017) indican que el Valor Actual Neto se la puede ver como una medida de rentabilidad para un proyecto o negocio en términos absolutos netos, lo que supone el número de unidades monetarias. El VAN es utilizado para valorar las diferentes alternativas de inversión que se pueden tener en un proyecto. Por medio del análisis realizado por el VAN de distintas inversiones se puede observar que alternativa podría ser más conveniente en cuanto a ganancias (Granel, 2020).

Como calcular el VAN:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .
- I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- n es el número de períodos considerado.

Figura 5 Formula VAN

Tasa interna de retorno (TIR): de acuerdo a autores como (Ochoa Yepes & Mora Cuartas, 2014) indican que la tasa interna de retorno es una de las técnicas más usadas para la realización de presupuestos de capital, ya que esta técnica medirá si un proyecto va a justificar la inversión o no, en base a los flujos de efectivos esperados (Torres, 2020).

Tabla 2
Formula VAN

$$TIR = \sum_{T=1}^n \left[\frac{F C_t}{(1+i)^t} \right] - I_0 = 0$$

Según (Quiroz Cercado & Chiquito Reyes, 2017) el TIR y VAN se encuentran vinculados, ya que tras los resultados del VAN se identifica y determina si un proyecto de inversión puede lograr rentabilidad o no, siempre y cuando el VAN sea positivo, y negativo si no es rentable, o financieramente distinto si el VAN es igual a cero, en base a una tasa de descuento determinada.

Razón beneficio costo (RBC): Relación costo beneficio tiene como objetivo tomar los ingresos y egresos netos del estado de resultado; es un indicador que va a

medir el grado de desarrollo y el bienestar que un emprendimiento puede generar en la sociedad o comunidad. (Váquiros, 2007)

¿Cómo calcularlo?

- Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.
- Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.
- Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.
- Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

De acuerdo a lo que se indica en la página de (Econlink, 2009) Comparar a base de razones, el VA de las entradas de efectivo futuras, con el VA del gasto original y de otros que se hagan en el futuro; dividiendo el primero entre el segundo. Se calcula de la siguiente manera:

Si la razón B / C es mayor que 1 debe aceptarse el proyecto, si de lo contrario es menor que 1, debe rechazarse el proyecto. De haber otros costos, aparte del desembolso original, se deben considerar. La razón B / C toma en cuenta específicamente esos gastos, comparando el VA de las entradas, con el VA de todas las salidas, independientemente del período en que ocurran, de manera que:

$$BC = (\text{VA de Entradas de Efectivo}) / (\text{VA de Salidas de Efectivo})$$

El método B / C para reunir las salidas de efectivo, permite separarlas de las entradas. El tratamiento por separado, posibilita enfocar mejor la distribución y la naturaleza de los gastos, pero en la mayoría de los casos, no se altera la decisión de aceptar o rechazar proporcionada por los métodos FED, VAN y TIR (Econlink, 2009) (Nieves, 2010).

Creación de una microempresa

De acuerdo a (Flores, 2018) indica que “Cuando se trata del tema de la microempresa se habla de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo” (p.117)

Para (Flores, 2018) un microempresa puede administrada por una persona natural o un grupo de personas de ingresos correspondientemente bajos, aquí el dueño ejerce un criterio autónomo sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para la familia, en general comprenden a organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas con criterio de solidaridad creando y animando programas de inclusión conforme consta en la Ley de Encomia Popular y Solidaria (Art. 2) (Solidaria, 2011)

El autor en su página (Flores, 2018) señala que como alternativas de producción de una microempresa se tienen varias actividades como:

- La actividad productiva, la cual se encarga de convertir la materia prima en producto terminado, como por ejemplo una zapatería.
- La actividad de servicios, la cual se encarga de satisfacer necesidades aplicando conocimientos adquiridos por una profesión o prácticas desarrolladas a lo largo de la vida, podría decirse como ejemplo una peluquería o un taller mecánico.
- La actividad de comercio, que consiste en comprar y vender productos

(Flores, 2018) Indica que se puede ampliar una visión de producción a la pequeña y mediana empresa, ya sea esta una persona natural o jurídica que, como una unidad de producción puede ampliar sus servicios actividades de comercio, servicios, etc. (Inversiones., 2011)

Tras estudios (Flores, 2018) flores señala que existe un número elevado de microempresas que inciden en la informalidad y que se incumplen las obligaciones laborales y sociales con que cuentan los trabajadores, es así que existe un elevado número de microempresas que no se encuentran con permisos que se requieren de acuerdo a las normativas municipales, sanitarias, seguridad social y fiscales.

De acuerdo al Banco Mundial, poner en marcha un negocio en Ecuador se requiere de al menos 14 trámites, estos pueden ir desde certificados de depósito bancario hasta el registro en la Agencia Reguladora Corporativa, SRI, Cámara de Comercio, Registro Mercantil, Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y gobierno municipal. Y el tiempo de espera es de aproximadamente 69 días hábiles de trámites, dependiendo de la misma línea de negocio, y en algunos casos se agregarán los trámites anteriores. (Flores, 2018)

Características de la Microempresa

En el sitio de (Flores, 2018) se detallan las características de una microempresa de acuerdo al desarrollo económico y geográfico se establecería de la siguiente manera:

- En Quito y Guayaquil se concentra el 70% de microempresas
- En Azuay Manabí Tungurahua el 15 %
- el 8% se distribuye en el resto de Provincias.

De acuerdo al criterio de (Flores, 2018) la microempresa se caracteriza por:

- La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;
- La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

De acuerdo al sitio (Mundopymes, 2017) (Flores, 2018) las MIPYMES producen variedad de lucros en el ámbito social ya que proveen a las personas un

suministro preciso y apropiado, y a la vez comercia efectivamente los bienes y servicios. Con el pasar del tiempo han ido fortaleciendo la capacidad de venta en sectores realmente importantes del público; y todas las ventajas que surgen de esto se implementan para aumentar la producción, incrementando así la eficacia y la producción de artículos con precios disminuidos. (Registro Oficial 444, 2011)

Importancia de la microempresa en el Ecuador

Además (Flores, 2018) e (Hidalgo Proaño, 2017) indican que la pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Estas potencialidades principalmente se refieren a los factores claves para generar riqueza y empleo.

Dinamiza la economía de regiones y provincias deprimidas, diluye los problemas y tensiones sociales, mejorando la gobernabilidad. Los costos de inversión son menores.

El desarrollo microempresario no solo genera un beneficio particular sino un beneficio colectivo para el entorno donde se desarrolla, además contribuye con las políticas del buen vivir. Art. 17 (Registro Oficial 444, 2011)

Requisitos para constituir una microempresa.

De acuerdo a las investigaciones realizadas por (Flores, 2018) los requisitos para construir una microempresa son:

- Emisión del Registro Único del Contribuyente.
- Solicitud de matrícula de comercio.

- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Inscripción en el Registro Único MYPIMES.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante.
- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación.

Las actividades de producción no solo se consideran la elaboración de productos físicos (alimentos, ropa, automóviles, etc.), sino también la prestación de servicios (marketing, salud, educación, transporte, investigación, etc.). La producción y la empresa pueden garantizar la eficiencia productiva de la empresa mediante el diseño de procesos de producción eficientes.

- Obtener la última tecnología
- Contratar la maquinaria y herramientas adecuadas
- Mano de obra calificada
- El sistema de producción se basa en la capacidad de producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades de un país.

La empresa es responsable de la producción, es decir, los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Las actividades económicas productivas incluyen la conversión de materias primas y productos semi acabados en mercancías mediante el uso de mano de obra, capital y otros factores.

Datos Estadísticos de la incidencia de las Microempresas en la población ecuatoriana

En el análisis desarrollado por (Flores, 2018) en Ecuador existen 1.322.5 MIPIMES, con un porcentaje mayoritario de microempresas y, según datos del Servicio de Rentas Internas y del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, durante el año 2016, alcanzaron ventas por USD 58.335 millones. De esta cifra, USD. 5.424 millones corresponden a 102.799 empresas manufactureras, evidenciando su importancia dentro del contexto económico nacional. (INEC, 2008)

Por tanto, más del 90% de la red empresarial ecuatoriana, la integran medianas, pequeñas y micro empresas, que contribuyen activamente a la economía nacional generando empleo y desarrollo económico (Flores, 2018).

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33.5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa (Flores, 2018).

Los efectos de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646,084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2,000 o más habitantes) (Flores, 2018). Estos microempresarios manejan un total de 684,850 empresas distintas. Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1'018,135 personas o cerca del 25 por ciento de la mano de obra urbana (Flores, 2018).

Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25.7% por ciento del producto interno bruto y sobre 10% por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el país (Flores, 2018). Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana. (INEC, 2008)

De acuerdo a un estudio realizado por la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (RFD) en 2017, en Ecuador existen 4,2 millones de microempresarios, de los cuales el 39%, aproximadamente 1,5 millones, se encuentra en el sector rural (Flores, 2018). Las cifras revelan además que el 65% de los microempresarios a escala nacional no cuenta con un registro único de contribuyentes (RUC) y al menos el 70% no lleva ningún registro contable de su actividad (Flores, 2018).

La edad de los microempresarios en la Sierra fue de 45 años; en la Costa de 42,7 años, y en la Amazonía de 41, 9 años. Los emprendedores de edad más alta se encuentran en el sector rural, lo cual refleja la migración del campo a la ciudad. 73% por ciento de microempresarios en Ecuador tiene a su negocio como actividad principal (Flores, 2018). El nivel educativo es del 51 % de los microempresarios tiene educación primaria; el 36,5 % terminó el colegio y 12,5% concluyó la universidad. (Desarrollo, 2010)

Estudio de Mercado

De acuerdo al sitio web de (QuestionPro, 2020) el éxito del negocio va a depender de la modernización de las expectativas de los clientes mediante la realización de un auténtico estudio de mercado. Aquí hay tres razones principales por las que debes realizar un estudio de mercado:

- Se debe comprender el potencial del mercado
- Se debe analizar de la competencia
- Iniciar actividades de marketing organizadas

Ventajas de un estudio de mercado

Entre las ventajas que se nos indican en el sitio web de (QuestionPro, 2020) se tienen:

- Conocer las contribuciones de los empleados a la organización.
- Recibir retroalimentación de las personas que laboran en la empresa, referente a los desafíos que enfrentan para realizar su trabajo.
- Reforzar el buen trabajo en la empresa.
- Promover el reconocimiento a empleados y la buena comunicación en el trabajo.
- Motivar y crear un sentido de responsabilidad de los trabajadores con la compañía.



Figura 6 Estudio de Mercado

En el estudio realizado por (Salazar Coronel, Aceves López, & Valdez Pineda, 2009) se detalla que la investigación de los mercados se la realiza en función que

vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología mediante información que se utilizara para identificar y definir las oportunidades que se pueden presentar y los problemas de marketing: generar y evaluar las actividades de marketing: controlar el desempeño de marketing, y desarrollar la comprensión del marketing como un proceso (Salazar Coronel, Aceves López, & Valdez Pineda, 2009). Autores como (Malhotra, 2008) indica que en la investigación de los mercados se debe detallar la información que se requiere para analizar estos temas, se diseña el método para reunir los datos, se maneja y pone en práctica el proceso de acopio de los mismos, se analizan los resultados y se comunican los hallazgos y sus implicaciones. (Nuño, 2017)

Para elaborar la siguiente investigación es necesario realizar la investigación de mercado debido que permite identificar cuáles son las oportunidades y debilidades del proyecto de pre factibilidad, asimismo permite evaluar las estrategias que se van a emplear. El método empleado permitirá reunir información y data necesaria para la realización de la investigación.

Realizar un estudio de mercado permite analizar aspectos como la distribución geográfica y temporal de la demanda, además el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), conocer el conducta histórica de la demanda y la proyección esperada, extender los productos o servicios que estos aporten valores agregado y ventajas competitivas. Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas.

Por lo cual, el estudio de mercado dentro del objetivo a impartir del proyecto, se vio reflejado con el análisis de las competencias dentro de la provincia de Tarqui; en

la actualidad existe una competencia directa, la micro empresa Guayaquil Patina, está ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil y lleva una trayectoria de algunos años, este micro empresa se dedica a la comercialización de patines de todo tipo (agresivo, urbano o en línea) y una pequeña fabricación de ropa para los diferentes patinadores pero, tienen un enfoque más hacia la modalidad urbana, y muy poco a lo agresivo del patinaje.

Existen una empresa grande dentro de la provincia de Tarqui, la cual es: Kao Sports, esta compañía distribuye y comercializa patines, urbanos y agresivos, accesorios como: cascos, ruedas, rulimanes y protecciones para los codos, muñecas y rodillas, entre otros accesorios para poder patinar, también cuenta con otros aspectos o inclinación de otros deportes, como lo es el futbol, tenis, natación, etc., es por eso que esta empresa es una de las organizaciones grandes dentro de la ciudad, por alcanzar un target amplio y tener una demanda grande inclusive dentro del país, pero sigue siendo una compañía hacia varios deportes y no enfocada al cien por ciento al patinaje agresivo.

Dado que, esta complejidad que asemejan la competencia, se utilizara como pro dentro del proyecto de pre factibilidad, porque el mercado meta y los objetivos planteados, es el enfoque netamente hacia el patinaje agresivo, ofertando productos y accesorios de calidad, para llegar a involucrarse con un target extenso, y así, fabricar y comercializar las diferentes propuestas que tiene la micro empresa.

Otro aspecto son las diferentes tendencias que afecta directamente a la fabricación de los productos, porque es importante identificar las tendencias o modas que a largo plazo se presentaran, ya que, estos factores van a participar para poder

ofertar los diferentes productos y satisfacer más allá de la necesidad, creando un concepto de marca y compañía.

También dentro del estudio de mercado, se ha podido dar a notar el tipo y la edad de la población o mercado meta, por lo tanto, el consumidor final más fuerte serán los jóvenes de 15 a 25 años de edad, porque dentro de la provincia de Tarqui, la mayor parte de patinadores extremos inmersos en el deporte, son de la edad que se está indicando y con esto se puede aprovechar los objetivos que tiene la empresa, por otra parte, existe otro target de una edad de 25 a 40 años de edad, que están involucrados de una manera distinta por las diferentes ocupaciones que con llevan.

Todos estos puntos importantes dentro del Estudio de Mercado, se ha identificado de una manera rigurosa y cauteloso, para poder ir a la fuente directa y así lograr una fabricación eficaz al momento de ofertar los varios productos y accesorios de la micro empresa, esta investigación de mercado fue realizada por parte del autor del proyecto, años de experiencia y la indagación personal con el respetivo tiempo adecuado.

Estudio Técnico

En la investigación que realiza (Armenta Garcia, 2020) incida que un estudio técnico analiza y propone las diversas opciones tecnológicas existentes para producir los bienes o servicio, además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica el equipo, la maquinaria, la materia prima y las instalaciones que se necesitan para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requerida, así como el capital de trabajo necesario. (Pizarro, 2013)

A través del estudio técnico se analizará la posibilidad de crear una comercialización de ropas y accesorios para deporte extremo, con una perspectiva distinta llegando al mercado ofreciendo el producto de manera accesible para poder introducirnos en el target deseado, pero por otra parte se debe realizar un estudio interno de las condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos de la forma más óptima, es decir realizar un análisis si el trabajo de investigación es rentable.

De acuerdo a lo que (Gomez Alamilla, 2017) señala que la importancia de realizar este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.



Figura 7 Estudio Técnico

De acuerdo a (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020) en su trabajo indican que los resultados de este estudio será definir la función de producción del bien o

necesidades del capital, mano de obra y recursos materiales, tanto en la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

Además (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020) recalcan que el estudio tecnológico debe servir para hallar la mejor forma de lograr la producción del bien o servicio, e incluir la ingeniería básica y la ingeniería de detalle.

Ingeniería básica:

- Tamaño.
- Localización.
- Cuantifica la producción y los requerimientos que tenga el proyecto de los bienes o servicios.
- Ingeniería de detalle:
- Obras físicas.
- Organización.
- Proceso.
- Calendario.

Por lo cual es importante analizar los diferentes aspectos dentro de la tecnología a incursar, es decir, las distintas maquinarias que se va a usar para la fabricación de ropa y accesorios, para esto se va a investigar los costos de maquinarias que se van a emplear, el recurso humano y el espacio requerido para esta.

Las maquinarias para poder fabricar y comercializar un producto de alta calidad, depende de la materia prima o proveedor que se obtenga y a su vez ser partícipe del proceso de fabricación, para poder ofrecer un producto terminado de alta calidad es significativo todos estos puntos antes mencionados, y también analizar un factor clave el cual es la tendencia cambiante, la necesidad del deportista

extremo y su confort al momento de realizar la actividad y todas las maniobras del deporte.

Este proyecto de prefactibilidad contara con el análisis y las maquinarias pertinentes para poder ofrecer un producto de alta calidad, y a su vez junto a la publicidad indicada, llegar a un convencimiento total del consumidor final, creando y llegando así a un concepto de identidad a largo plazo, para las distintas actividades dentro del deporte extremo.

Estudio Organizacional

De acuerdo al sitio web (Estudio Organizacional, 2014), señala que el estudio busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto, con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades, definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Segarote, 2019)

De igual forma (Estudio Organizacional, 2014) en el sitio indican que la teoría clásica de la organización, por ejemplo, se basa en los principios de la organización propuestos por Henri Fayol, los cuales se refieren a:

- El principio de la división del trabajo para lograr la especialización.
- El principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tengan el mismo objetivo, bajo la dirección de un solo administrador.

- El principio de la centralización, que establece el equilibrio entre centralización y descentralización.
- El principio de la autoridad y responsabilidad.

Por otra parte, la teoría de la organización burocrática de Max Weber, señala que la organización debe adoptar ciertas estrategias de diseño para racionalizar las actividades colectivas. Entre estas se destacan la división del trabajo, la coordinación de las tareas y la delegación de autoridad, el manejo impersonal y formalista del funcionario; la tendencia actual, sin embargo, es que el diseño organizacional se haga de acuerdo con las circunstancias (Estudio Organizacional, 2014).

Proceso para el estudio organizacional:

En el sitio de (Estudio Organizacional, 2014) se describe que para el diseño de la Estructura Organizacional se deben seguir a lo siguiente:

- Definir los objetivos generales del proyecto, debe existir relación entre la estructura organizacional y los objetivos.
- Elaborar un check list de actividades administrativas que ayudaran para alcanzar los objetivos.
- Definir las actividades se subcontratará y que actividad se realizan de manera directa.
- Las actividades que se realizan de forma directa deben agrupar las tareas y actividades relacionadas o afines en subsistemas.
- Se sugiere identificar las funciones específicas a cumplir.
- Se debe identificar las necesidades del área de Recursos humanos.

- Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo
- Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
- Diseñar un organigrama
- Descripción de las funciones de cada cargo.

Un diseño de la estructura organizacional depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos (Estudio Organizacional, 2014).

Los principios administrativos de la división del trabajo, unidad de mando, tramo de control, la departamentalización, y la delegación de funciones deben aplicarse al momento de especificar la estructura; además se deben tener en cuenta factores particulares de cada proyecto, como: las relaciones con Clientes y Proveedores – cuantificaciones de las operaciones-; el tipo de tecnología administrativa que se quiere adoptar; la logística necesaria particular de cada proyecto; la externalización de algunas tareas (Contabilidad, cartera, ventas, etc.) y la complejidad de las tareas administrativas propias del negocio (Estudio Organizacional, 2014).

Por lo cual, dentro del proyecto de pre factibilidad

Estudio Financiero

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del

proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (García M. , 2009)

Por ello, el estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. En cuanto a la información recopilada nos permitirá realizar el análisis de riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad (Pérez, 2021).

(Pérez, 2021) Indica en su blog que el análisis sea lo más completo posible es fundamental hacer una buena labor de documentación. Las fuentes a consultar dependerán de si estamos ante una empresa ya en funcionamiento o se trata de un mero proyecto teórico, en el que tendremos que trabajar con datos más estadísticos que reales.

En cualquier caso, para comenzar a desarrollar un documento de este tipo es importante estudiar datos como la estructura impositiva del Estado en el que se va a llevar a cabo el negocio, los costos laborales, la demanda del producto, fuentes de financiación y posibles intereses asociados a las mismas y estimaciones de ventas (Pérez, 2021).

De igual forma (Pérez, 2021) recalcan que para poder desarrollar bien el estudio financiero debemos manejar ratios financieros y económicos como la ratio de

autonomía financiera y similar. Así se puede convertir la información en cifras que en más sencillas de analizar y comparar. Se rescata que es fundamental tener en cuenta que las ratios deben ser analizadas en comparación con los datos de diferentes períodos o con respecto a los de otras empresas del sector (Pérez, 2021). Por sí solos no son capaces de indicar la viabilidad de un proyecto, de ahí la importancia de compararlos para ver si los datos obtenidos son realmente positivos. (Entrepreneur, 2009)

Componentes a tener en cuenta al elaborar estudios financieros para analizar la rentabilidad de un proyecto debemos tener presentes de acuerdo a (Pérez, 2021) tenemos los siguientes datos:

- Ingresos.
- Costos.
- Gastos de administración.
- Gastos de venta.
- Gastos financieros.
- Depreciaciones.
- Amortizaciones.
- Plan de inversión.
- Balance de apertura.
- Presupuesto de caja.
- Balance general proyectado.
- Razones financieras.
- Punto de equilibrio.
- Flujo neto de efectivo.
- Costo de capital.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad.
- Análisis de sensibilidad.
- Riesgos.
- Análisis unidimensional.

Toda esta información debe ser estudiada de forma detallada y recogida en el correspondiente informe. El documento deberá presentar el beneficio real que se puede obtener con el proyecto en cuestión. En ningún caso un estudio financiero supone una pérdida de tiempo, es un análisis que ayuda a reducir el margen de error y a identificar inversiones viables (Pérez, 2021).

2.2.Marco conceptual

Rollerblading: El patinaje en línea es un deporte muy practicado a nivel internacional. Los patines en línea suelen tener de 2 a 5 ruedas de poliuretano dispuestas en línea recta, aunque ya no se fabrican diseños de 5 ruedas. El diseño integrado tiene mayor velocidad y mejor maniobrabilidad que los patines. Las ruedas en línea se utilizan junto con las botas para patinar sobre y alrededor de varios obstáculos. Utilice patines en línea especialmente diseñados para pista, pista de patinaje, urbano y todoterreno para practicar y realizar patinaje en línea. Debido a la popular marca de patines en línea, Rollerblade, el patinaje en línea también se denomina "patinaje en línea". (Cerro, 2013)

Patinaje agresivo en línea: El patinaje en línea radical se ha convertido en el deporte de participación de más rápido crecimiento en el mundo. Los patinadores de velocidad comenzaron a usar habilidades básicas de salto de escaleras y esculpieron en las calles. Con el desarrollo de este deporte, los patrones y patrones también han aumentado. Las técnicas se vuelven más técnicas y rutinarias. Para resolver este problema, se hizo más grande la tabla del alma y se desarrolló un marco de espejo de patinaje para facilitar los patrones de pulido en los rieles y repisas. El tamaño de la rueda motriz es más pequeño para mejorar la estabilidad, y el revestimiento de los

rodillos se ha desarrollado a un estándar que permite al patinador tener una mayor comodidad y un mejor control. (Cerro, 2013)

Skatepark: Como Skatepark, o parque de patinaje en español, se conocen los ambientes especialmente diseñados para la práctica de skateboarding. Como tal, combinan las superficies típicas del skateboarding callejero con las rampas. Son hechos con propósitos eminentemente recreativos y deportivos. De vez en cuando, se emplean para celebrar competiciones de esta disciplina. (tricksbmx, 2017)

Deporte extremo: Los deportes extremos son experiencias personales de adrenalina y mareos, así como una serie de conductas desordenadas y frustraciones que hay que tomar por falta de experiencia y falta de orientación adecuada (Pérez Miranda, 2005).

Slusher dijo que el deporte es diferente a todo lo que conforma la vida. Está lleno de energía, pero sin miedo ni vergüenza, y agresivo. Las actividades extremas son una forma de que los jóvenes establezcan sus propias razones para mostrarse a la vida y desarrollarse en un entorno completamente social y complejo.

De acuerdo al trabajo realizado por (Pérez Miranda, 2005) los jóvenes se ven en la necesidad de buscar nuevas opciones más acordes con su pensamiento y sensibilizaciones. Visiblemente lo vemos mostrado en las acciones que toman frente a las situaciones que se les presentan "Situados en la modernidad, es cada vez más obvio que las viejas formas de producción y de consumo son abandonadas por un nuevo universo de comunicación que potencia el aspecto físico, lo superficial, lo externo, y la uniformización y comodificación de uno mismo" (Palacios, 2020)

Pyme: Las PYME son empresas pequeñas y medianas con una cantidad limitada de trabajo y capital (Editorial Grudemi, 2018). Una empresa de 1 a 250 empleados se considera una PYME, aunque esto también puede variar según su nivel de facturación. La característica de las pymes es promover la innovación con lógica, interés y cultura. Están directamente relacionados con el mercado o el comercio, pero casi nunca con el mercado industrial, porque sobre todo requiere mucha inversión. (Samaniego, 2018)

Materia prima: Para Soto (2018) “Las materias primas son la base de la evolución y transformación social, estos productos naturales básicos extraídos directamente de la naturaleza han sido y han sido utilizados para consumo directo o procesos industriales, esto no en vano” (López Millán, 2021).

Fabricación: La preparación o procesamiento del producto a partir de la composición del producto, especialmente en serie o por medios mecánicos.

El término se aplica al acto de fabricar productos a partir de los productos a fabricar utilizando materias primas. La fabricación de un producto marca el desarrollo de la humanidad, obviamente, si no existe una idea principal del objeto a fabricar, no habrá muchos resultados, pero la fabricación es lo que lo hace realidad. Además, en el proceso de producción, se revelarán cambios de última hora. El acto de crear un objeto ocurre en una industria, es decir, una fábrica es un sitio de producción.

Inversión: La inversión es una actividad que incluye recursos dedicados destinados a obtener cualquier forma de beneficio. En economía, los recursos generalmente se identifican como costos relacionados. Los principales recursos son

la tierra, el tiempo, el trabajo y el capital. Para este propósito, todo lo que se necesita para usar cualquiera de estos cuatro recursos para obtener ganancias es una inversión. (Gutierrez, 2000)

Planeación: Antes de iniciar cualquier ejercicio administrativa, es necesario determinar los resultados que el grupo social pretende alcanzar, así como las condiciones futuras y elementos necesarios para que el grupo social funcione de manera efectiva. Esto solo se puede lograr mediante la planificación. La falta de estos cimientos significa riesgos graves, desperdicio de energía y recursos, y una gestión administrativa que de otra manera es arbitraria e improvisada (Marín Portillo & Atencio Cárdenas, 2008).

2.3. Marco ambiental

A lo largo de la historia del patinaje en línea, las tendencias, modas y culturas urbanas se ha influenciado de manera directa al estilo de vida de los patinadores, la vestimenta es una de las características de ellos ya que, muestra su forma de ser, comodidad y se identifica con la marca que está vistiendo o patinando en ese momento, esto de aquí genera confiabilidad y un estado emocional diferente al momento de practicar este deporte extremo.

Todos estos aspectos van de la mano por la manera en que influyen en el deporte y su estilo de vida, ¿Por qué? Porque al ser un deporte de contacto y extremo hace que los aficionados o principiantes se reflejen con sus patinadores o profesionales favoritos, es por eso que esta influencia va de manera directa y atrae la atención y esa cultura de vestimenta o forma de vestir, hacia los nuevos patinadores.

Logrando así un impacto en el mercado textil, en donde las pequeñas, medias y grandes empresas han comercializado y fabricado a lo largo del tiempo grandes marcas, ropa y accesorios para los diferentes deportes extremos y necesidades que tiene el deportista, llegando a una fidelización e identificación con la marca que están usando en ese momento.

Llegando a captar un gran mercado y globalizarse mediante tendencias y modas mundiales para diversificar los diferentes modelos y ofertas

En el sitio web de Recuer2 se indica que el patinaje está considerado según la OMS (Organización Mundial de la salud) como el cuarto deporte que más exigente es a la hora de quemar calorías. Pero, además, si le sumamos que es un deporte que exige una perfecta mezcla entre mente y cuerpo y una alta coordinación sensorio-motriz que compromete, desarrolla y agudiza el sentido del equilibrio, tenemos el deporte perfecto con vinculación aeróbica de altas exigencias para potenciar el ritmo de oxigenación de las células (Recuer2, 2020).

Los adolescentes (edades entre los 10 y los 19 años) representan aproximadamente una sexta parte de la población mundial (1200 millones de personas) (Izquierdo, 2017).

La mayoría de los jóvenes goza de buena salud, pero la mortalidad prematura, la morbilidad y las lesiones entre los adolescentes siguen siendo considerables. Las enfermedades pueden afectar a la capacidad de los adolescentes para crecer y desarrollarse plenamente (Izquierdo, 2017). El consumo de alcohol o tabaco, la falta de actividad física, las relaciones sexuales sin protección y/o la exposición a la

violencia pueden poner en peligro no solo su salud actual, sino también la de su adultez e incluso la salud de sus futuros hijos (Izquierdo, 2017).

Fomentar comportamientos saludables durante la adolescencia y adoptar medidas para proteger mejor a los jóvenes contra los riesgos sanitarios es fundamental para la prevención de problemas de salud en la edad adulta, así como para la salud futura de los países y su capacidad para desarrollarse y prosperar.

GINEBRA, 17 DE FEBRERO DE 2003 - La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha lanzado una iniciativa mundial anual con el lema Por tu salud, muévete, destinada a promover la actividad física como elemento esencial de salud y bienestar.

La OMS ha elaborado las sugerencias mundiales sobre la actividad física para la salud con el objetivo general de proporcionar a los formuladores de políticas, a nivel nacional y regional, orientación sobre la relación dosis-respuesta entre frecuencia, duración, intensidad, tipo y cantidad total de actividad física y prevención de las enfermedades no transmisibles (ENT) (OMS, 2010).

De acuerdo al sitio web de (OPS, 2012) para los niños y jóvenes de este grupo de edades, la actividad física consiste en juegos, deportes, desplazamientos, actividades recreativas, educación física o ejercicios programados, en el contexto de la familia, la escuela o las actividades comunitarias. Con el fin de mejorar las funciones cardiorrespiratorias y musculares y la salud ósea y de reducir el riesgo, se recomienda que:

- Los niños y jóvenes de 5 a 17 años inviertan como mínimo 60 minutos diarios en actividades físicas de intensidad moderada a vigorosa.

- La actividad física por un tiempo superior a 60 minutos diarios reportará un beneficio aún mayor para la salud.
- La actividad física diaria debería ser, en su mayor parte, aeróbica. Convendría incorporar, como mínimo tres veces por semana, actividades vigorosas que refuercen, en particular, los músculos y huesos.

Para los adultos de este grupo de edades, la actividad física consiste en actividades recreativas o de ocio, desplazamientos (por ejemplo, paseos a pie o en bicicleta), actividades ocupacionales (es decir, trabajo), tareas domésticas, juegos, deportes o ejercicios programados en el contexto de las actividades diarias, familiares y comunitarias (OPS, 2012).

En el sitio de la (OPS, 2012) se indica que con el fin de mejorar las funciones cardiorrespiratorias y musculares y la salud ósea y de reducir el riesgo de ENT y depresión, se recomienda que:

- Los adultos de 18 a 64 años dediquen como mínimo 150 minutos semanales a la práctica de actividad física aeróbica, de intensidad moderada, o bien 75 minutos de actividad física aeróbica vigorosa cada semana, o bien una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas.
- La actividad aeróbica se practicará en sesiones de 10 minutos de duración, como mínimo.
- Que, a fin de obtener aún mayores beneficios para la salud, los adultos de este grupo de edades aumenten hasta 300 minutos por semana la práctica de actividad física moderada aeróbica, o bien hasta 150 minutos

semanales de actividad física intensa aeróbica, o una combinación equivalente de actividad moderada y vigorosa.

- Dos veces o más por semana, realicen actividades de fortalecimiento de los grandes grupos musculares.

Marco legal

El texto internacional que influyó directamente en el desarrollo del derecho al deporte fue la Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte (UNESCO, 1978), la cual proclama en su Art. 1, el acceso al deporte como un derecho fundamental de todas las personas, es así que el deporte aparece como un derecho garantizado de manera independiente y en el marco de la educación. Ecuador, al ser un Estado suscriptor de la Carta referida, se comprometió directamente a cumplir las obligaciones contraídas en la misma, por lo que genera leyes, reglamentos y medidas de promoción.

Los Tratados Internacionales crearon un antecedente y catálogo de derechos que integraron el ordenamiento jurídico nacional después de su aprobación y ratificación. Al respecto, el Art. 416.7 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), recoge como un principio de las relaciones internacionales, la exigencia de respeto a los derechos humanos y el cumplimiento de las obligaciones asumidas en la suscripción de instrumentos internacionales de derechos.

Que, el artículo 381 de la Constitución establece que el Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y

desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; así como fomentará la participación de las personas con discapacidad;

El artículo 382 de la citada norma reconoce la autonomía de las organizaciones deportivas y de la administración de los escenarios deportivos y demás instalaciones destinadas a la práctica del deporte, de acuerdo con la ley.

Artículo 18. Políticas Públicas. El ente rector del deporte y la actividad física es el responsable de emitir las políticas públicas que rigen, regulan y fomentan el deporte y la actividad física, para promover su práctica y garantizar el acceso, a toda la población, sin discriminación.

Las políticas públicas en deporte asegurarán, a todas las personas deportistas con discapacidad, el derecho a la educación física, a la práctica deportiva, a la salud, al bienestar físico y mental, a la integración, al ocio y a contar con instalaciones adaptadas y accesibles para la práctica de la actividad física y el deporte (Asamblea Nacional, 2019).

Artículo 23. Rentas del deporte. Constituyen rentas del deporte y de la actividad física ecuatorianos las siguientes:

1. Las asignaciones del Presupuesto General del Estado
2. Las multas provenientes de sanciones impuestas, debido al incumplimiento de las disposiciones contempladas en esta ley
3. Los recursos provenientes de los aportes personales de los socios de las organizaciones deportivas
4. Los recursos provenientes de autogestión

5. Los aportes o donaciones de las personas naturales y jurídicas, para el deporte y la actividad física
6. Las que provengan del alquiler y uso de las instalaciones deportivas y de actividad física, construidas con fondos públicos.

Este Reglamento (By-Laws) será considerado una descripción, una profundización, así como una parte integrante de las normas y reglamentos, quedando supeditado a los Estatutos de World Skate, que siempre prevalecerán (SKATE, 2019).

Este Reglamento (By-Laws) no contiene normas técnicas deportivas, puesto que todo Reglamento deportivo formará parte del correspondiente Libro de normas técnicas (SKATE, 2019).

PÁRRAFO 1 – SEDE

1. La sede de World Skate estará situada en Lausana, Suiza.
2. Si es preciso, el Presidente está facultado para establecer oficinas operativas en otros lugares (Art. 1.5 de los Estatutos).

Las Federaciones Miembro incluirán cuantas más disciplinas de World Skate.

En caso de que una disciplina en un País determinado no resulte gobernada por la correspondiente Federación Miembro, y si la apuntada disciplina está respaldada por un gran interés y un programa de desarrollo claro, la apuntada Federación Miembro incluirá la disciplina concernida bajo su amparo, también proporcionando a sus representantes una autonomía financiera y decisoria completa (SKATE, 2019). Conforme al Art. 3.1 de los Estatutos, solo habrá una Federación por País.

En el caso de que una Federación Miembro rechace incluir una o más disciplinas de World Skate bajo su amparo, de acuerdo con el procedimiento antes establecido, estará sujeta a las normas contempladas en el Código de Conducta y en el Código de Ética, que también pueden llevar a perder la membresía World Skate (SKATE, 2019).

En Países donde World Skate ya reconoce más de una Federación (de pleno derecho o en vía transitoria hacia los Juegos Olímpicos 2020 de Tokio), las diversas entidades serán sometidas a lo dispuesto en el Artículo 3 de los Estatutos World Skate (SKATE, 2019).

Se le puede pedir a World Skate que actúe como Árbitro en posibles disputas que puedan surgir entre entidades distintas. En el caso de que no se logre un acuerdo,

World Skate – después de escuchar la opinión de la respectiva Autoridad Nacional de Deportes – decidirá sobre el caso nombrando al único Órgano de Gobierno para el País concernido (Art. 3 de los Estatutos).

Con respecto a la política de Membresía, se aplicarán las disposiciones de los Estatutos (Art. 3), con las aclaraciones a continuación indicadas:

a) Un aviso de pago será enviado por el secretario general antes del 31 de enero de cada año civil, conjuntamente con el formulario anual. Si un miembro no cumple con el pago y no somete el informe anual, serán aplicadas las normas establecidas en el Código de Conducta y en el Código de Ética.

b) La fecha en la cual se recibe el pago en la cuenta bancaria de World Skate será considerada vinculante.

c) Para el 31 de marzo de cada año, la Federación Miembro someterá su informe anual a World Skate, abarcando lo anterior toda la información necesaria tal y como requerido por World Skate. El requerimiento de someter informes y formularios será enviado por el Secretariado General de World Skate antes del 31 de enero de cada año. El informe anual puede ser enviado en formato digital (SKATE, 2019).

2.4. Variables

2.4.1. Variable Dependiente:

Creación de una Microempresa: Flores (2018) indica que “Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo, se clasifica como microempresa a aquella unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos.” (p. 85)

2.4.2. Variable Independiente:

Proyecto de pre factibilidad: En el trabajo realizado por (Gonzaga Espinoza & Tomalà Larrosa , 2019) indica que consiste en un análisis preliminar de la idea de proyecto, a fin de verificar su viabilidad como actividad del proyecto, el propósito en esta etapa es el de limitar los costos de un proceso, aquí se profundizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero. (Rodríguez, O. 2012)

Tabla 3
Variable independiente.

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
<p>Consiste en un análisis preliminar de la idea de proyecto, a fin de verificar su viabilidad como actividad del proyecto, el propósito en esta etapa es el de limitar los costos de un proceso, aquí se profundizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero.</p> <p>(Rodríguez, O. 2012)</p>	Estudio Financiero	VAN	¿El flujo de caja incluye perpetuidad? ¿El valor actual neto (VAN) es mayor o igual que cero?	Análisis documental Entrevista
		TIR	¿La tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima esperada de retorno (TMAR)?	
		PAYBACK	¿El periodo de recuperación de la inversión es a valores constantes o descontados?	
	Estudio Técnico	Producción mensual o anual	¿Qué valor económico va a llevar la inversión en activos de producción?	
		Estructura operativa	¿Cuáles son los costos en la adquisición del a materia prima requerida? ¿Cuáles son los valores estimados para la mano de obra tanto directa como indirecta y los gastos fijos de fabricación? ¿Cuántos es el capital viable inicial?	

2.5.Operacionalización de las Variables

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
<p>Estrada (2018) indica que “Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo, se clasifica como microempresa a aquella unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos.”(p. 85)</p>	<p>Estudio de mercado</p> <p>Estudio Organizacional</p>	<p>Producto / Servicio</p> <p>Precio</p> <p>Plaza</p> <p>Promoción</p> <p>Competencia</p> <p>Ejecución</p> <p>Operación</p>	<p>¿Con que frecuencia asiste usted a un espacio deportivo?</p> <p>¿Está usted de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading”?</p> <p>¿Qué tipo de calidad estaría dispuesto a usar en nuestros productos?</p> <p>¿Crees que los deportes extremos disponen de suficientes medidas de Calidad y seguridad?</p> <p>¿Considera usted importante implementar vestuarios y accesorios con idela línea ntidad como parte de la oferta</p>	<p>Encuesta</p>

			para la práctica de deportes extremos?	
--	--	--	--	--

Tabla 4
Variable dependiente.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1. Plan de investigación

Un plan de investigación es un proyecto, a partir del cual se inicia la investigación, que evitará deambular en todo el proceso. Dado que el plan de investigación se elabora al inicio del proyecto, el plan de investigación no contiene todo el contenido de la asignatura, pero es el primer paso para concentrar todos los elementos que se combinarán y mejorarán en el trabajo de investigación (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

Bernal Prado y Conde Pérez, (2003) propusieron un procedimiento en un artículo titulado "Investigación de mercado, la necesidad de organización" que tiene los pasos detallados en la Figura 1. El plan de investigación es una especie de Diseño operativo (Buenas Tareas, 2010). Lo más importante que puede revelar un plan de investigación formal es la forma en que los expertos intentarán alcanzar las metas y el tiempo, el personal y el dinero necesarios para lograr esas metas. El plan debe ser completo para que los ejecutivos decidan si invierten los fondos necesarios para verificar las hipótesis planteadas por los investigadores, también debe estar diseñado profesionalmente, los gerentes de marketing deben tener conocimientos suficientes de investigación de mercado para comprender y evaluar los resultados (Buenas Tareas, 2010).

En el plan de investigación se debe especificar en detalle cuál es la fuente de datos, los métodos de investigación que se utilizarán para recolectar la información,

las herramientas de investigación que se diseñarán de acuerdo con la información requerida, el plan de muestreo y la información de contacto, y será posible recolectar la información (BERNAL PRADO & CONDE PEREZ, 2006).

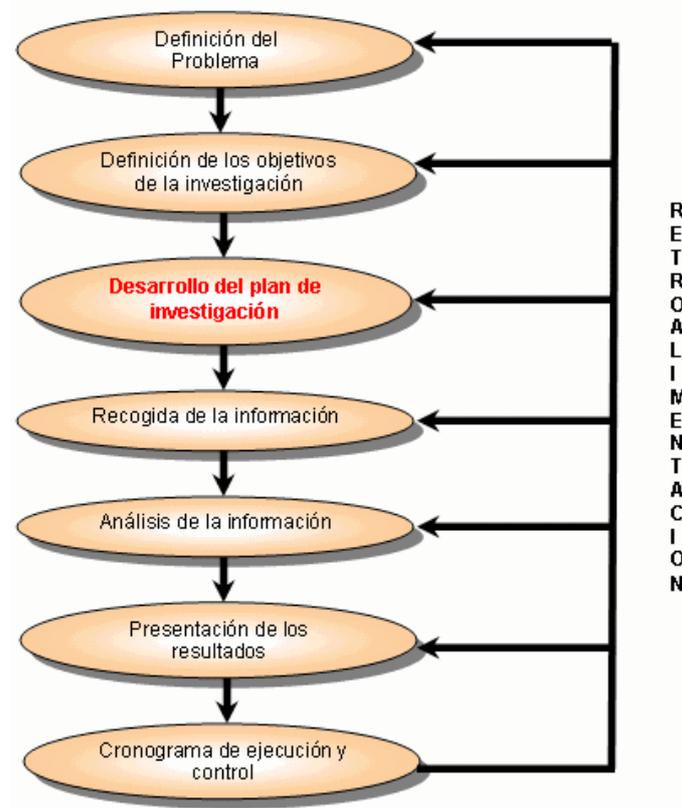


Figura 8 Plan de investigación

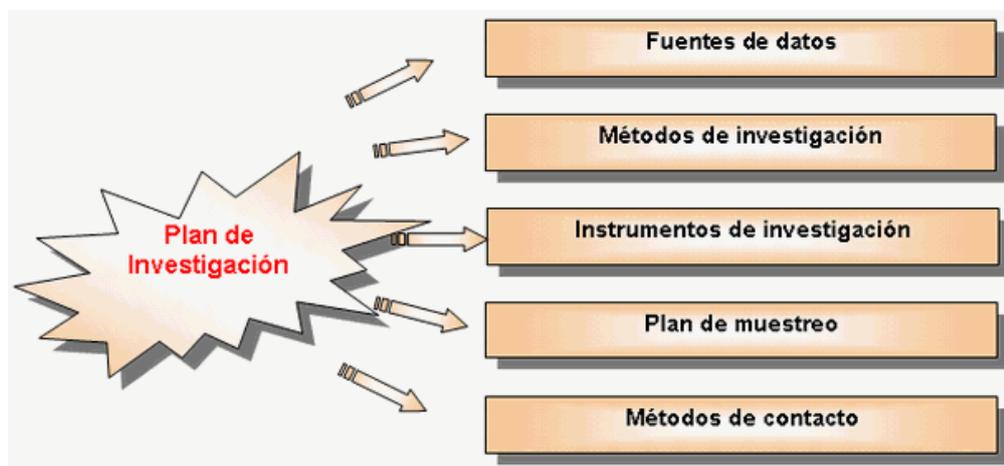


Figura 9 Plan de investigación

Un plan elaborado antes de un proyecto de investigación se denomina proyecto de investigación. Su finalidad es proporcionar un conjunto de datos e información sobre el problema de forma estructurada y organizada con el fin de formular hipótesis orientadas a la solución del problema. En este sentido, un proyecto de investigación es un pre evaluación del problema, su alcance e importancia, y los recursos necesarios para realizar el trabajo de investigación. Los proyectos de investigación se basan en la metodología científica, lo que les confiere rigor y eficacia. Pueden desarrollarse no solo en el campo de la ciencia, sino también en los campos de las humanidades, la tecnología, el arte, la política y las ciencias jurídicas y las ciencias sociales.

Escribir un plan de investigación ayuda a guiar el primer paso del trabajo. El plan que se debe presentar al instructor tiene una estructura fija, lo que no significa que no se pueda modificar el contenido. El plan se propondrá y debe revisarse en función de los nuevos datos obtenidos durante la investigación.

- **Asunto o título:** Busque títulos cortos que reflejen con precisión el contenido del trabajo. Se recomienda que no tenga más de diez palabras.
- **Introducción al tema:** Una breve definición de la encuesta. Contexto Síntesis de conocimientos previos sobre el tema. Razones para elegir el tema Explique el motivo de la elección del tema.
- Contexto Síntesis de conocimientos previos sobre el tema. Razones para elegir el tema Explique el motivo de la elección del tema.
- **Objetivos** Describe el propósito de la investigación. Debe establecer objetivos generales para todas las tareas (¿por qué quiere hacerlo? ¿Qué

quiere demostrar?) Y los objetivos más específicos se refieren a partes subdivididas (al menos tres).

- **Método** Una breve descripción de los recursos que se utilizarán durante el trabajo. Debe hacerse hincapié en el uso de fuentes bibliográficas primarias (observación, encuesta, entrevista) y secundarias (bibliográficas, archivos, navegación en Internet, etc.).
- **Índice de contenido** El esquema de este tema indica las secciones y subsecciones, que obviamente serán cambiadas y modificadas debido al proceso de trabajo.
- **Recursos** Esta sección incluye una lista de métodos que se utilizarán para completar el trabajo. Pueden ser recursos humanos (personas e instituciones que se mantendrán en contacto con ellos) y recursos materiales (equipos necesarios, como grabadoras, recursos multimedia, laboratorios, etc.).
- **Calendario** Además del calendario fijado por el instructor, se debe establecer un calendario de trabajo, se debe asignar la secuencia de investigación temporalmente, y se debe establecer la terminología para completar los diferentes momentos del proceso para evitar improvisaciones y seguir estrictamente los plazos que deben reservarse para las tareas.
- **Fuentes de información** Una lista de fuentes de información básica a las que se ha hecho referencia hasta ahora y que se planea hacer referencia. A medida que avanza la investigación, se completará esta lista inicial.

Métodos de investigación

Los métodos de investigación son herramientas que utilizan los investigadores para adquirir y analizar datos. Estos incluyen muestreo, encuestas por cuestionarios, entrevistas, estudios de casos, métodos experimentales, ensayos y grupos focales. La elección del método de investigación está predeterminada por el problema a resolver y los datos disponibles. Por tanto, disponemos de métodos de investigación cuantitativos, cualitativos o mixtos (Zita, 2018).

Método Científico

Proporciona un conjunto de técnicas y procedimientos para obtener conocimientos teóricos válidos y científicamente comprobados mediante el uso de herramientas fiables que no provocan subjetividad (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020). A través de algunos experimentos, se demostró la capacidad de replicar el mismo evento utilizando el mismo mecanismo en diferentes contextos desencadenado por diferentes individuos. Este método puede proporcionar respuestas eficaces y fiables a los estudios de casos. (Ruiz, 2007)

Se considera uno de los procedimientos más útiles porque puede explicar los fenómenos de manera objetiva, proporcionando así soluciones a los problemas de investigación e impulsando la declaración de leyes. Su desarrollo es estricto y claro, y sigue metódicamente el principio puro y completo, y se esfuerza por corregir y mejorar para conquistar, organizar y comprender el conocimiento acumulado (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

El método científico es el procedimiento propuesto La investigación continúa encontrando formas Existe un proceso objetivo para aclarar su Conexiones internas y

externas para generalizar y profundizar El conocimiento obtenido de esto para demostrar que ellos Sea riguroso y compruebe el experimento, Y sus habilidades de aplicación. (Lewis, 1969)

1. **Observación:** Este es el comienzo de todas las investigaciones. La observación también incluye el control de los fenómenos. Por tanto, en esta primera etapa se deben utilizar los instrumentos de medida necesarios para que se puedan obtener los datos.
2. **Enunciado del problema:** después de recopilar datos e información mediante la observación, el investigador debe plantear una pregunta, es decir, el problema a resolver mediante la investigación.
3. **Presentación hipotética:** la tercera etapa consiste en dar una o más respuestas posibles a preguntas previamente formuladas. Estas respuestas son los llamados supuestos, los supuestos hechos por los investigadores. Luego, estos supuestos deben aceptarse o rechazarse.
4. **Experimento:** En esta etapa se deben realizar experimentos para demostrar que la hipótesis es correcta, o, por el contrario, no lo es. Estos experimentos deben poder ser repetidos por otros y obtener los mismos resultados.
5. **Análisis de datos:** En esta etapa se recopilan todos los datos e información obtenida del experimento y se dibujan gráficos, tablas, resúmenes y cualquier otro elemento que pueda ser utilizado para la visualización y análisis.
6. **Conclusión:** Finalmente, la conclusión se determina con base en los resultados del análisis. Como resultado, los resultados pueden confirmar la hipótesis formulada al principio, de modo que se puedan formular

leyes o teorías. Por el contrario, si los resultados rechazan la hipótesis, se debe revisar el experimento y proponer una nueva hipótesis.

Método Inductivo-Deductivo

Según Arrieta (2003, pág. 84) en su libro *Métodos y tipos de investigación* indica que:

Tanto el método inductivo como el deductivo son estrategias de razonamiento lógico, los métodos inductivos utilizan premisas específicas para sacar una conclusión general y los métodos deductivos utilizan principios generales para llegar a una conclusión específica. Ambos métodos son importantes para la generación de conocimiento.

	Método inductivo	Método deductivo
Definición	Es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales.	Es una forma razonar y explicar la realidad partiendo de leyes o teorías generales hacia casos particulares.
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Se basa en la observación de hechos y fenómenos. • Generaliza a partir de sus observaciones. • Sus conclusiones son probables. • Tiene el objetivo de generar nuevo conocimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establece conclusiones a partir de generalizaciones. • En lógica, la conclusión de un razonamiento está incluida en las premisas. • Es útil cuando no se pueden observar las causas de un fenómeno. • Sus conclusiones son rigurosas y válidas. • No genera por sí mismo nuevo conocimiento, ya que parte de verificar conocimiento previo.
Dirección del razonamiento	De lo particular a lo general.	De lo general a lo particular.
Áreas del conocimiento	Era el método utilizado en las ciencias experimentales. En la actualidad es usado como parte del método científico en general.	Ciencias formales como la matemática y la lógica.

Figura 10 Método Inductivo y Deductivo

De esta manera, es posible analizar situaciones específicas mediante el estudio individual de los hechos que constituyen una conclusión general, lo que ayuda a descubrir amplios temas y teorías basadas en la observación sistemática de la realidad. En otras palabras, se refiere a formular hipótesis basadas en la experiencia

y observaciones de elementos de investigación para definir leyes generales. Incluye la recopilación de datos ordenados por variables para encontrar la regularidad.

La metodología deductiva se refiere a un método que parte de una perspectiva general y se enfoca en temas específicos a través de razonamientos lógicos y suposiciones que pueden respaldar la conclusión final. Este proceso se basa en el análisis presentado anteriormente, leyes y principios verificados y probados aplicables al caso específico. En este método, todo el trabajo de investigación se basa en teorías recopiladas, más que en la observación o la experiencia. Se parte de la premisa, resume y resume la situación de la investigación y deriva la forma de implementar la solución. (Arrieta, 2003)

Según DeKeyser (1994), por inductivo se entiende “que las reglas son inferidas de los ejemplos dados al alumno”, igual que el método La deducción está estrechamente relacionada con un proceso explícito, y un proceso de deducción es Relacionado con el proceso implícito, incluye la forma de un lenguaje y su gramática. Pero no están claramente establecidos.

Como Decoro (1996) explicó que “la comprensión inductiva es un proceso desde un proceso específico a un proceso específico. En términos generales, primero debemos comprender el patrón y Generalizar” (Borgues, 2013)

Método análisis – síntesis

El concepto de análisis y síntesis se refiere a dos procesos o actividades mentales, que se complementan entre sí y pueden ayudarnos a estudiar cuestiones o realidades complejas. Análisis Implica separar estos temas o partes de la realidad

hasta que entendamos estos elementos. Los principios básicos que los constituyen y las relaciones que existen entre ellos. (Modenesi, 2013)

Modenesi (2013) afirma que, “La síntesis se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes o elementos, que se puede realizar uniendo las partes fusionándolas u organizándolas de diversas maneras” (p. 114). El análisis es una operación intelectual que separa las partes que componen un todo y la síntesis reúne las partes del todo y las convierte de nuevo en una unidad (Vega Conde, 2018).

Los procesos de análisis y síntesis son utilizados por lo tanto por el método científico para construir nuevos conocimientos y teorías. El análisis y la síntesis están relacionados con el pensamiento crítico, la capacidad de resolución de problemas, la organización y planificación, la toma de decisiones, entre otros



Figura 11 Análisis

Método estadístico inferencial

La inferencia estadística o la estadística inferencial es parte de las "estadísticas", incluidos los métodos y procesos para inferir atributos generales (hacer inferencias) a partir de una pequeña parte (muestra). También le permite comparar muestras de diferentes poblaciones. Por lo general, incluye pruebas de estimación, puntos o intervalos de confianza y pruebas de hipótesis, parámetros (como media, diferencia entre medias, proporciones, etc.) y pruebas no paramétricas (como la prueba de chi-cuadrado). En estadística también se realizan análisis de correlación y regresión, series de tiempo, análisis de varianza, etc.

Los métodos matemáticos estadísticos consisten en una serie de procedimientos para procesar datos de investigación cualitativos y cuantitativos. El propósito de esta gestión de datos es verificar en realidad uno o más resultados verificables derivados de los supuestos generales de la encuesta (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Las características utilizadas en los procedimientos del método estadístico dependen del diseño de investigación elegido para verificar los resultados verificables relevantes. (Santillán, 2016)

Juárez (2011) señala que la inferencia estadística incluye 5 aspectos, que deben definirse para llegar a la prueba de hipótesis y la toma de decisiones estadísticas:

1. Establecer una hipótesis estadística - la hipótesis está redactada para ser rechazada, niega los resultados esperados de la encuesta al determinar que no existe relación entre las variables involucradas o que las variables independientes no tienen efecto sobre las variables dependientes (Juárez García, 2011).

2. Según el tipo de pregunta, el número de grupos o medidas y el nivel de medida de las dos variables implicadas en la variable dependiente o correlación, seleccione una prueba estadística (estadística de prueba) (Juárez García, 2011).

3. Elija el nivel de significancia, el más comúnmente usado en ciencias sociales, del comportamiento y otras ciencias de la salud es 0.05 Si se requiere mayor certeza en la prueba de hipótesis, puede cambiarlo a 0.01 y 0.001 en las reglas de decisión (Juárez García, 2011).

4. Determine la regla de decisión, incluyendo si la significancia del análisis de verificación está dentro de la zona de rechazo de la hipótesis nula establecida por el nivel de significancia previamente seleccionado, por ejemplo, si $\alpha = 0.05$, la regla de decisión determina si $p \leq 0.05$, Se rechaza la hipótesis nula, es decir, el área de rechazo está dentro del rango de 0 a 0.05 y no puede ser rechazada por el valor de descubrimiento de 0.05000001 a 1. (Juárez García, 2011)

5. De acuerdo con las reglas de decisión, saque conclusiones basadas en los resultados de las pruebas estadísticas (Juárez García, 2011).

Técnicas e instrumentos de investigación

Ruiz Medina (2011) Señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos

de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

El método es el camino teórico, las técnicas constituyen los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr información. Los métodos son globales y generales, las técnicas son específicas y tienen un carácter práctico y operativo (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Las técnicas se subordinan a un método y éste a su vez es el que determina qué técnicas se van a usar. Aunque el método y la técnica se encuentran íntimamente ligados no se identifican, pues ambos se complementan y son necesarias en la investigación (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). En resumen, la técnica de investigación o de recolección de datos va a depender del método a emplear; en la actualidad para la investigación científica existe una gran diversidad de técnicas o instrumentos. (Varela, 2015)

3.2. Tipos de investigación

TIPOS DE INVESTIGACIÓN	
▪ Histórica	Analiza eventos del pasado y busca relacionarlos con otros del presente
▪ Documental	Analiza información escrita sobre el Tema Objeto de Estudio
▪ Descriptiva	Reseña rasgos, cualidades o atributos de la Población Objeto de Estudio
▪ Correlacional	Mide el grado de relación entre las variables de la Población estudiada
▪ Explicativa	Da razones del porqué de los fenómenos
▪ Estudio de Casos	Analiza una unidad específica de un Universo Poblacional
▪ Seccional	Recoge información del Objeto de Estudio en oportunidad única
▪ Longitudinal	Compara datos obtenidos en diferentes oportunidades o momentos de una misma población con el propósito de evaluar los cambios
▪ Experimental	Analiza el efecto producido por la acción o manipulación de una o más variables independientes sobre una o varias dependientes

Figura 12 Tipos de Investigación

Según Zorrilla (1993), tradicionalmente se presentan tres tipos de investigación de los cuales surgen las diversas tipos de investigaciones que se realizan y son: Histórica, Descriptiva, Experimental (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

El autor de este proyecto coincide con Zorrilla en estos tres tipos de investigación para el desarrollo del proyecto cual es: la investigación histórica que trata de la experiencia pasada, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los acontecimientos pasados. El investigador depende de fuentes primarias y secundarias las cuales proveen la información y a las cuáles el

investigador deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). En el primer caso verifica la autenticidad de un documento o vestigio y en el segundo, determina el significado y la validez de los datos que contiene el documento que se considera auténtico (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

La investigación experimental consiste en la manipulación de una (o más) variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular. El experimento provocado por el investigador, le permite introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

En la presente investigación se utilizará el tipo de investigación experimental, porque se va a partir del análisis y estudio de las variables independientes sobre las variables dependientes.

3.3.Fuentes de investigación

Porto y Merino (2008) indican que, “las fuentes de investigación son múltiples tipos de documentos, que brindan información útil y conocimientos necesarios para realizar investigaciones para generar conocimiento”. Este tipo de recursos también pueden denominarse recursos de información y varían según las necesidades del proceso de investigación al que pertenecen. Ejemplos de investigación o información son: artículos, videos, libros o entrevistas (Mejia Jervis, 2017).

Cada proceso de investigación comienza con la búsqueda de información relacionada con un tema definido y se desarrolla en torno a varios recursos disponibles (hipótesis, teorías, técnicas y otro tipo de documentos) (Mejia Jervis, 2017).

Los recursos de investigación permiten a los investigadores realizar análisis rigurosos de la información. Estos se seleccionan en función del enfoque de la investigación y pueden ser primarios (entrevistas, noticias, documentos originales, etc.) o secundarios (enciclopedia, resumen, bibliografía, etc.).

Las fuentes primarias y secundarias son igualmente válidas. Sin embargo, la fuente primaria se conoce como fuentes de primera mano, mientras que la fuente secundaria es una fuente compuesta de información resumida relacionada con un tema específico (Mejia Jervis, 2017). Toda investigación necesita utilizar diferentes tipos de recursos de investigación para asegurar que la investigación sea objetiva y libre de prejuicios por parte del implementador. (Porto & Merino, 2008)

Fuentes primarias

Las fuentes primarias son aquellas utilizadas para tener acceso de forma directa a la información. Son todas aquellas que incluyen información de primera mano, original y sin abreviaciones. Aquí se incluyen, en general, producción documental de alta calidad (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Características

- Son tan fiables y precisas como las fuentes secundarias.
- Su contenido se basa en la evidencia directa o testimonio sobre el tema tratado.
- Son redactadas por una persona directamente involucrada con el tema de investigación. Por lo tanto, estas fuentes tratan el tema desde el interior de un evento particular.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que se componen de información sintetizada o reelaborada (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Son las fuentes de investigación diseñadas para hacer las veces de instrumentos de consulta rápida. Presentan la información de manera organizada y objetiva, por lo cual se convierten en excelentes fuentes de consulta.

Entre las fuentes secundarias más destacadas se encuentran las enciclopedias, los diccionarios especializados, los directorios, los repertorios bibliográficos y las estadísticas, entre otros (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Características de las fuentes secundarias:

- Analizan e interpretan información dada por las fuentes primarias.
- Se derivan de la generalización de un tema.
- Analizan, sintetizan, interpretan y evalúan la información para realizar compendios de la misma.

3.4.Población

El concepto de población proviene del latín *populatio*. En el uso más común, el término se refiere a un grupo de personas que viven en un lugar determinado o incluso en todo el planeta. También permite referencias a los espacios y edificios de un determinado lugar u otra división política, así como a las actividades y consecuencias de la población.

De esta forma, y sumando algunos datos interesantes, podemos determinar que la población mundial actual supera los 7 mil millones, y los países más poblados del planeta son China, India y Estados Unidos, Indonesia, Pakistán y Brasil (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

En lo que respecta a los continentes, los cinco primeros serán los siguientes: Asia tiene la población más grande, con una población de más de 4 mil millones. El segundo país es África, con una población de más de mil millones; el tercero es Estados Unidos, con más de 900 millones; el cuarto es Europa, con una población de más de 700 millones, y finalmente Oceanía, con una población de menos de 4 Mil millones.

Población en la estadística

En la investigación estadística, población se refiere a una colección de temas, datos y / o elementos con características comunes, de los cuales se puede extraer información importante para estudiar y analizar ciertos fenómenos. En este sentido, también se reutiliza la población como muestra, como referencia para estudiar una población mayor o total.

Población finita

Aquella población que está compuesta por un número pequeño de elementos, artículos o sujetos.

Población infinita

Aquella población que está compuesta por un número grande de elementos.

Población real

Aquella población que se compone de un grupo de cosas existentes y meramente comprobables.

Población hipotética

Aquella población conformada por un grupo posible de determinadas cosas, pero difícil de comprobar.

Población aleatoria

Aquella población que depende de las alteraciones de sus cualidades, sin que exista una causa aparente.

Población dependiente

Aquella población que depende de una causa determinada.

Población polinomial

Aquella población cuyas características deben ser medidas y tomadas en cuenta.

Por ejemplo: cuando se realiza un censo poblacional, las características y cualidades (edad, ingresos) de los habitantes serán diferentes.

Actualmente en el Ecuador hay 17'322.276 de ecuatorianos de ellos 3'645.483 se encuentran localizados en la provincia del Guayas y 2'291.158 habitantes entre hombre y mujeres en la ciudad de Guayaquil; de los cuales 1'342.233 representa la población objetiva con un rango de edad entre 10 a 29 años de la provincia del Guayas. (INEC, 2010)

Población Provincia del Guayas de rango por edades

Para poder conocer nuestra población se tomó en consideración un rango de edades entre los 10 a 29 años de edad tanto hombres como mujeres, niños y niñas, y se sacó un porcentaje entre los valores proporcionados por el INEC los niveles en rango de edad, para determinar el porcentaje de participación del mercado objetivo (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Población Parroquia Tarqui

Tabla 5
Población Parroquia Tarqui

Rango de Edad	2010	%
de 10 a 14 años	373.511	10.2
de 15 a 19 años	338.370	9.3
de 20 a 24 años	321.308	8.8
de 25 a 29 año	307.034	8.4
Total	1'342.233	36.7

Esto refleja que hay una participación directa y activa de habitantes que cumplen con nuestro mercado objetivo, representados por un 36,7% y un total de 1'342,233 (INEC, 2010)

Cálculo de población

Tabla 6
Población Guayas y Tarqui

Elementos	Cantidad
Provincia del Guayas	2'291.158
Población Objetiva	1'342.233

3.5.Tamaño de la muestra

Muestra

En estadística, una muestra es un subconjunto de individuos en un caso o población. En diversas aplicaciones es importante contar con una muestra representativa, por ello se debe seleccionar una técnica de muestreo adecuada que pueda generar muestras suficientemente aleatorias. También forma parte de la

población y, para ser representativo, debe tener las mismas características que la población. Si se obtiene una muestra sesgada, el grado de sesgo limitará aún más su interés y practicidad.

Como subgrupo o subconjunto representativo de la población, se puede seleccionar mediante un determinado método de muestreo. La muestra siempre forma parte de la población. Si tiene varias poblaciones, tendrá varias muestras. La muestra debe contar con toda la información requerida para poder ser extraída, lo cual solo se puede lograr seleccionando una buena muestra y realizando un trabajo muy cuidadoso y de alta calidad en la recolección de datos.

Tipos de muestra

Muestra probabilística: Al definir las características de la población y el tamaño de la muestra, y al seleccionar aleatoria o mecánicamente unidades de muestreo / análisis, todos los elementos de la población pueden seleccionarse para la muestra. En definitiva, se trata de un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen las mismas posibilidades de ser seleccionados.

Muestra no probabilística: La elección de elementos no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características de la investigación o el propósito del investigador. El procedimiento aquí no es mecánico, ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones del investigador. En resumen, para un subgrupo de la población, la elección de sus elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la encuesta.

Cálculo de la muestra

En la presente investigación se aplicó el muestreo probabilístico simple, puse se considera la más adecuada, ya que la población objeto de estudio es infinita ya que supera los 10.000 habitantes.

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Figura 13 Tipos de Investigación

En donde:

Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso.

d: Error máximo admisible

N: Tamaño de la población. 1'342.233 personas.

Z: Coeficiente de confianza. Z = 1.645 para un nivel de confianza del 90%

p: Probabilidad de éxito. Consideramos el máximo: 0.50

q: Probabilidad de fracaso. Será $1.00 - 0.50 = 0.50$

d: Error máximo admisible. Consideramos el 5%

$$n = \frac{1'342.233 \times 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (1'342.233 - 1) + 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{908.029,0}{3356.26}$$

$$n = 270.55$$

Da como tamaño de la muestra 270 de los 1'342.233 de población en la provincia del Guayas, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, cabe recalcar que nuestra muestra es probabilística debido a que la población es infinita.

Tabla 7
Tamaño de la muestra

Elementos	Cantidad
Habitantes Parroquia Tarqui	1'342.233
Tamaño de la muestra	270

Análisis de Resultados

Una vez concluidas las etapas de colección y procesamiento de datos se inician con una de las más importantes fases de una investigación: el análisis de datos. Según Hevia (2001), “este estudio se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos, donde se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación”.

Después de haber obtenido los datos producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, se procederá a codificarlos, tabularlos, y utilizar la informática a los efectos de su interpretación que permite la elaboración y presentación de tablas y gráficas estadísticas que reflejan los resultados.

El propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos, el análisis de datos es el precedente para la actividad de interpretación. La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación. Esta actividad consiste en establecer inferencias sobre las relaciones entre las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones (Kerlinger, 1982), la interpretación se realiza en dos etapas:

a) Interpretación de las relaciones entre las variables y los datos que las sustentan con fundamento en algún nivel de significancia estadística.

b) Establecer un significado más amplio de la investigación, es decir, determinar el grado de generalización de los resultados de la investigación.

Las dos anteriores etapas se sustentan en el grado de validez y confiabilidad de la investigación. Ello implica la capacidad de generalización de los resultados obtenidos.

Analizar significa establecer categorías, ordenar, manipular y resumir los datos, (Kerlinger, 1982) en esta etapa del proceso de investigación se procede a racionalizar los datos colectados a fin de explicar e interpretar las posibles relaciones que expresan las variables estudiadas. El diseño de tablas estadísticas permite aplicar técnicas de análisis complejas facilitando este proceso. El análisis debe expresarse de manera clara y simple utilizando lógica tanto inductiva como deductiva, los resultados de una investigación basados en datos muestrales requieren de una aproximación al verdadero valor de la población.

Capítulo IV

4. Formulación del Proyecto

4.1. Análisis e Interpretación de los Resultados

La investigación realizada en este capítulo se refleja en los resultados obtenidos mediante el uso de herramientas de investigación, la aplicación de técnicas de encuesta y entrevista a una muestra de la población objetivo; su formulación se basa en 4P, producto / servicio, precio, ubicación, promoción. y factores competitivos. Los resultados de los entrevistados son beneficiosos para este estudio, indicando que la aceptación actual de los consumidores de este tipo de microempresas es alta (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

En Guayaquil, las principales calles de la ciudad y el tránsito de las personas han ido cambiando, desarrollando un nuevo concepto de movilización o recreación, los espacios y parques abiertos se prestan para la práctica y la disposición del uso para poder disfrutar de estas áreas, llegando así a un impacto con la sociedad por moverse o usar patines de la manera más cómoda para poder practicarlo, favoreciendo a todos los negocios de diferentes sectores económicos dedicados a actividades de comercialización y distribución de este tipo de productos ubicados ahí, debido a las vías de acceso, tránsito de personas, servicios básicos, equipamiento de la zona (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

En el análisis PEST, este instrumento facilito la investigación y brindo mucha ayuda para definir el entorno, utilizando serie de factores como lo son: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. También permitió prever tendencias en el

futuro a corto y mediano plazo, definiendo los criterios de los objetivos para la visión estratégica en las oportunidades que se presentan en determinados mercados (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Dentro del análisis está el político, que Son los aspectos gubernamentales que tienen un impacto directo en la empresa; el Económico donde se analiza los datos macroeconómicas (PIB, tasa de interés, inflación, tasa de desempleo, etc.); la variable Social donde se toma en cuenta los factores de la evolución demográfica, movilidad social y cambios en el estilo de vida; el Tecnológico por su complejidad de analizar a gran velocidad a los cambios en el área; el factor Ecológico se profundiza la conciencia sobre la conservación del medio ambiente, legislación medioambiental, cambio climático, etc., y el factor Legal donde indica sobre la legislación que tenga relación directa con el proyecto, información sobre licencias, legislación laboral, propiedad intelectual, etc. (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

A través del análisis FODA es posible determinar las ventajas y dificultades en la realización de actividades de planificación y organización de microempresas, así mismo se realizó un estudio de mercado para clasificar los aspectos básicos del marketing mix, tales como análisis, identificación y determinación. Brindar la estructura del producto / servicio, el precio de referencia de mercado frente a las tres empresas que se dedican a la misma actividad, y el recuadro que encapsula el área y partes relacionadas; finalmente, la parte de promoción, que menciona el plan de publicación, el arte del lanzamiento y otros métodos de promoción (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Encuesta

A través de esta técnica de investigación realizada en Guayaquil, se pueden determinar las preferencias u opiniones de una muestra dada entre las edades de 10 a 29 años. El propósito de la investigación es comprender la participación de mercado de las microempresas relacionadas con la organización y el plan del evento, obtener información y analizar e interpretar los resultados en consecuencia, y mostrar tablas y figuras mediante su uso.

Dentro del cuestionario formulado para la encuesta se tomó en consideración el análisis de las 4P para poder realizar posteriormente el estudio de mercado, se estructuraron 10 preguntas de opción múltiples para posteriormente conocer el porcentaje de las respuestas de los encuestados.

1.- Rango de edad

Tabla 8
Rango de edades

Pregunta 1		
Opciones	Resultados	%
10 – 14	27	14%
15 – 19	52	26%
20 – 24	76	38%
25 – 29	45	23%
Total	200	100%

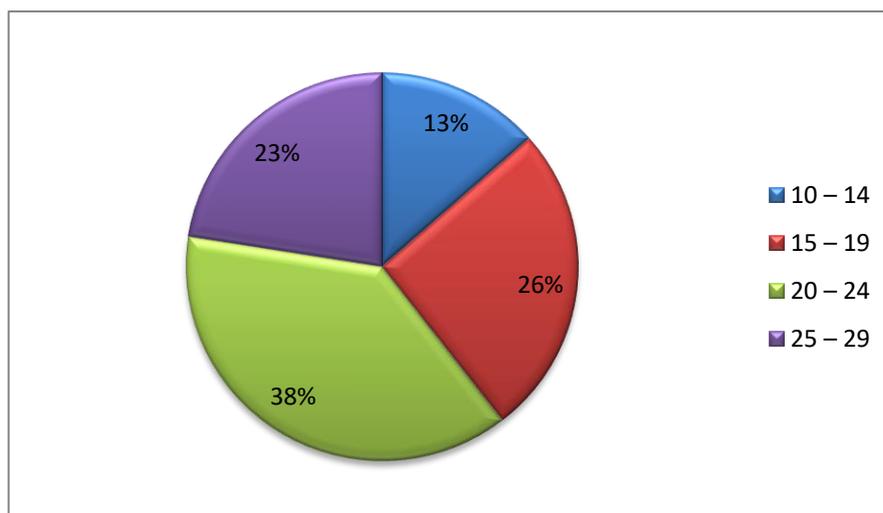


Figura 14 Rango de edades

Interpretación: Como se puede observar en la Figura 11, el mayor número de encuestados son personas que se encuentran en el rango de 20 a 24 años de edad, el cual representa un 38% del total de los 200 de la muestra, son personas con un estilo de vida más activo, dinámico y en constancia práctica.

En segundo lugar, con un 26% están ubicadas las personas de 15 a 19 años, son potenciales clientes para la microempresa, de igual manera que el rango anterior este tipo de personas está vinculadas directamente a la práctica diaria.

2.- ¿Crees que es saludable practicar un deporte extremo?

Tabla 9
Que tan saludable es el deporte extremo.

Pregunta 2		
Opciones	Resultados	%
Si	115	58%
No	85	43%
Total	200	100%

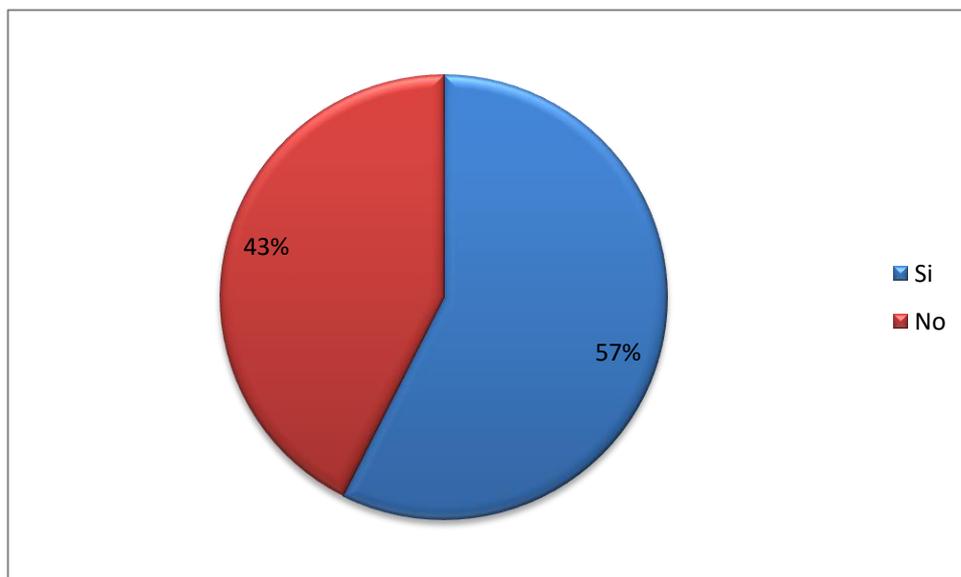


Figura 15 Que tan saludable es el deporte extremo.

Interpretación: Como indica la figura número 12, con el 58% el mayor porcentaje de aceptación en la práctica saludable del deporte extremo fue el sí, en donde se puede analizar la aprobación en la sociedad y el interés que hay por la práctica al deporte extremo, lo saludable y lo que aporte en nuestra inmunidad; el 43% fue el no, con este pequeño margen se puede concluir el no querer aceptar la práctica del deporte extremo por los riesgos que conlleva realizarlo.

3.- ¿Qué importancia le das al momento de usar algún tipo de ropa o accesorios al momento de patinar?

Tabla 10
Importancia al momento de patinar

Pregunta 3		
Opciones	Resultados	%
Poco	46	23%
Normal	73	36%
Mucho	81	41%
Total	200	100%

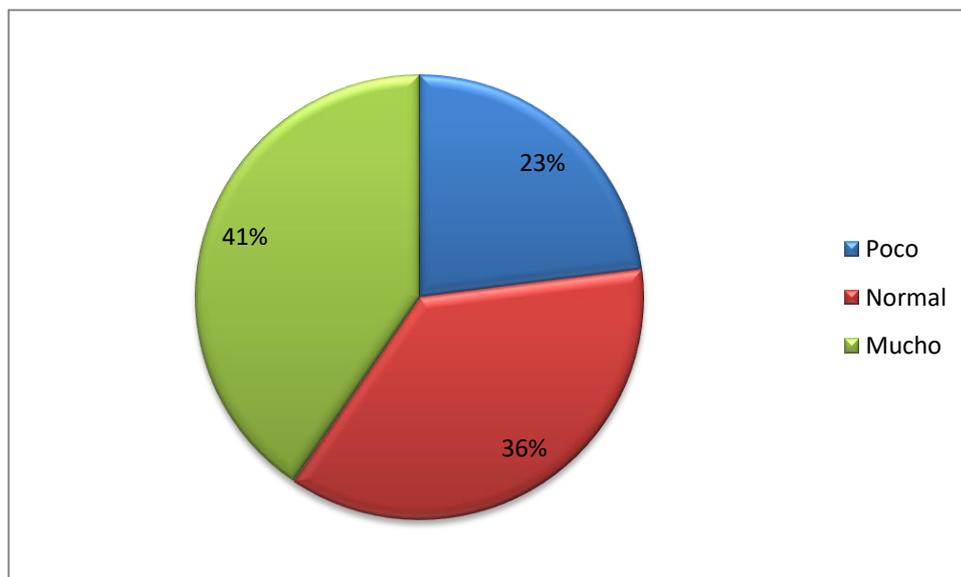


Figura 16 Importancia del uso ropa o accesorios al momento de patinar

Interpretación: Se evidencia una frecuencia alta de un 41% de la muestra, en donde demuestra la importancia al momento de usar algún tipo de ropa o accesorios al momento de patinar, por lo tanto, esto representa al proyecto una alta probabilidad de ventas y comercialización de los productos a ofertar, porque la preocupación y la satisfacción están presentes al momento de practicar este deporte; por otro lado el 36% indica que las personas o patinadores llevan una indumentaria normal o no tan preocupados al usarlas, también una continuidad baja de un 23% en donde no están totalmente enfocados en el confort para la actividad diaria.

4.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading”?

*Tabla 11
Creación de una microempresa*

Pregunta 4		
Opciones	Resultados	%
Si	165	83%

No	35	17%
Total	200	100%

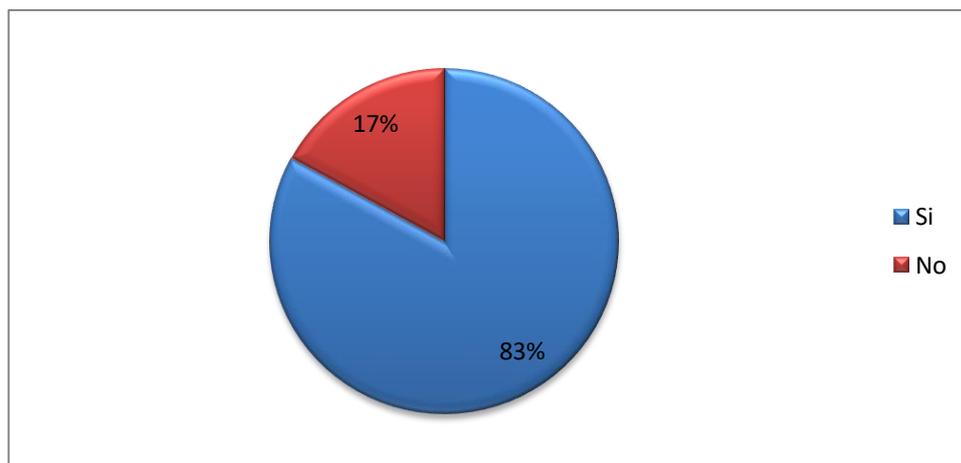


Figura 17 Creación de una microempresa

Interpretación: Se puede indicar que a partir del resultado que obtiene un 83% de aceptación por parte de los encuestados, en la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo “Rollerblading”, el interés de establecer una organización que se involucre y forme parte de la comercialización de dichos productos dentro del mercado, sumamente favorable porque estas respuestas son claves para el proyecto; no obstante, el 17% fue una respuesta negativa pero, no afectara directa e indirectamente al plan de negocio, esto quiero indicar que dentro del mercado existirá una brecha que se la manejera en el mediano o largo plazo.

5.- ¿Qué tipo de calidad estaría dispuesto a usar en nuestros productos?

*Tabla 12
Calidad en los productos*

Pregunta 5		
Opciones	Resultados	%
Baja	25	13%
Media	85	42%
Alta	90	45%

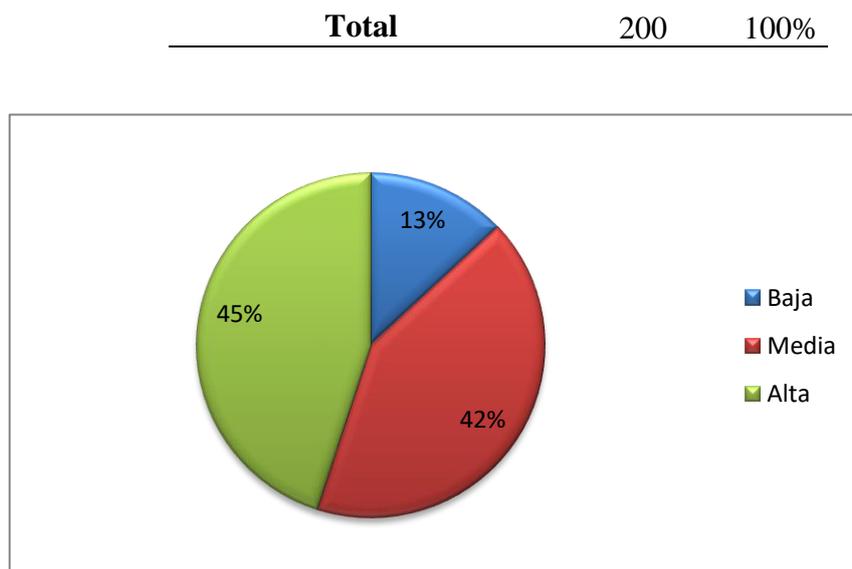


Figura 18 Calidad en los productos

Interpretación: De la muestra el 90% se inclinaron por una calidad alta en productos, esto indica el interés que existe por la comodidad y el confort al momento de patinar o estar practicando este deporte, es muy importante ya que, por parte de este proyecto la calidad va de la mano por la oferta y los objetivos planteados dentro del plan de negocio; por otro lado, el 42% aceptan una calidad media para practicar esta actividad, sin embargo, esto es de mucha ayuda porque al momento de iniciar este proyecto o en ciertas lanzamientos se puede manejar una calidad estándar o media, para poder llegar a un mercado objetivo un poco más amplio, por lo que significa la disponibilidad y el alcance económico que existe en esta participación de los futuros clientes; con un mínimo aporte a la encuesta de un 13% no están del todos concernidos en una indumentaria de media o alta calidad para lo que con lleva realizarlo de una mejor manera este deporte.

6.- ¿Con que frecuencia usas algún tipo de accesorios al momento de patinar?

Tabla 13
Frecuencia de uso de accesorios al momento de patinar

Pregunta 6		
Opciones	Resultados	%
Nunca	95	48%
A veces	60	30%
Siempre	45	22%
Total	200	100%

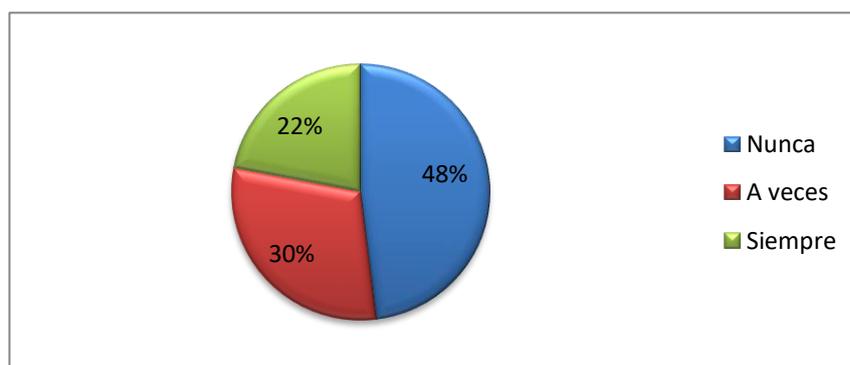


Figura 19 Frecuencia de uso de protecciones al momento de patinar

Interpretación: El 48% de los encuestados, nunca utiliza algún tipo de protección o accesorio al momento de patinar, y esto de aquí acompaña al índice de mortalidad o riesgos expuestos al no usar un tipo de protección, ya que, al estar en constate contacto físico con las caídas y maniobras extremas, el usar algún tipo de protección o accesorio es primordial para una práctica segura, es por eso, que esto rectifica la oferta de los productos de este proyecto. Si se logra enfocar en el porcentaje de las personas que usan a veces un tipo de accesorio o protección, se puede incentivar o hacer una campaña de conciencia en donde se involucre la microempresa para poder generar uno de sus objetivos, que es el de generar concepto como marca y una fidelización de los clientes.

7.- ¿alguna vez has usado ropa o accesorios hechos en el Ecuador?

Tabla 14
Ropa o accesorios hechos en el Ecuador

Pregunta 7		
Opciones	Resultados	%
Si	113	57%
No	87	43%
Total	377	100%

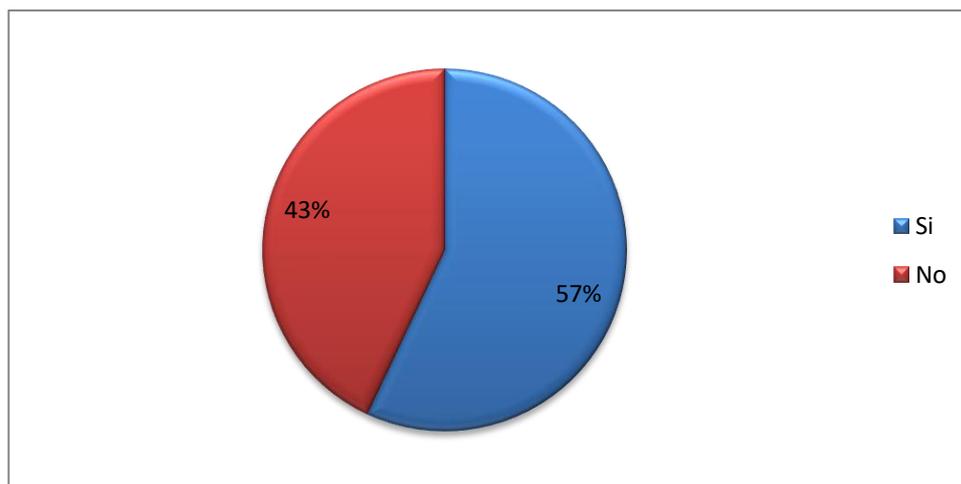


Figura 20 Ropa o accesorios hechos en el Ecuador

Interpretación: De los encuestados el 57% ha usado ropa o accesorios hecho en el Ecuador, esto confirma la tendencia dentro de la cultura Ecuatoriana por el uso de la ropa local, por lo tanto, al ser este proyecto de pre factibilidad y de fabricación de ropa y accesorios hecho el Ecuador, la captación del mercado será muy óptima para las ventas y comercialización dispuesta por los objetivos del plan de negocio, junto al marketing mix y las tendencias que se van mostrando a lo largo del tiempo, la microempresa se adaptara y dispondrá de diseños para los lanzamientos de los futuros productos. Para el 43%, se va a utilizar una campaña de redes sociales en donde se captará diferentes percepciones, de futuros clientes que actualmente no

están usando ropa hecha en el Ecuador es por eso, la influencia de este tipo de estrategia de mercadeo para la recepción total de nuestro mercado objetivo.

8.- ¿Qué es lo primero que observas al momento de adquirir un producto?

Tabla 15
Observación al adquirir un producto

Pregunta 8		
Opciones	Resultados	%
Calidad	40	20%
Precio	40	20%
Ambas	120	60%
Total	200	100%

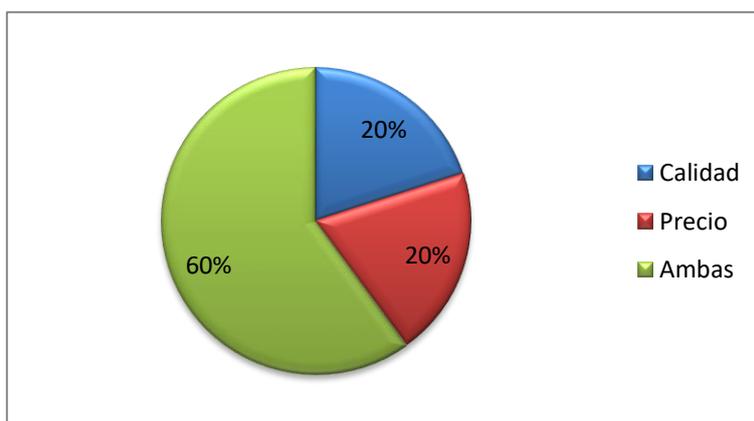


Figura 21 Observación al adquirir un producto

Interpretación: dentro de los encuestados, la mayoría se inclinó con un 60% en fijarse en el precio y la calidad al momento de adquirir un producto, esto indica que dentro de la oferta de este proyecto va a existir líneas de ropa y accesorios en donde se equilibre el precio y la calidad, para poder llegar una vez más al mercado objetivo total, por lo contrario, la calidad y el precio siempre será lo primero en tomar en cuenta un cliente es por eso, que esta pregunta fue respondida equitativamente por parte de las personas.

9.- ¿Crees que los deportes extremos disponen de suficientes medidas de Calidad y seguridad?

Tabla 16
Calidad y Seguridad en los Deportes Extremos

Pregunta 9		
Opciones	Resultados	%
Si	65	32%
No	135	68%
Total	200	100%

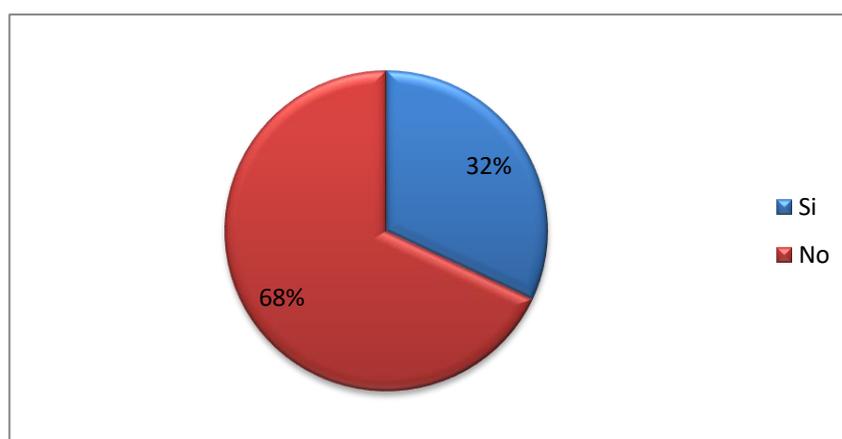


Figura 22 Calidad y Seguridad en los Deportes Extremos

Interpretación: La muestra indica que, el 68% cree que no existe como tal una seguridad y calidad en los deportes extremos ya que, a lo largo del tiempo se ha creado una tendencia o un estereotipo del riesgo y mortalidad que tolera el deporte pero, diferentes compañías y una buena gestión en incentivar el uso obligatorio de protecciones o accesorios de calidad (dentro de las practicas, en campeonatos, presentaciones de equipos, federaciones, instituciones, etc.), para poder prevenir todos estos incidentes, logrando disminuir el índice de riesgos y a su vez incrementando la práctica segura del deporte extremo; este proyecto comparte la misma visión por incorporar productos, accesorios y/o protecciones de calidad para toda la destreza que con lleva el patinaje agresivo en línea “Rollerblading”.

10.- ¿Considera usted importante implementar vestuarios y accesorios con identidad como parte de la oferta para la práctica de deportes extremos?

Tabla 17
Vestuarios y Accesorios con Identidad

Pregunta 10		
Opciones	Resultados	%
Si	130	65%
No	70	35%
Total	200	100%

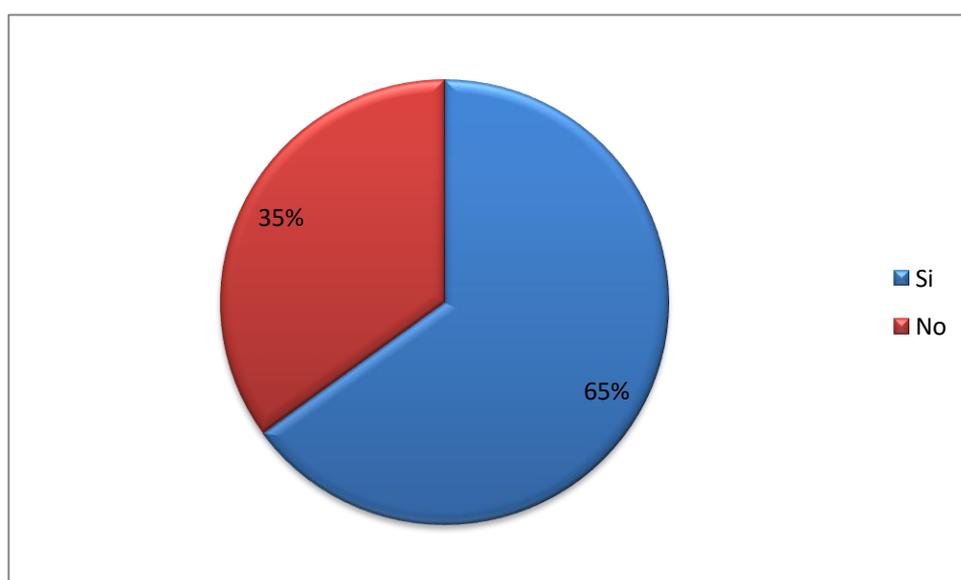


Figura 23 Vestuarios y Accesorios con Identidad

Interpretación: Se puede observar que la investigación, se ha inclinado con una aceptación del 65% de identidad en la implementación de ropa y accesorios en el deporte extremo, esto va de la mano con la visión y el enfoque del proyecto, ya que, los objetivos planteados dentro de todos los planes de la compañía es el de fomentar e incorporar un concepto como marca dentro de la modalidad del patinaje agresivo en línea, esto indica la aprobación de los objetivos que van encaminado a la productividad de la microempresa.

Análisis general de las encuestas

La encuesta se aplica a la muestra extraída de la población objeto del estudio mediante el instrumento del cuestionario a total de 200 personas, el mismo se estructura en 10 preguntas. Los resultados obtenidos se sintetizan a continuación:

Las edades que mayoritariamente fluctúan los entrevistados son de los rangos entre 15 a 20 años de edad y de 20 a 25 años, sumando entre ambos grupos un 72% que se constituyen en clientes potenciales entre hombres y mujeres.

Los encuestados aprueban la visión y objetivo que tiene la compañía mediante los datos arrojados, esto quiero indicar, que las preguntas dentro de las encuestas fueron claves para encaminar y partir con una idea de negocio más clara; el 83% de la aceptación del público en general (encuestados) con el interés de la apertura o creación de una nueva micro empresa dedicada a la fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo, por lo tanto, da una participación directa para el posicionamiento que existe en este mercado y considerando la demanda objetiva.

Respecto a la calidad, precio, producto, plaza y promoción con el compromiso y el vínculo hacia los objetivos de la micro empresa, gran parte de los encuestados dedicaron mucho más tiempo e interés en estos tipos de preguntas, ya que, con un 45% y 60% a favor de estas características o propuesta de valor importante, la inclinación por una buena fijación de precios y calidad al momento de ofertar los productos, va hacer uno de los mayores impactos que va a tener el mercado objetivo a alcanzar, esto quiere indicar que, la micro empresa entrara con una campaña muy fuerte de promoción para poder ofertar los productos sin dejar atrás la calidad y el precio. Entre las personas encuestadas, el 57% ha utilizado ropa o accesorios

producidos en Ecuador, lo que confirma la tendencia de usar ropa local en la cultura ecuatoriana. Por tanto, porque el proyecto es pre-factible y se fabrica en Ecuador. Y el mercado de accesorios para la venta y El marketing organizado de acuerdo con los objetivos del plan de negocios, junto con el marketing mix y las tendencias mostradas a lo largo del tiempo, la captura será muy ideal y las microempresas se adaptarán y diseñarán para futuros lanzamientos de productos. Para el 43% de las personas, las campañas en redes sociales se utilizarán para captar diferentes visiones de futuros clientes que actualmente no visten ropa confeccionada en Ecuador, razón por la cual esta estrategia de marketing tiene un impacto en la recepción total de nuestro mercado objetivo.

Se interpreta de manera positiva todas estas respuestas e índice de favorabilidad que existe para la creación de la micro empresa, cabe recalcar que la ubicación también será un punto estratégico para la atracción del cliente y las distinta comercialización, El sector norte y Centro de la Ciudad son los espacios elegidos para poder partir con el proyecto de negocio, ya que, este sector se encuentra en auge por las distintas vías y accesos que existen para la práctica de este deporte, no obstante, los porcentajes o cifras bajas que han sido arrojadas en el cuestionario, se cambiara ese concepto en esas personas, por la centralización y accesibilidad que tendrá la micro empresa para fortalecer ciertos puntos y retroalimentar todo lo que corresponde en la gestión de la compañía.

Se finaliza el análisis determinando por la respuesta en un 52% de los encuestados que existe el interés basado en una necesidad de utilizar estos productos, lo cual demuestra el crecimiento del interés de la población del sector de Guayaquil

en este tipo de empresa, lo que resulta beneficioso para el proyecto de creación de la microempresa de planificación y organización de eventos.

Entrevista

Por medio de esta técnica permite el dialogo entre el entrevistador (personas interesadas) y el entrevistado (quien aporta) con el principal objetivo de conseguir información que será de relevancia para el estudio de mercado del proyecto; fue dirigida a directivos o empresario de negocio de diversa actividad económica, al igual que la encuesta se formuló un cuestionario con la finalidad de filtrar los diferentes datos que fueran a proporcionar.

Ciudad: Guayaquil

Fecha: 16/10/20

Lugar: Skatepark de la Ciudad de Guayaquil

Hora de inicio: 14:45pm

Hora finalización: 15:30 pm

Nombre del entrevistado: Gino Quimi Jacome (Campeón Internacional)

Formulario

1. ¿Para usted es viable la realización de este proyecto de pre factibilidad?

Por supuesto, un proyecto así contribuye con el deporte extremo y la motivación de todos los deportistas, es de suma importancia una microempresa que este dedicada al confort de los patinadores al momento de realizar la actividad, es

viable ya que, no hay indumentaria para los deportistas extremos hecho en el Ecuador.

2. ¿Cuál será la relación costo – beneficio por la confección de ropa deportiva?

El beneficio directo es el confort y la calidad que oferta el proyecto, más allá del costo unitario y variable que conlleva una microempresa, los beneficios dentro del mercado de ropa deportiva para patinadores extremos, está en auge para poder realizar diversas tendencias hacia los deportistas.

3. ¿Qué valor económico va a llevar la inversión en activos de producción?

La prioridad por tener una gama alta de maquinarias y un buen desempeño de producción, le dará ese valor y el plus al momento de ofertar el producto terminado, sin dejar a un lado el cliente interno para poder realizar el feedback necesario, y lograr un óptimo trabajo.

4. ¿Cuáles son los costó de adquisición de la materia prima?

El principal costo es la tela y el tiempo invertido, por lo tanto, al momento de seleccionar la materia prima para el producto terminado, es el costo que se aplicara para poder tener un proveedor o materiales directos de calidad.

5. ¿Cuáles son los valores estimados para la mano de obra?

El principal valor estimado es el compromiso y la capacitación que con lleva el proceso de producción, también es importante, la ética laboral dentro de la microempresa para el desempeño organizacional.

6. ¿Cuánto es el capital viable inicial?

Dentro de una microempresa el capital será, la inversión dispuesta por parte de los creadores del proyecto para poder incursar dentro del mercado, otro aspecto es el financiamiento externo que puede sumar un gran aporte para comenzar un buen trabajo.

Ciudad: Guayaquil

Fecha: 16/10/20

Lugar: Club Rollers Unidos Ecuador

Hora de inicio: 15:40pm

Hora finalización: 16:20 pm

Nombre del entrevistado: Lcda. Gina Mora Calero

Formulario

1. ¿Para usted es viable la realización de este proyecto de pre factibilidad?

Si, este proyecto es viable porque, en la actualidad las empresas de indumentarias deportivas están acaparando el mercado, y las federaciones han abierto cupos para los deportistas extremos, es por eso, que esta microempresa acoge buenos clientes y consumidores para la oferta que están proponiendo.

2. ¿Cuál será la relación costo – beneficio por la confección de ropa deportiva?

El beneficio directo es el compromiso y la identidad que lograra la marca a largo plazo, ya que una inversión directa a la materia prima va a alcanzar una excelente calidad al momento de escoger las prendas y accesorios.

3. ¿Qué valor económico va a llevar la inversión en activos de producción?

El valor económico es la identidad y el concepto que plasmara la marca, el poder ser reconocidos dentro de la provincia Tarqui como representantes del patinaje extremo, a través de ropa y accesorios de alta calidad y así lograr un confort dentro del mercado meta.

4. ¿Cuáles son los costó de adquisición de la materia prima?

El tiempo, la movilización y el proceso en todo el producto terminado hasta llegar al cliente, es un valor económico constante para poder obtener un bien de calidad, por lo tanto, la oferta dentro del mercado será competitiva y acapara los objetivos propuestos.

5. ¿Cuáles son los valores estimados para la mano de obra?

Estos valores se los emplea de una forma muy delicada, ya que, el capital humano o el equipo de trabajo, deben estar involucrados directamente con la empresa, para poder generar una ética laboral excelente, y una motivación constante hacia la mano de obra de la microempresa.

6. ¿Cuánto es el capital viable inicial?

Un buen capital se lo maneja mediante una investigación de mercado, esto permitirá una inversión adecuada para alcanzar una alta probabilidad de éxito, por lo tanto, iniciar por una indagación de costos dentro de los proveedores y la competencia, permitirá la viabilidad inicial.

Ambos entrevistados indican que el proyecto de fabricación de ropa y accesorios en el deporte extremo es un proyecto viable, en donde permitirá captar el mercado meta, y una oferta que inyectará el mercado de una forma directa. También están indicando la importancia de la identidad dentro y fuera de las empresas como marca, para lograr un concepto dentro del patinaje extremo, esto llevara a que dentro y fuera de la parroquia Tarqui estén identificados con la marca, por lo tanto, hay que invertir en una buena adquisición de materia prima para poder entregar un producto terminado de calidad, esta inversión generara un valor económico como empresa y en todo el proceso de producción para ofertar bienes de alta calidad.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. Microambiente

El análisis FODA permitirá visualizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto de investigación, con esto se busca determinar, ventajas que existen sobre la competencia ubicadas en el sector del cantón Guayaquil, de igual manera sus desventajas. En la actualidad es de carácter obligatorio la realización de este tipo de análisis, porque de ello dependerá la microempresa aproveché las oportunidades que se presenten en el mercado, y logré superar cualquier amenaza que se presenten (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).



Figura 24 Análisis FODA

La diversidad de personas encuestadas y distintas perspectivas abarcadas en las preguntas de las herramientas de investigación, servirán para realizar un buen análisis (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). De esta manera se podrá cumplir con los objetivos definidos al inicio del presente trabajo de investigación.

Tabla 18
Análisis FODA

Análisis de FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Personal capacitado ● Maquinarias en buen estado ● Localización estratégica ● Calidad en los productos y accesorios ● Conocimiento del mercado objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Buena calidad de proveedores de insumos ● Precios competitivos ● Mercado nuevo en auge. ● Poca competencia ● Buena aceptación de los consumidores ● Adaptación a las nuevas tendencias
Debilidades	Amenazas

- La competencia comercializa productos similares
 - Infraestructura inadecuada
 - Falta de competitividad
 - Nuevos competidores
 - Aumento constante de precios de materia prima por situación económica del país
 - Daños de los activos por parte de terceros
-

4.2.2. Macro ambiente

En el presente trabajo de investigación se elaboró un análisis actual de la organización, un diagnóstico situacional para definir el entorno externo e interno que abarcan a la microempresa de fabricación de ropa y accesorios en el Deporte Extremo Rollerblading. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Estos factores externos por lo general están fuera del control de la organización y, muchas veces se presentan como amenazas y a la vez como oportunidades (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

En el ámbito político las leyes en el Ecuador, como es la Constitución, la ley de compañía, La ley del Deporte, Educación Física y recreación, y el Ministerio del Deporte regulan las actividades, empresas o microempresas de deportes en general y en este caso los deportes extremos, siendo las normas legales encargadas de velar el correcto desempeño de las empresas; en el sector económico por las en esta situación el análisis PEST se realizará específicamente para el proyecto del trabajo de investigación. Teniendo en cuenta que los factores externos tienden a ser interminables, se deberá dar prioridad y seleccionar los factores que tienen relevancia en el sector en cual se desarrollará la microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el Deporte Extremo Rollerblading (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Factor Político

El objetivo central del Gobierno Nacional es alcanzar el Buen Vivir de la población Ecuatoriana, siendo una de las principales estrategias la práctica del deporte y la actividad física por su contribución al desarrollo integral de las personas desde el punto de vista de la prevención de enfermedades y la generación de externalidades positivas tanto en términos sociales como económicos.

Para el cumplimiento de sus funciones, El Ministerio de Deportes se regirá por la base legal vigente, a continuación se detallan varios fragmentos legales aplicables en el desarrollo de las actividades de la institución: La Constitución Política de la República establece que: “Art. 49.-Los niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes al ser humano, además de los específicos de su edad.

El Estado les asegurará y garantizará el derecho a la vida, desde su concepción; a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social, a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social, al respeto a su libertad y dignidad, y a ser consultados en los asuntos que les afecten”.

“Art. 82.-El Estado protegerá, estimulará, promoverá y coordinará la cultura física, el deporte y la recreación, como actividades para la formación integral de las personas. Proveerá de recursos e infraestructura que permitan la masificación de dichas actividades y auspiciará la preparación y participación

de los deportistas de alto rendimiento en competencias nacionales e internacionales, y fomentará la participación de las personas con discapacidad”.

Según el artículo 14 de la Ley del Deporte Ecuatoriano, de las funciones y responsabilidades del Órgano Rector indica que es el encargado de ejecutar políticas del deporte, educación física y recreación, por cuanto el Ministerio del Deporte ha dictado las siguientes políticas deportivas según los problemas encontrados en todo el territorio ecuatoriano.

El artículo 381 de la Constitución Política de la República establece que “El estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paralímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán a control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa”.

Factor Económico

El Banco Central del Ecuador presenta la primera revisión a la estimación de crecimiento económico para 2020, publicada el 03 de junio del presente año, cuando anunció que el decrecimiento se ubicaría entre 7,3% y 9,6%. Sobre la base de la información proporcionada por el Ministerio de Economía y Finanzas y otras fuentes

del sector público y privado, se prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) para 2020 registre un decrecimiento interanual de 8,9% (PIB de USD 65.535 millones en valores constantes), tasa que se encuentra dentro del rango presentado en junio pasado.

El año 2020 se caracterizó por la suspensión temporal de actividades productivas, debido a la pandemia del covid-19 y la paulatina recuperación de los principales socios comerciales del país. Como es de conocimiento general, el 16 de marzo de 2020, el Gobierno Nacional promulgó el Decreto Ejecutivo No. 1017, mediante el cual se declaró el estado de excepción por calamidad pública en el territorio nacional, el mismo que fue renovado en dos ocasiones y finalizó el 13 de septiembre pasado. A partir de entonces, se flexibilizaron las medidas de confinamiento y se retomaron las actividades económicas de manera progresiva.

Para 2021 se estima que la economía se recupere y crezca 3,1%, equivalente a un Producto Interno Bruto (PIB) de USD 67.539 millones en valores constantes, esta recuperación de la economía ecuatoriana será dinamizada principalmente por el Gasto de los Hogares, que se incrementaría en USD 3.441 millones, por mayores importaciones de bienes de consumo (USD 136,2 millones) y un incremento en las remesas recibidas (USD 272,5 millones).

Las exportaciones de bienes y servicios aumentarían USD 1.095,2 millones, con la expectativa de recuperación en la venta de petróleo crudo y derivados, así como de los productos no petroleros, en particular banano y plátano, camarón y cacao, que mantendrían la dinámica de crecimiento.

Por su parte, las importaciones de bienes y servicios crecerían en 3,2% frente a 2020, porcentaje que corresponde a USD 936,6 millones. Esto se explicaría por una mejora en el dinamismo de la economía interna.

En cuanto a la Formación Bruta de Capital Fijo para 2021 se prevé una reducción en la inversión pública de USD 171,2 millones, mientras que la privada subiría en USD 114 millones.

Factor Social

Ecuador es un país rico en costumbres y tradiciones las cuales pueden variar dependiendo de la ubicación pero existen actividades comunes en donde son practicadas alrededor del Ecuador, en esta caso los deportes, estas actividades son dedicadas una mayor parte de ocio en horas empleadas a la semana, para poder desvincularse de las responsabilidades diarias, es por eso, que los Deportes Extremos dentro del Ecuador va de la mano en diferentes localidades y ciudades del país; Guayaquil puerto principal de actividades y recreaciones, es el punto idóneo para la práctica y masificación del Rollerblading.

Dentro del Ecuador existen varios “Skateparks” (Parque de patinaje) o espacios en donde se puede dedicar a la fomentación y/o práctica del deporte extremo, actualmente en la Ciudad de Guayaquil existen 4 skateparks alrededor de la urbe, el primero está localizado al frente del centro comercial “Mall del sol” en la avenida Juan Tancamarengo, el segundo está ubicado diagonal al Terminal Terrestre de Guayaquil (Sector norte de la ciudad), el tercero está ubicado en el Estadio Ramón Unamuno , calle Capitán Nájera (sector Centro-Sur) y el Ultimo está ubicado en el

Parque “Samanes”; en donde todos estos lugares, disponen de más espacios alrededor de la pista para la práctica del patinaje en todas sus modalidades y edades.

Factor Tecnológico

Al presente todo va evolucionando e incluso la forma de desarrollarse el marketing, la mayoría de los negocio hacen publicidad por medio del internet pero particularmente en las redes sociales, estas permiten la creación gratuita de una fan page, venta, compra y promoción de los productos y/o servicios que generan demanda, considerando que el mayor beneficio es la gran apertura para generar un posicionamiento en el mercado.

Existen avances tecnológicos en todos los sectores tanto en equipamientos como en sistemas informáticos, se podría inferir que existe un accesorio, electrodoméstico, utensilio, máquina o equipo para realizar diferentes actividades reduciendo costos, personal, tiempo y merma; así mismo la automatización de los sistemas informáticos para la generación de pedidos, cobros, planificación, etc.

4.2.3. Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Mediante el análisis de la oferta se determina o se mide las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto del servicio, los apoyos gubernamentales

a la producción, etc. La investigación de campo que se haga toma en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en el que se desarrolla el proyecto. En la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta. (Baca, 2010)

Las condiciones del mercado en el que se desenvolverá la microempresa Clica Blader, se analizarán en primer lugar las características de la competencia, aquel grupo de oferentes que participan en el sector, con sus productos, precios, condiciones y facilidades de contratación. Este análisis permitirá, junto con la demanda, establecer el tamaño del mercado potencial en el que se actuará, es decir, el nivel de participación o brecha existente en el mercado, en función de la capacidad del proyecto

Es necesario recalcar que, según datos recolectados, los dueños de marcas dentro del Ecuador se preocupan por el bienestar de los patinadores y aproximadamente adquieren fabrican 200 prendas y accesorios anualmente.

$$\text{Oferta} = \text{Número de empresas} * n$$

$$\text{Oferta} = 3 * 200$$

$$\text{Oferta} = 6.00$$

n = Número promedio de veces que realizan eventos las empresas de manera anual.

4.2.4. La demanda

El análisis de mercado implica la cuantificación de la demanda potencial insatisfecha del producto o servicio, a partir de allí, en el presente trabajo de investigación, se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. La cuantificación de dicha necesidad lleva necesariamente a la aplicación de la metodología. (Baca, 2010)

La demanda de un bien o servicio depende de los factores relacionados tanto con el cliente como del entorno inmediato. Por ejemplo, necesidad sentida del bien o servicio, capacidad adquisitiva, disponibilidad del bien o servicio en el punto de venta, duración del bien o servicio, normas y reglamentos que regulan el consumo y características culturales de la comunidad. (Méndez, 2012)

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado presentado en el capítulo tres de la presente investigación, se logra visualizar que el 52% de los entrevistados están interesados en adquirir productos o servicios para el Deporte Extremo Rollerblading; por lo tanto, si extrapolamos esa estimación al parámetro poblacional considerado en la investigación de 1'342.233 habitantes en la Parroquia Tarqui, se estima que la posible demanda global en este tipo de bienes es de 751.650 interesados.

$$\textit{Demanda global} = \textit{Número de habitantes} * 56\%$$

$$\textit{Demanda global} = 1'342.233 * 56\%$$

$$\textit{Demanda global} = 751.650$$

4.2.5. Demanda insatisfecha

Con los datos expuestos anteriormente, lo cual genera una gran brecha o demanda insatisfecha de 751.650 personas que no tendrán casas térmicas.

$$Demanda\ insatisfecha = Demanda\ global - oferta$$

$$Demanda\ insatisfecha = 751.650 - 600$$

$$Demanda\ insatisfecha = 751.050$$

4.2.6. Producto

La microempresa de fabricación de ropa y accesorios, tiene como finalidad de satisfacer las necesidades e inquietudes de todos sus clientes, pues son ellos que se encargaran de medir la calidad de los productos. La fabricación y su comercialización tienen varios procesos y etapas que sigue, desde la creación de una idea, la implementación de algún prototipo hasta su gestión, innovación y distribución, pues es un negocio de constante evolución (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

Realización de diversos tipos de actividades, espacios y/o eventos que masifica y concientice el deporte extremo. El proceso de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo busca ofrecer calidad en todos sus productos y un servicio acorde a las necesidades del cliente; el personal será cortés y atento con los clientes (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

Proyección de ideas, prototipo, creación e implementación de materiales terminados, preparación de equipo y espacio de trabajo, prueba de calidad (materia

prima durante y finalizado el proceso de fabricación), empaquetado y distribución final (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

Los clientes, podrán acceder a todos los productos y accesorios de manera física en un local comercial, a su vez, se constara con vía telefónica y a través de las redes sociales. Con la oportunidad de escoger acorde a su necesidad, disciplina y tipos de ejercicios o maniobras a realizar, calidad y precio, el cliente tendrá una cartera de opciones disponible para el uso diario de las actividades a practicar. Estos productos pueden ser adquiridos por patinadores y personas particulares que comiencen con la práctica de este deporte (Silva Ojeda & Tomala Tolozano, 2020).

El local estará ubicado en el sector norte de Guayaquil, aprovechando las áreas de patinaje y los skateparks de la ciudad para una excelente aproximación de estrategia de distribución, en la avenida Juan Tancamarengo frente al centro comercial “Mall del Sol”. Con una extensión de 18m² la entrada constara con letrero de presentación de la empresa, vitrinas de vidrios para la exposición de los diferentes productos y accesorios, y un acabado hacia el deporte extremo en la fachada del local; dentro del local la decoración y presentación con la calidad a ofertar , es primordial, ya que, la carta de presentación será los atributos de los productos, luego se colocará un escritorio para la atención al cliente de acuerdo a las necesidades del evento a efectuarse, en la pared posterior se montará un televisor para mostrar videos del deporte extremo y todos sus beneficios que ofrece, a manera de captar clientes (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Por el tipo de bien a ofertar, se debe contar con un espacio amplio para denotar los diferentes tipos de maquinarias y demás con los que se cuenta, así mismo contar

con recursos tecnológicos para que el cliente pueda visualizar o darse la idea de los productos a impartir.

Los colores de la marca serán blancos, celestes y negros. El negro representa el compromiso de la marca de ofrecer un producto de calidad y elegante, este color se lo asocia a la etiqueta, lo sofisticado, la elegancia, es lo que buscamos que los clientes perciban de nuestra marca. El color celeste simboliza lo fresco, lo transparente, es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. El blanco representa la igualdad, la pureza, el compromiso de la marca con el cliente de realizar un evento que cumpla con todas sus necesidades (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).



Figura 25 Isologo de la microempresa

Producto secundario

Reconocimiento y promoción de la Compañía a través de la venta de ropa y accesorios; a su vez, la compañía formara un equipo de patinadores, en donde se generaran ventas a partir del marketing influidos en diferentes eventos nacionales e internacionales, añadiendo a esto la difusión en redes sociales.

Producto complementario

Servicio de asesoramiento y enseñanza en clases particulares y presentaciones de los eventos anuales.

Valor añadido

- Diseños únicos limitados, ligados a las tendencias o corrientes que van apareciendo paulatinamente.
- Calidad y fabricación hecha en Ecuador, de patinadores para patinadores.
- Materia prima seleccionada, bajo un estándar de pre-selección.
- Asesoramiento con experiencia de las necesidades del cliente.

4.2.7. Precio

Para la realización de la Tabla 25 se analizó y recolectó información de dos empresas dedicadas a la fabricación de ropa y accesorios del patinaje en línea agresivo, se tomó como base para los precios referenciales por ser empresas con una larga trayectoria trabajando en el sector de fabricación de indumentaria y accesorios, cabe recalcar que es una estimación de precio por los diferentes “productos” a ofertar ya que estos pueden variar de acuerdo a las necesidades o solicitado por el cliente,

así como el precio va a estar ligado a la tendencias o corrientes que van apareciendo paulatinamente.

Tabla 19
Precio referencial

Producto	Clica Blader	Guayakill patina	Bros on wheels
Producto# 1 ÁPENDICE C Camiseta	\$ 13 por und	\$ 18 por und	\$ 22 por und
Paquete # 2 ÁPENDICE D Buzo	\$ 15 por und	\$ 20 por und	\$ 25 por und
Paquete # 3 ÁPENDICE E Mochila	\$ 28 por und	\$35 por und	\$ 40 por und
Paquete # 4 ÁPENDICE F Varios	\$ 15 por und	\$ 23 por und	\$ 25 por und

4.2.8. Comercialización

Análisis y estudio del sector

- **Tipos de empresas**

En el presente proyecto de investigación se ha analizado los tipos de empresas que existen alrededor de la zona seleccionada, se pueden encontrar empresas públicas y privadas.

Tabla 20
Empresas en el sector norte de Guayaquil (Av. Juan Tancamarengo)

	Entidades Públicas		Entidades Privadas		
Consulado General de los Estados Unidos	Banco del Pacifico	Claro	Mall del Sol	Netlife	Expresito

Centro Empresarial las Cámaras	Telconet	Registro Civil	DOLMEN S.A	Graiman	DATAFAST S.A
TC Televisión	Cámaras de Industrias	Colegio de Américas	Innobis	Hilton Colon	Sheraton Guayaquil

En la Tabla 17 se hace mención de un número reducido de las empresas identificadas en la zona, de las cuales representa un número significativo de posibles clientes tanto la empresa como sus empleados, así como los habitantes y transeúntes del sector.

- **Distribución geográfica**

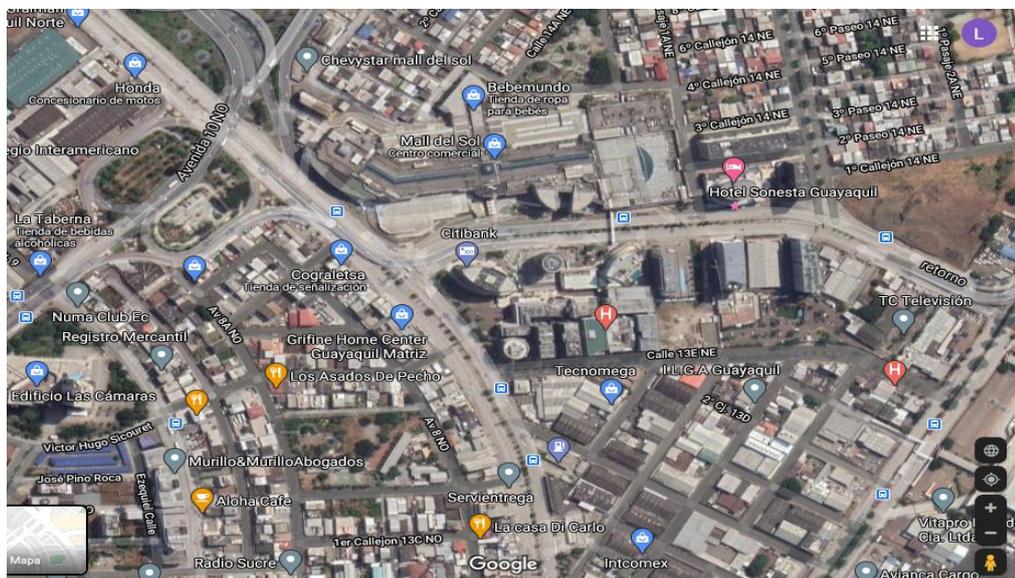


Figura 26 Distribución geográfica

Entorno, ámbito geográfico o área de influencia

La Provincia del Guayas cuenta con 2'291.158 habitantes, de los cuales solo 1'342.233 representa nuestra población objetiva según el rango de edad que va desde los 10 años hasta los 35 años tanto hombres como mujeres, los cuales poseen un

nivel socioeconómico medio o medio alto; resultando un número de muestra de 270 entrevistas realizadas, de ellas un 66% son hombres y un 34% mujeres.

En la zona norte del cantón Guayaquil se pueden encontrar diferentes actividades económicas de las empresas cercanas al lugar designado para la ubicación de la microempresa de fabricación de ropa y accesorios, estas actividades son de carácter educativo, bancario, alimenticio, comercio al por mayor y menor, transporte, comunicación, financieras y seguros, actividades de salud humana, comercial, alojamiento, ocio y recreación, público.

Se ha seleccionado un lugar norte de la ciudad de Guayaquil específicamente en la avenida Juan Tancamarengo, la zona cuenta con un fácil acceso a los servicios básicos otorgado por las empresas contratadas por el estado y el servicio de internet contratación privada. El espacio cuenta con un área de estacionamiento pública facilitando la entrada y salida de los equipos, mobiliarios y demás; así mismo las calles principales o secundarias se encuentran en óptimas condiciones para la circulación.

En relación a la infraestructura, esta debe tener los permisos necesarios para su funcionamiento, los cuales son otorgados cuando se cumple con las especificaciones establecidas, como los tipos de suelos necesarios para la actividad, composición de paredes, medidas y ubicación de equipos y muebles, conexiones de gas, puerta de emergencia, entre otras.

Competencia

- **Competencia Directa**

La competencia más directa es una microempresa Guayakill Patina que oferta productos similares a la del proyecto, donde se ha analizado ubicar el local de la microempresa Clica Blader, cuenta con un local con dimensiones necesarias para poder hacer exhibición de las posibles líneas de ropas y accesorios para la venta de productos para deportes extremos. También le podemos añadir como competencia directa a Marathon Sports y Kao Sports, estas dos grandes empresas también fabrican y comercializan productos y accesorios similares a la disciplina del proyecto, como a su vez productos de ventas directas al mismo mercado.

- **Competencia Indirecta**

Actualmente dentro de la zona se encuentra múltiples negocios que brindan productos hacia otra rama de deportes extremos, pero que capta la atención del mismo mercado que va dirigido el proyecto, es por eso la consideración como competencia, hablando como empresas de skateboarding y surf; se le añade también a la impartición de clases particulares por diferentes patinadores con un gran trayectoria, afectando así a unos de los productos o servicios complementarios hacia nuestro equipo de patinadores o de trabajo.

Empresas proveedoras

Tabla 21
Empresas proveedoras

Categorías		Proveedores	
Servicios Básicos	CNEL	Interagua	CNT
Telecomunicación	TvCable	Claro	Telconet

Plásticos	MARI & PLAST	Plásticos Chempro	Plastiquil
Imprenta	Albocopias	Disgrafic	Imprenta Servigraf
Textil	Gentex	Casa Lulú	Turko
Confección	Freddy Peñafil	Benavidez Confecciones	Zurcir Confección
Productos de limpieza, supermercado, alimentos	Mi comisariato	Hipermercados El Coral	JYM
Productos químicos	Droguería Kronos	Químicos Cevallos	Nueva Selecta

Cientela Potencial

De acuerdo a la investigación se detectó a través de la encuesta realizada a nuestra muestra los siguientes datos:

De 200 encuestados un 66% fueron hombres y 34% mujeres dentro de nuestro rango de edad establecido en la población que va desde 10 años hasta 35 años de edad, reflejado un número mayor de encuestados que van desde 15 a 25 años; al segmentar la población permitió obtener una información veraz pues representa el PEA.

La encuestas reflejaron un nivel de aceptación del 68% para la ubicación de la oficina de la microempresa Clica Blader dada las comodidades de acceso a la zona norte y relevancia económica del cantón Guayaquil; según el INEC existen más de 53% empresas registradas que ejercen en el norte de la ciudad.

Se determinó que la población objetiva para este proyecto pertenece a un nivel socioeconómico medio – medio alto, representando a un 13% de la población. Los resultados de las tabulaciones dieron a conocer que un 47% de los encuestados

asisten u organizan un evento sea este social u otro índole mensualmente, un 83% esta de acuerdo con la creación de una micro empresa de fabricación de ropa y accesorios para el patinaje agresivo en línea y el 57% está dispuesto a utilizar y comprar ropa y accesorios hechos en el Ecuador, esto indica que los índices son favorables para la puesta en marcha del proyecto.

El 60% de la muestra reflejó que están dispuestos a la adquisición de estos productos y accesorios ligados al precio y calidad, estos dos factores son la base y los pilares de oferta y presentación para las diferentes distribuciones, logrando acaparar el mercado objetivo con una identificación y fidelización de la marca, para poder así, llegar a los objetivos planteados por el estudio financiero.

4.2.9. Promoción

Duración

Se plantea una campaña publicitaria para los meses de Junio y Agosto, considerando que los eventos o campeonatos se darán por estas fechas, los patinadores estarán en práctica durante algún tiempo, es en donde se va a intensificar a promocionar la marca. Durante estos 2 meses nuestros clientes potenciales serán más susceptibles a las publicidades en los distintos medios.

Objetivos

- Diseñar campaña publicitaria para la red social Facebook.
- Posicionar a la marca en el mercado, como nueva microempresa su principal debilidad es que los consumidores no la conocen.
- Captar nuevos clientes, a través de la campaña publicitaria.

- Dar a conocer ofertas que brinda la marca durante el tiempo que está activa la campaña.

Campaña

Se pudo observar en los resultados de la encuesta que nuestra muestra promedia una edad joven de los 15 a 25 años, es por esta razón que la campaña estará dirigida a Facebook e Instagram. Se ha demostrado a través de estudios que las personas pasan más de una hora al día, por razones personales, laborales o sociales. Es por esta razón que la campaña está dirigida a las redes sociales, además de su bajo costo para realización.

Con un total de 22 publicaciones durante los 2 meses de duración de la campaña dirigida a la red social Facebook, se espera un alto nivel de captación de nuevos clientes.

Presupuesto

Facebook ofrece facilidad para los negocios se den a conocer por esta red social, con un presupuesto de \$100 dólares se obtendrá un alcance de 10.000 personas, con la finalidad de que las publicaciones serán compartidas con amigos y familiares, y el alcance real será mayor al proyectado por Facebook.

Plan de publicación

Tabla 22
Plan de publicaciones para el mes de febrero del 2020

Mes	Junio			
Semana	Del 3 al 8	Del 10 al 15	Del 17 al 22	Del 24 al 29
Días	Jueves, Viernes y Sabados	Martes, Jueves y Sábado	Lunes, Miércoles y Viernes	Martes, Jueves y Sábado
Horario	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.
Numero de publicaciones	3	2	2	3

Tabla 23
Plan de publicaciones para el mes de Agosto del 2020

Mes	Agosto			
Semana	Del 2 al 7	Del 9 al 14	Del 16 al 21	Del 23 al 28
Días	Lunes, Miércoles y Viernes	Martes, Jueves y Sábado	Lunes, Miércoles y Viernes	Martes, Jueves y Sábado
Horario	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.	Entre las 10:00 y las 11:00 para la mañana, y a las 17:00 antes de la hora de salida.
Numero de publicaciones	3	2	2	3

Imágenes para las publicaciones



Figura 27 Camiseta de Colores logo Clica Blader



Figura 28 Buzo Negro logo Clica Blader



Figura 29 Buzo Negro logo Clica Blader



Figura 30 Camiseta negra logo Clica Blader



Figura 31 Termo logo Clica Blader



Figura 32 Termo logo Clica Blader



Figura 33 Camiseta Blanca, termo y vaso Clica Blader

Tabla 24
Presupuesto de campaña publicitaria

Medios Publicitarios	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Medios digitales				
Facebook	Campaña publicitaria para alcance de 10.000 personas	Duración de 2 meses	\$ 100,00	\$ 100,00
Material pop				
Camiseta Colores	Diseño limitado con cuello tipo redondo, tallas M y L con el Logo Clica Blader (Solo letras).	X unidad	\$ 13,00	\$ 13,00
Camiseta Negra	Con cuello tipo redondo, tallas M y L con el Logo Clica Blader (Solo letras).	X unidad	\$ 13,00	\$ 13,00
Camiseta Blanca	Con cuello tipo redondo, tallas M y L con el Logo Clica Blader Clásico.	X unidad	\$ 10,00	\$ 10,00
Buzos	Con cuello tipo redondo, tallas M y L con el Logo Clica Blader (Solo letras).	X unidad	\$ 15,00	\$ 15,00
Termo	Para bebidas frías y calientes con el logo Clásico de Clica Blader.	X unidad	\$ 12,00	\$ 12,00
Jarra Para Café	Para bebidas calientes con el logo Clásico de Clica Blader.	X unidad	\$ 8,00	\$ 8,00

4.3. Estudio técnico

En el estudio técnico se consideran todos los aspectos técnicos operativos relacionados con el uso eficiente de los recursos adecuados para la producción de un bien o servicio. En del presente proyecto de investigación, también permite verificar la factibilidad de cada aspecto, que comprende el estudio técnico.

En el presente estudio se analiza y selecciona los materiales, equipos, y las instalaciones necesarias para la realización del proyecto de creación de la microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el patinaje agresivo en línea, y en consecuencia todos los costos de inversión y de operación necesarios. La importancia de este estudio radica en la posibilidad de llevar a cabo una cuantificación económica de los aspectos técnicos del proyecto, que permitan una valoración exacta o aproximada de los recursos requeridos.

Otro aspecto relevante del estudio técnico busca que toda empresa logre la minimización de los costos y optimizar los recursos empleados para la producción de bienes o servicios, logrando ser efectivos en un mercado específico, ya que también permite ser más competitivos sin dejar de lado la innovación. En por esto que en todo proyecto debe de realizarse un estudio técnico, teniendo en cuenta los otros estudios que son complementarios para tomar las mejores decisiones sobre las opciones que arrojen las investigaciones (Vasquez, 2015).

El estudio técnico se subdivide a su vez en cinco partes que son: dimensiones y características; la localización del proyecto; la tecnología del proceso producto; ingeniería del proyecto y maquinarias y equipos.

Determinar las dimensiones responde a las necesidades y características, los recursos necesarios, tamaño de los equipos, las áreas que conforman el servicio. La localización consiste en seleccionar el lugar adecuado que le permita a la empresa alcanzar los resultados máximos esperados, teniendo en cuenta las fuentes de insumos, las competencias, la orientación al cliente, la accesibilidad del lugar, entre otros aspectos.

La utilización de tecnologías del productivo o servicio, se refiere a la calidad y cantidad de materiales y equipos proyectada. En la ingeniería del proyecto, se tiene en cuenta la descripción de los procesos en relación al servicio a brindar. Las materiales y maquinarias requeridas para desarrollar la actividad propia de la microempresa.

4.3.1. Dimensión y características

Las dimensiones están relacionadas con el tamaño o magnitud del proyecto y puede expresarse de diferente manera, por ejemplo: en función de la producción en un periodo determinado (5 toneladas/mes), según el monto de la inversión, según el número de empleos generados, según la cobertura geográfica del mercado (local, departamental, nacional, internacional).

Es conveniente tener en cuenta la dinámica del mercado, de lo contrario pueden presentarse situaciones en donde por un tamaño sobredimensionado se genera capacidad ociosa o, al contrario, si el tamaño es muy ajustado al mercado actual desconociendo la evolución, puede llevar a replantear el proyecto a muy corto plazo (Méndez, 2012).

Para el presente proyecto de creación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading”, de acuerdo con los resultados del estudio de mercado se determina las dimensiones en correspondencia a la demanda insatisfecha establecida y a la participación del mercado que se aspira a alcanzar, es decir la oferta del servicio a satisfacer.

	Toma corriente 110v		Lámpara EXIT
	Interruptor		Letrero de Riesgo eléctrico
	Iluminaria		Alarma de humo
	Punto de teléfono		Botiquín de Emergencia
	Toma corriente 220v		Extintor PQS
	Caja de conexión elec		Cámara de vigilancia

Figura 34 Simbología

4.3.2. Localización del proyecto

Una localización óptima para el proyecto de creación de la microempresa de fabricación de ropas y accesorios, ayudará en mayor medida a que se alcance mejor tasa de rentabilidad sobre capital o permitirá obtener el costo unitario mínimo. Es por esta razón se escogido una zona donde está ubicada la demanda en la ciudad de Guayaquil, en función que se facilite el acceso al negocio del consumidor.

La ubicación propuesta de la microempresa, considerando que se oferta un producto que está enfocado hacia el cliente, por ello se decidió que sea un lugar al norte donde transitan muchas personas, esto brinda la facilidad de visibilizar el nombre, la marca y los servicios, es decir en lugar estratégico porque en su entorno existen centros comerciales, empresas, instituciones educativa, instituciones financieras, y especialmente es de fácil acceso.

Otro factor que se tiene en cuenta es la cercanía de diversos proveedores, como son las distribuidoras, locales, y diferentes servicios. Es necesario destacar que por estar ubicado en la zona norte hay la facilidad de acceder a los servicios básicos y de comunicación, como internet, televisión por cable, telefonía, etc.

terminos, etc.; así mismo son el medio que se utiliza en la promoción y publicidad, gestión del cobro, el proceso contable y de gestión del talento humano.

Tabla 25
Equipos tecnológicos

No.	Descripción	Cant	Total
1	Aire acond Premier 24000 btu split inverter	1	\$ 550,00
2	Celular huawei Y5 2019 32gb azul	1	\$ 151,89
4	Impresora multifunción Epson A3 con Tinta para Sublimar	1	\$ 1200,00
5	Laptop / notebook hp 240 g7 Celeron n4000 1.1ghz - 4gb-500gb-nodvd-14"-free dos	1	\$ 312,86
6	Licencia antivirus Eset nod32 oem, suscripción anual para plataforma Windows	1	\$ 11,79
7	Licencia Microsoft office 365 business premium esd suscripción 1 año	1	\$ 152,04
8	Plotter para sublimar	1	\$ 1500,00
9	Máquina para Estampar Formato A3	1	\$ 1350,00
10	Plotter de Corte "Siluet" Formato A4	1	\$ 1450,00
11	Máquina para Estampar Termos y Tazas	1	\$ 380,00
		Total	\$ 7058,00

4.3.4. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la presentación de un servicio.

La transformación de insumos en productos mediante una técnica determinada de combinación de factores como mano de obra, equipo, insumos materiales, métodos y procedimientos, constituye el proceso de producción; en consecuencia, dependiendo

de la forma como se haga esa transformación obtendremos distintos procesos (Miranda, 2012).

En esta etapa del estudio técnico, se describe el proceso de servicio de la microempresa, así como los subprocesos que lo componen, detallándose los procedimientos en cada caso, que permiten a la microempresa entender el: ¿qué se hace?, ¿cómo se hace? y ¿con qué se hace? Para ello se utiliza como técnica el diagrama de procesos, que no es más que la representación esquemática del diseño que tendrá el proceso de servicio de la microempresa “Clica Blader”.

Procedimiento

Propósito

Por medio de este proceso se analizará todos los aspectos relevantes para posteriormente su ejecución, cumpliendo y asegurando del éxito del proceso de ventas y asesoramiento para una elección optima, al momento de adquirir alguna prenda o accesorio.

2. Alcance

Esta fase se aplicará a todos los clientes que estén interesados en el producto, o concepto como marca.

3. Políticas de operación

3.1. Se cumplirá con lo estipulado en el contrato, en caso de requerir con un producto adicional se cobrará posteriormente.

3.2. Se entregará el producto terminado al cliente.

3.3. Si existes daños o alguna falla de fábrica al momento de adquirir el producto, la compañía procederá con el cambio de mercadería.

4. Diagrama del procedimiento



Figura 36 Organigrama del proceso de ventas

5. Descripción del procedimiento

5.1. Recepción de pedido: El cliente solicita un producto, la compañía verifica el stock y disponibilidad, para a su vez indicar la respuesta al cliente.

5.2. Disponibilidad del Producto: Se verificará en la base de datos o en el stock la disponibilidad del producto; cuando el producto está disponible, se le indicara de manera inmediata al cliente para seguir con el siguiente proceso (cobrar).

5.3. Cobrar el Producto: El cliente pagara el pedido de manera directa, ya sea en efectivo o tarjeta, la interacción será entre el asesor y el cliente al momento de cobrar los productos.

5.4. Entrega del pedido: Así mismo, la entrega se dará de manera posterior al pago, esta también será de manera directa, en donde el asesor o persona que está cobrando, le entregara el producto al cliente final.

5.4.1 Maquinarias y equipos

La cantidad de inversión en equipamiento se entenderá como todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la microempresa creada por el proyecto. En este caso nos referimos a la maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general para el funcionamiento de la microempresa (Sapag, 2016).

En la fase de definición de la maquinaria y equipo se describen aquellos que se utilizarán para brindar el producto, específicamente en el caso del micro empresa de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading”, serían necesarios para la fabricación de los productos, tales como Plotters e impresoras. Este componente del estudio técnico es importante y garantiza en qué medida el servicio que se pueda dar satisfaga las expectativas del cliente.

Tabla 26
Maquinarias y equipos necesarios para la microempresa

No.	Categoría	Descripción	Cant	P. Unit	P. Total
1	Maquinaria y equipos	Plotter para sublimar	1	\$ 1500,00	\$ 1500,00
2		Maquinaria para Estampar	1	\$ 1350,00	\$ 1350,00

3	Plotter de Corte “Siluet”	1	\$ 1450,00	\$ 1450,00
4	Maquinara para Termo y tazas	1	\$ 380,00	\$ 380,00
5	Impresora Multifuncion EPSON A3	1	\$ 1200,00	\$ 1200,00

4.4. Estudio administrativo

Se pueden observar proyectos orientados a la creación de microempresas que dan respuesta adecuada y oportuna a las expectativas tanto de sus propietarios como de sus clientes, que cumplen con requisitos de calidad al dejar satisfechos a sus usuarios, que logran cumplir con las previsiones presupuestales y que obviamente responden a los compromisos de tiempo y oportunidad (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Sin duda, estos resultados halagadores son la secuela de procesos válidos y confiables de planeación, programación, organización, trabajo en equipo, adecuada y simétrica comunicación e información (...) por parte de quienes asumen la responsabilidad de su ejecución y operación garantizando su sostenibilidad.

Lo expresado anteriormente permite establecer que es preciso entonces estudiar los diferentes factores de los cuales se derivan variadas opciones de organización cuyo análisis y ponderación conduce a elegir aquella que mejor contribuye al logro de metas y objetivos del proyecto, en armonía con la naturaleza, el tamaño y complejidad de las necesidades y disponibilidad de los recursos humanos, materiales, informáticos y financieros (Miranda, 2012).

A través del presente estudio se estableció la estructura organizacional de la microempresa de Fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo Rollerblading, el cual provee las herramientas necesarias que van servir de guía para la administración de la microempresa; que va a permitir un inicio satisfactorio, definir

el rumbo adecuado y la toma de decisiones a ejecutar con el fin de alcanzar los objetivos trazados para la empresa (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Este estudio da a conocer cada uno de los aspectos más relevantes dentro del estudio de factibilidad, si la estructura organizacional es efectiva, aumentará las probabilidades de éxito del presente trabajo de investigación.

La meta del estudio administrativo radica en determinar los aspectos organizativos que deberá tomar a consideración una nueva microempresa para su establecimiento tales como:

- Planeación estratégica
- Organigrama
- Planificación de recursos humanos

El primer paso es asignar funciones y responsabilidades mediante el organigrama en cual se detallan el perfil requerido para la microempresa y figure estructura de la microempresa.

4.4.1. Análisis situacional

Misión

Somos la microempresa Clica Blader, que procura la satisfacción de sus clientes brindando productos de calidad hechos en el Ecuador, adaptado a sus necesidades, gustos y preferencias en el patinaje agresivo en línea, trabajando en equipo con experiencia, con personal altamente calificado, maquinaria y menaje de excelente eficacia.

Visión

La visión de la microempresa Clica Blader es lograr un posicionamiento de la marca, en el ámbito de la organización de fabricación en relación con los competidores, así como la creación de un concepto y fidelización hacia la marca para ser reconocidos a nivel nacional como una identidad en el patinaje agresivo en línea (Rollerblading).

Valores

Respeto: Consideramos todas y cada una de las opiniones de nuestros clientes al momento de bríndales el servicio y a los empleados cumpliendo con los derechos laborales y personales.

Excelencia: Es el objetivo que marca el estándar de rendimiento, que lo convierte en un compromiso de ofrecer el mejor servicio posible a cada uno de nuestros clientes.

Responsabilidad: Hacemos coincidencia que la actividad comercial de fabricación de productos se debe realizar con calidad, de tal manera que logremos la satisfacción de los clientes, cumpliendo a tiempo y cuidando hasta el último detalle dentro de la ropa y accesorios.

Honestidad: Somos un negocio transparente. Siempre honesto con nuestros clientes, empleados, proveedores y la competencia.

Compromiso: Un compromiso de superación con nosotros mismo, buscando siempre la mejora continua, basados en las buenas prácticas que garantice ofrecer un mejor producto y servicio a los clientes.

Lealtad: Considerada como una virtud que implica a la conciencia, que nos compromete a defender y ser fieles a lo que creemos y en quien creemos. De allí que obedecemos a las normas de fidelidad, honor, gratitud y respeto al ser humano, representado en los clientes, los empleados y los competidores

Políticas

Las políticas empresariales son una directriz, un guion básico de conducta al que la organización debe adscribirse (...). En ese sentido, forma parte de la identidad de la organización y de los valores que determinan su visión particular de la actividad a la que se dedica. En suma, sirven para cohesionar, organizar y dar un mismo sentido a las distintas actividades que la empresa lleva adelante. (Raffino, 2019)

Políticas clientes

1. Entregar un trato justo, respetuoso, eficiente y exento de cualquier tipo de discriminación a nuestros clientes.
2. Satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un servicio de alta calidad, manteniendo una relación de estrecha colaboración entre ellos y escuchar su voz para obtener su confianza.
3. Lograr la eficiencia del costo-producción y de alta calidad.
4. Manejar precios siempre accesibles.
5. Establecer diferentes opciones para realizar sus pagos: efectivo; cheques; transferencias bancarias; tarjeta de crédito; tarjeta de débito.
6. Publicar y promover entre los clientes y el público en general el servicio ofrecido, detallando el monto de los productos, lo complementarios no incluidos y además indicar la vigencia de la oferta.

7. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
8. Garantizar un desempeño adecuado por parte de los colaboradores de la empresa, mediante el cumplimiento estricto de la política de selección del personal.

Políticas colaboradores

1. Velar que los procesos de selección y contratación sean objetivos e imparciales.
2. Favorecer la contratación de profesionales excluidos; personas con distintas capacidades y respetando la igualdad de género.
3. Contribuir con la formación, capacitación y mejoramiento de sus colaboradores de manera directa e indirecta.
4. Realizar periódicamente evaluaciones del desempeño a los colaboradores
5. Reconocer y recompensar la dedicación, la responsabilidad y el desempeño de los colaboradores.
6. Brindar a los colaboradores de la empresa un entorno amigable, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.

Política proveedores

1. Elegir al proveedor cualificado que proporcione el mejor valor general teniendo en cuenta la calidad, el precio, el servicio, la entrega y la reputación.
2. Concentrar las compras en un número limitado de proveedores excelentes

3. Privilegiar una relación comercial con los proveedores de mutuo beneficio, lealtad en el tiempo y altos estándares de calidad, cumplimiento y transparencia.
4. Evaluar el desempeño de los proveedores de acuerdo a criterios de evaluación en función de las características del producto adquirido o servicio contratado al mismo.
5. Promover mantener una cantidad óptima de proveedores por rubro de compra que asegure una sana competitividad y diversificación del riesgo para la continuidad de la operación.
6. Programar los pagos bajo la revisión y firma de la persona autorizada.
7. Realizar los pagos de acuerdo con los plazos establecidos con los proveedores: ocho, quince, treinta, sesenta o setenta y cinco días, contados a partir de la fecha de recibo de la factura.
8. Aprovechar los descuentos en la medida que la liquidez lo permita.
9. Realizar todas las compra o acuerdo con proveedores deben contar previamente con la aprobación de la persona autorizada. Tampoco se podrán comprometer o adelantar dineros, sin las correspondientes garantías.

4.4.2. Organigrama

A través del diseño de una estructura organizacional se definen las actividades y responsabilidades de los trabajadores que ayudaran a conseguir con el cumplimiento de las metas propuestas por el emprendimiento, teniendo como referencia la misión, visión y valores a implementar por la microempresa Clica Blader, además de otros aspectos como infraestructura y financiamiento.

El proceso de desarrollo del organigrama es considerado como pilar fundamental por la conexión de relaciones involucradas como la comunicación y clima laboral que se desarrollará; para que todos los diversos aspectos involucrados funcionen de forma eficiente se deben llevar a cabo tareas de planificación, dirección, control y verificación de las metas (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

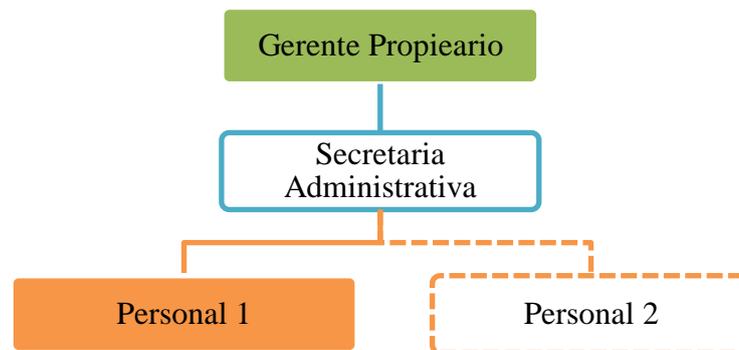


Figura 37 Estructura organizacional

4.4.3. Funciones del talento humano

Podemos definir función como la actividad que realiza una persona de una manera particular con un fin determinado; por lo cual se puede determinar cómo funciones principales de la gestión de talento humano al reclutamiento, formación, desarrollo profesional, evaluación y forma de compensación; la puesta en práctica de todas estas funciones da como resultado a colaboradores comprometidos con la misión y visión de la empresa (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). La gestión del talento humano está basada en la premisa ganar-ganar, la cual expresa el desarrollo tanto de la empresa como de los colaboradores de la misma.

Funciones

Gerente propietario

- Representante legal de la empresa
- Encargado de la administración total de la empresa
- Responsable de la obtención de permisos, normas e impuestos
- Compras de muebles enseres y accesorios
- Búsqueda y selección de proveedores
- Reclutamiento y contratación del personal
- Elaboración de presupuesto general
- Pagos a proveedores, nómina, SRI, IESS y personal eventual
- Atención al cliente
- Cobros de los servicios prestados
- Elaboración de inventario
- Marketing y publicidad para la microempresa
- Community manager
 - Género: Hombre/mujer
 - Edad: > a 24 años
 - Experiencia laboral: mínimo 2 años

Tabla 27
Profesiograma del Gerente propietario

Profesiograma			
Conocimientos	1	2	3
Estudios terminados en Administración	x		
Conocimientos en informática	x		
Conocimientos en el área contable	x		

Control de inventario		x	
Conocimiento en ingles		x	
Conocimiento de seguridad laboral			x
Conocimiento de marketing		x	
Community manager		x	
Aptitudes personales	1	2	3
Proactivo	x		
Dinamismo		x	
Visión		x	
Lenguaje verbal	x		
Inteligencia	x		
Toma de decisión	x		
Facilidad de relación		x	
Trabajo grupal	x		
Creatividad	x		
	1: alto	2: medio	3: bajo

Secretaria administrativa

- Encargado responsable cuando el gerente se encuentra ausente
- Ayudar en la contabilidad de la microempresa
- Atención al cliente
- Cobro de los servicios prestados
- Elaboración de diseños publicitarios
- Búsqueda de proveedores
- Elaboración de inventario
- Elaboración requisición de accesorios, servicios y productos a necesitar para un evento
- Género: Mujer
- Edad: > a 22 años

- Experiencia laboral: mínimo 1 años

Tabla 28
Profesiograma de Secretaria administrativa

Profesiograma			
Conocimientos	1	2	3
Estudios terminados en Administración		x	
Conocimientos en informática	X		
Conocimientos en el área contable			x
Control de inventario		x	
Conocimiento en ingles		x	
Conocimiento de marketing		x	
Community manager			x
Aptitudes personales	1	2	3
Proactivo	X		
Dinamismo		x	
Visión		x	
Lenguaje verbal	X		
Inteligencia		x	
Toma de decisión		x	
Facilidad de relación		x	
Trabajo grupal	X		
Creatividad	X		
	1: alto	2: medio	3: bajo

Proceso de Reclutamiento

Objetivo: Por medio de este proceso se buscará reclutar potenciales colaboradores que cumplan con conocimientos y cualidades identificadas por la gerencia para suplir la necesidad del puesto vacante.

Alcance: Corresponde de acuerdo a las funciones asignadas al gerente de la microempresa Clica Blader.

Diagrama de flujo:

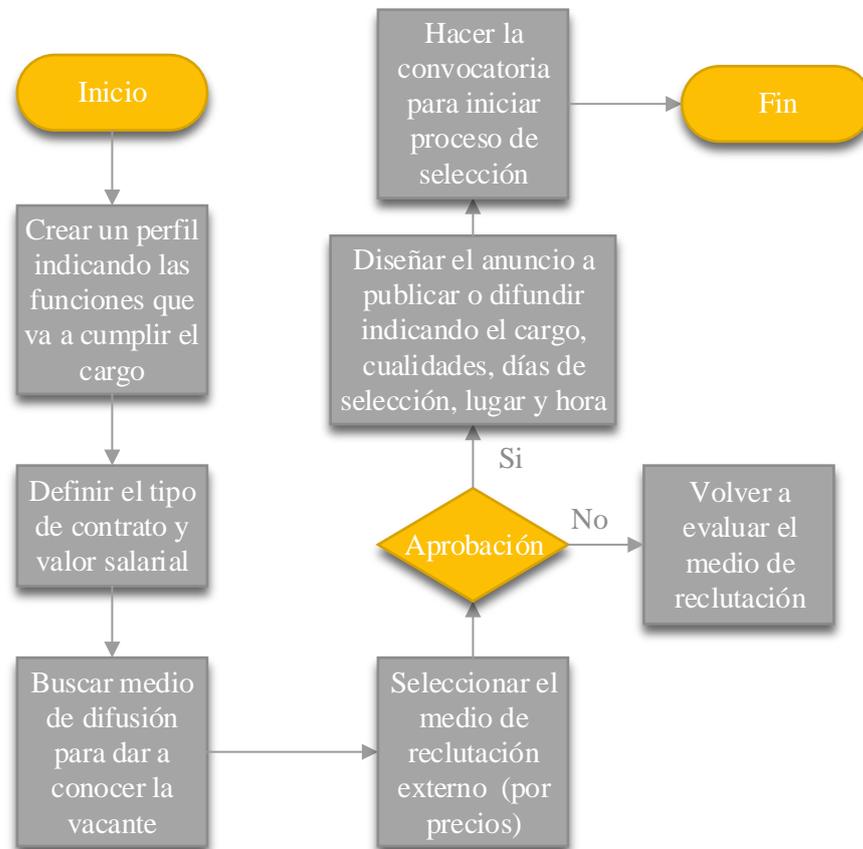


Figura 38 Flujo del Reclutamiento

Políticas propias:

- Se comenzará el proceso de reclutamiento de personal una vez identificada la necesidad o falta de un trabajador en un área específica.
- Se establecerá un perfil limitando las funciones del cargo vacante, así como horario, días laborales, modalidad de contrato y sueldo.
- Se creará un listado con las cualidades, aptitudes, conocimientos y requerimientos necesarios para acceder al puesto.

- Cuando se trate de un proceso de reclutamiento externo, se decidirá una o varias fuentes de reclutamiento.
- Las convocatorias serán claras en sus requerimientos que deberán ser de total cumplimiento.
- El personal encargado del proceso de reclutamiento dentro del plazo de una a dos semanas receptorá carpetas con información básica, hoja de vida, llamadas y mensajes de los postulantes interesados para posteriormente traspasar dicha información al encargado del proceso de selección.

Técnicas de reclutamiento externo

- Candidatos sugeridos por colaboradores de la microempresa
- Anuncios en el exterior de la microempresa
- Anuncios en medios tradicionales (prensa escrita) o tecnológicos (redes sociales)
- Por medio de agencias de reclutamiento de personal

Proceso de Selección

Objetivo: Establecer un procedimiento general, objetivo, eficaz y transparente para reclutar y seleccionar personal idóneo y apto para los cargos y/o funciones solicitadas y las necesidades específicas de la microempresa.

Alcance: Corresponde de acuerdo a las funciones asignadas al gerente de la microempresa.

Diagrama de flujo:

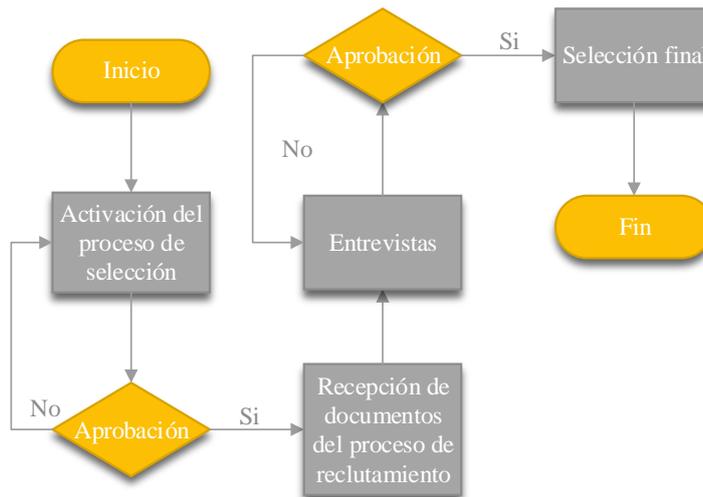


Figura 39. Flujo de Selección del personal

- **Activación del proceso de selección:** el proceso no dará inicio sin la previa autorización del gerente.
- **Recepción de documentos del proceso de reclutamiento:** revisión y preselección de los postulantes, se verifica que la legitimidad de los documentos.
- **Entrevistas:** se realizará las entrevistas a los postulantes con el motivo de evaluar sus competencias.
- **Selección Final:** decisión final por parte del gerente del postulante que ocupará el cargo solicitado.

Herramientas de selección:

- Entrevista Personal a contratar
 - Hoja de evaluación
 - Método de votación ponderada

Políticas Propias:

- Será inicio al proceso de selección cuando exista cargos vacantes, los cuales deberán ser previsto mediante las políticas del proceso de reclutamiento.
- El proceso de selección deberá enfocarse en dos variables: los requerimientos del cargo y el perfil del cargo.
- Se garantiza la igualdad para todas las personas, sin importar su etnia, género, ideología u orientación sexual. Todos tienen los mismos derechos de ser contratados.
- La persona a contratar será aquella que esté entre las mejores calificadas, según los resultados de la entrevista.
- Los postulantes deberán presentar las correspondientes pruebas psicosensoriales dependiendo del perfil al cargo a ocupar.

La decisión final de la selección y posterior contratación será del gerente general.

Proceso de Contratación

Objetivo: Por medio de este proceso se hace la contratación legal a los diversos procesos que ha incurrido el postulante. Es formalizar como indica la ley la futura dependencia de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como de la microempresa.

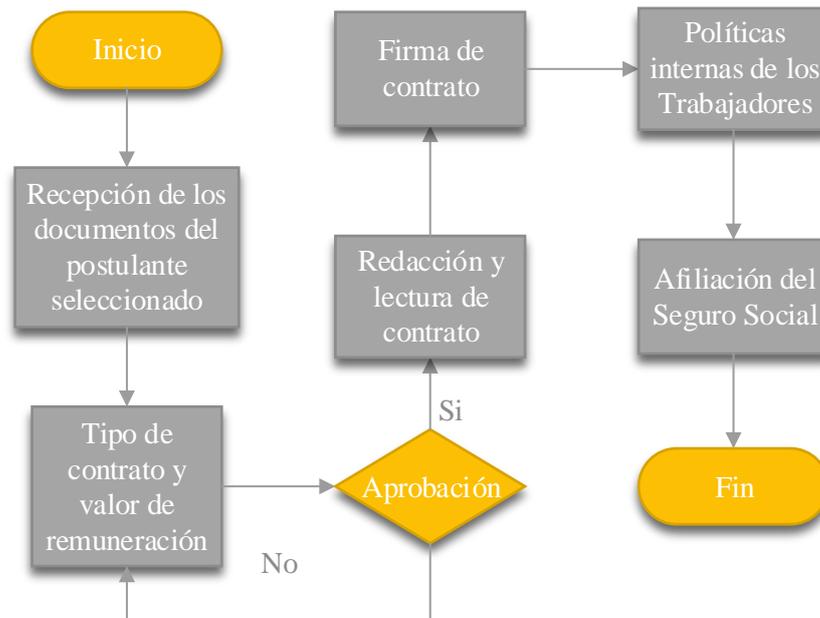
Diagrama de flujo:

Figura 40. Flujo de Contratación

Políticas propias:

- Respetar las normativas legales del país, Código de Trabajo, Ley de Seguridad Social, Constitución.
- El valor de la remuneración será fijado bajo el acuerdo salarial referente en los términos de contratación y nivel de remuneración.
- Los pagos se realizarán por medio de transferencia o depósitos escogida por la microempresa de forma quincenal.
- Se reconocerá el pago por horas extraordinarias y suplementarias.
- El postulante seleccionado entregará los siguientes documentos:
 - Cedula de identidad
 - Tres fotográficas tamaño carnet
 - Papeleta de votación vigente
 - Comprobante de domicilio reciente (servicios básicos)

- Título y/o certificado de estudios realizados y/o estudios cursando
- De acuerdo a leyes laborales se descontarán los rubros siguientes:
 - Aportaciones al IESS
 - Impuesto a la renta
 - Dividendos de préstamos concedidos por el IESS
 - Aportes de los valores correspondientes a los beneficios adicionales
 - Valor de activos de la microempresa por pérdida o destrucción sea comprobada

Rol de Pago

En el artículo 8 del Código de Trabajo encontramos la definición de contrato, el cual es un acuerdo escrito en el que una de las partes se compromete con la otra para prestar servicios bajo relación de dependencia, con una remuneración fijada en el cual se establece la actividad específica a desempeñar. Según las necesidades de la empresa se establecen los tipos de contrato a utilizar, mismos que deben ser conforme a las actividades de la empresa; en este caso utilizaremos el contrato a plazo a plazo indefinido, mismo que es para el personal necesario para el desarrollo de las actividades diarias; y el contrato por obra cierta, el mismo que será utilizado con personal que efectúe tareas concretas en un tiempo determinado.

Tabla 29
Rol de Pago

Cargo	Gerente	Secretaria adm	Montaje
Contrato	Contrato fijo		Contrato por obra cierta
Sueldo	\$ 460,00	\$ 420,00	\$ 15,00
Horas extraordinarias	\$ -	\$ -	\$ -

Horas suplementarias	\$ -	\$ -	\$ -
Fondos de reserva	\$ 38,32	\$ 34,99	\$ -
Total ingresos	\$ 5.558,32	\$ 5.084,99	\$ -
Descuento IESS (9,45%)	\$ 525,26	\$ 489,59	\$ -
IESS patronal (11,15%)	\$ 619,85	\$ 565,86	\$ -
13^{ro} sueldo mensualizado	\$ 460,00	\$ 420,00	\$ -
14^{to} sueldo mensualizado	\$ 460,00	\$ 420,00	\$ -
Total a recibir	\$ 5.953,06	\$ 5.435,40	\$ 15,00

4.5. Estudio legal

Antes de comenzar cualquier tipo de creación de empresas es mejor cerciorarse de los asuntos legales en cuanto a la microempresa a constituirse, por eso como una parte fundamental de la investigación se realiza el estudio legal. La estructura legal regula las relaciones de los diferentes miembros de la empresa. Las cuales deben estar enmarcadas en la constitución y la ley (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020).

Para la forma jurídica de la microempresa se deben tener en cuenta los diferentes tipos de empresa, contempladas en la Ley de Compañías, específicamente en art.1, donde se establecen los requisitos, las ventajas y desventajas que ofrecen (Orellana Tolozano & Orellana Tolozano , 2020). Es una tendencia en el mundo actual de los negocios formar dos tipos de empresas para operar: negocios de un solo propietario y sociedades (Prieto, 2004).

Del análisis realizado l art. 2, la Ley de Compañías, se determina que el Ecuador se pueden constituir cinco especies de compañías de comercio, a saber: nombre colectivo; de responsabilidad limitada; en comandita simple y dividida por acciones; compañía anónima; y, compañía de economía mixta.

Se hace necesario en este apartado definir según la ley que es una compañía de responsabilidad limitada, porque este es el tipo de empresa en el que se constituirá la microempresa “Clica Blader” de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading” y se dice que: es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Como parte del estudio legal se determinan las obligaciones tributarias que contraer las empresas como contribuyen, establecidas en la normativa legal vigente en el Ecuador, y que la forma de control que realiza el Servicios de Rentas Internas SRI, inicia con la obtención del RUC.

4.5.1. Tipo de empresa

Existen diversos tipos de empresas en el Ecuador que realizan o se dedican a una actividad económica sea esta comercial, de servicios e industrial (de fabricación o producción de la materia prima), el negocio planteado en el presente proyecto de titulación cae en la categoría de microempresa porque puede aplicar para cualquier sector antes mencionado y el número de empleados va a ser inferior a 10 y el rubro de negocio entra en la categoría de fabricación, ya que la principal actividad será la de fabricación de ropa y accesorios.

Tras la investigación en la Ley de Compañías que regulan la creación de nuevas entidades en el estado ecuatoriano de acuerdo a la forma jurídica u organización de capital se clasifican las compañías en: unipersonal, nombre colectivo, comandita

simple, anónima, economía mixta; la microempresa Clica Blader se creará bajo la denominación de compañía de responsabilidad limitada con un mínimo de dos socios y un capital inicial de \$2500,00 dólares (mínimo \$400 dólares); así mismo se realizarán todos los procedimientos necesarios para la obtención de los diferentes permisos que se describen a continuación:

Trámites de legalización de la empresa

Súper Intendencia de Compañías

- La reserva de Denominaciones se puede realizar de forma física o en línea
- Ingresa el portal web <https://www.supercias.gob.ec>
- Crear un usuario de acuerdo los pasos que se deben seguir
- Seleccionar el icono de Reserva de Denominación
- Como se va a crear desde el inicio se escoge la opción Constitución
- El sistema hará preguntas relacionadas con el término Holding
- Seleccionar el sector a que la compañía va a pertenecer (Societarios, Mercado de valores o Seguros)
- Se deberá llenar una serie de formularios relacionados con la información de la compañía como domicilio, nombre y tipo de compañía a crear
- En el caso de realiza el proceso de constitución en línea, se deberá llenar a actividad que va a realizar con el código CIU.

Valor: Puede ser \$300 o \$400, dependiendo del capital del negocio

Documento: Constitución de la compañía

Notaría Pública y Registro Mercantil

- Posteriormente se mostrará y escogerá en una lista las notarías y notarios para legalizar el proceso.
- El notario dará una accesoria de los procesos y documentos necesarios para la firma de las escrituras, el registro mercantil.

Valor: El valor de honorarios ronda entre los \$300 y \$450 dólares y se cancelan en una cuenta designada en el Banco del Pacífico.

Documento: Firma de escrituras y Registro Mercantil

DESDE	HASTA	SBU	PORCENTAJE DE SBU
\$ -	\$ 10.000,00	0,70	70%
\$ 10.001,00	\$ 25.000,00	1,00	100%
\$ 25.001,00	\$ 50.000,00	1,50	150%
\$ 50.001,00	\$ 100.000,00	1,75	175%
\$ 100.001,00	\$ 250.000,00	2,00	200%
\$ 250.001,00	\$ 500.000,00	3,00	300%
\$ 500.001,00	\$ 750.000,00	4,00	400%
\$ 750.001,00	\$ 1.000.000,00	5,00	500%
PORCENTAJE DE ACUERDO A LA CUANTÍA			
DESDE	HASTA	POR LA BASE SBU	EXCEDENTE
\$ 1.000.001,00	\$ 2.500.000,00	8,50	0,0030
\$ 2.000.001,00	\$ 5.000.000,00	21,21	0,0025
\$ 5.000.001,00	\$ 10.000.000,00	38,87	0,0020
\$ 10.000.001,00	\$ 30.000.000,00	67,12	0,0015
\$ 30.000.001,00	EN ADELANTE	151,86	0,0010

Acto o Contrato	%	SBU	Valor sin IVA	IVA	Valor Total
Autenticación de firma	3	394	11,82	1,42	13,24
Autenticación de firma	3	394	11,82	1,42	13,24
SUBTOTAL			23,64	2,84	26,48

Figura 39 Flujo de Contratación

Registro Mercantil	Registrador Mercantil	Provincia	Cantón
REGISTRO MERCANTIL DEL CANTON DURÁN	LUIS ALFREDO IDROVO MURILLO	GUAYAS	DURÁN
REGISTRO MERCANTIL GUAYAQUIL	CESAR JAVIER MOYA DELGADO	GUAYAS	GUAYAQUIL
REGISTRO MERCANTIL DEL CANTON SAMBORONDÓN	LUIS ALFREDO IDROVO MURILLO	GUAYAS	SAMBORONDÓN

Figura 40 Registradores mercantiles

Servicio de Rentas Internas

El SRI otorgará el número del registro único del contribuyente (RUC) y se creará un usuario y clave para poder cumplir las obligaciones tributarias (IVA, impuesto a la renta, retenciones) que se establecer de acuerdo al RUC.

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Valor: Sin costo

Documento: Obtención del RUC (registro único del contribuyente)

Municipio de Guayaquil

Los permisos se renuevan anualmente.

- Permiso de uso de suelo
 - Código catastral de los predios.
 - Actividad permitida por el municipio en dicho sector.
 - Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
 - Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)

- Patente
 - Certificado del cuerpo de bomberos.
 - Cédula y certificado de votación.
 - Copia del RUC de la compañía o del propietario.
 - Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal".

- Tasa de habilitación
 - Contrato de arrendamiento o copia del contrato.
 - Cédula y certificado de votación del propietario.
 - Cédula y certificado de votación de la persona que solicita el trámite.
 - RUC del propietario.

Documento: Permiso de uso de Suelo, Patente y Tasa de habilitación.

Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

Obtención de la tasa de servicio contra incendios por primera vez.

- Si el trámite lo realiza personalmente, se deberá traer copia de la cédula de ciudadanía. En caso que lo realice otra persona se deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con fotocopia de cédula de quien autoriza y del autorizado.
- Copia completa y de fecha actual del RUC donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del representante legal.
- Copia de consulta de uso de suelo otorgada por la Municipalidad de Guayaquil.
- Copia del pago del impuesto predial.

Valor: El cuerpo de Bomberos cobra por metraje de metro cuadrado, y la instalación escogida por la microempresa del presente proyecto se estima un valor aproximado de 35 a 50 dólares anuales.

Documento: Permiso de funcionamiento

Banco Internacional

Se deberá aperturar una cuenta propia para la compañía, se podrá seleccionar cualquier banco del país. Requerimientos para Personas Jurídicas (Compañías anónimas y limitadas)

- Carta de solicitud de apertura con las condiciones de firmas.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Copias de las escrituras de constitución de la compañía, con la razón de inscripción en el Registro Mercantil, y las últimas reformas a los estatutos.

- Certificado vigente de Cumplimiento de Obligaciones ante la Superintendencia de Compañías.
- Nómina actualizada de socios o accionistas en la que conste los montos de acciones participaciones, emitida por el órgano de control competente.
- Copia certificada de los Nombramientos actualizados de los representantes legales.
- Copia de poderes, en caso de haberlos.
- Copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación de los representantes legales y firmas autorizadas de la cuenta.
- Estados financieros auditados (de ser aplicable), mínimo de un año atrás
- Copia de la última planilla de pago de servicios básicos: agua, luz o teléfono de la empresa.

Valor: En el banco Internacional el monto mínimo para aperturar una cuenta como compañía es de \$2000,00

Documento: Apertura de Cuenta Bancaria

Requisitos tributarios

Todas las empresas residentes en el Ecuador están sujetas a un impuesto sobre sociedades del 25% que se calcula en base a sus ingresos anuales, habiendo rebajas contratando personal discapacitado y de tercera edad, eso incluye todas las empresas que están constituidas, operan y tienen su administración central en Ecuador. El fin del año fiscal ecuatoriano es el 31 de diciembre y los impuestos deben ser llenados y presentados del 2 al 28 en abril del siguiente año, la fecha exacta depende del dígito 9 del número de identificación fiscal ecuatoriano (RUC). (CEF, 2020)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios, en dichos documentos expresamente se establecen las obligaciones tributarias de cada contribuyente. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario. (Páez, 2014).

Para efectos contables, se aplican las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y los estados financieros deben presentarse anualmente ante los entes reguladores del servicio de rentas internas y superintendencia de compañías.

El impuesto que genera la mayoría de los ingresos en Ecuador es el IVA, el Impuesto al Valor Agregado. Actualmente la tasa impositiva para el IVA es 12% y se paga en casi todas las compras de bienes, importaciones y las prestaciones de servicios.

Como en la mayoría de otros países, también en Ecuador las multas y sanciones tienen que ser pagadas cuando los impuestos son presentados tarde o incorrectamente. Si una declaración de impuestos no se llena en absoluto, tanto las empresas como los individuos están sujetos a procesamiento. (CEF, 2020)

Capítulo V

5. Propuesta

El proyecto de investigación de la fabricación de ropa y accesorios para el patinaje agresivo, beneficia de manera directa el confort al momento de estar practicando la actividad física, ayuda a desplazarse y poder patinar con una óptima comodidad para poder realizar las diversas maniobras, tanto como la ropa y los accesorios crea un plus indispensable para todo patinador ya que, estas cubren la necesidad de los deportistas, por eso, se crea la microempresa con el fin de cubrir la demanda esperada en su calidad de oferta de ropa y accesorios para el Rollerblading.

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de pre factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading” en la provincia del Guayas.

5.2. Autores de la Propuesta

- Luis Eduardo Tomalá Tolozano

5.3. Empresa Auspiciante

El presente proyecto no cuenta con empresas auspiciante debido a que es un emprendimiento.

5.4. Área que cubre la Propuesta

Toda la Provincia del Guayas.

5.5. Fecha de Presentación

Agosto / 2021

5.6. Fecha de Terminación

Septiembre / 2021

5.7. Duración del proyecto

El actual proyecto se ejecutó de acuerdo al período de estudios que radica en tres semestres.

5.8. Participantes del Proyecto

- Autor de la Investigación
- Ciudadanos de la Provincia del Guayas
- Proveedores

5.9. Objetivo General de la Propuesta

Realizar un estudio financiero de inversión y viabilidad para la fabricación de ropa y accesorios para el deporte Extremo Rollerblading.

5.10. Objetivos Específicos

- Identificar los costos de inversión del proyecto en la fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo.

- Realización de los estados financieros proyectados a 5 años que indiquen la correcta viabilidad económica y rentabilidad de la microempresa.
- Estimación de ingresos que asumirá la microempresa Clica Blader y las proyecciones en ventas para la recuperación de la inversión.

5.11. Beneficiarios Directos

El autor del proyecto, el equipo humano que conformaría la microempresa, proveedores, clientes directos y los ciudadanos de la Provincia del Guayas.

5.12. Beneficiarios Indirectos

Dentro del proyecto y las investigaciones pertinentes, el beneficiario indirecto serán los mismos habitantes o diferentes deportistas que conforman la provincia del Guayas y, estén dentro del rango de los deportes extremos.

5.13. Impacto de la Propuesta

La actual propuesta del proyecto crea los siguientes factores de impacto:

- Implementación de nuevas tendencias para el distinto confort de los patinadores extremos.
- Fabricación nacional de materia prima de calidad para la creación de ropa.
- Adquisición de nuevos accesorios para los patinadores extremos hechos en el Ecuador.
- Demanda de empleo para la fabricación de ropa y accesorios para patinadores extremos.

5.14. Descripción de la propuesta

Por medio del diseño propuesto del presente proyecto, se desea cubrir la demanda insatisfecha preexistente en la provincia del Guayas, identificada en el estudio de mercado realizado, al satisfacer sus necesidades de los distintos patinadores extremos que realizan dicha actividad física.

Dentro del mercado objetivo que se va a cubrir por medio de este proyecto, en la provincia del guayas el clima es no favorable para practicar un deporte de alto riesgo y de forma constante, es por eso que, la creación de una línea y tendencia que da confort y comodidad al momento de patinar, es ideal la microempresa de fabricación de ropa y accesorios, ya que, la materia prima incursionada para la cubrir la demanda insatisfecha y los clientes directos, es de óptima calidad para su actividad diaria.

A través del análisis financiero para la creación de la microempresa “Clica Blader” se plantea conocer todo lo relacionado al ámbito económico-contable-financiero (datos cuantitativos) que intervendrán desde los costos relacionados a la inversión, pronósticos a mediano plazo y aquellos factores que puedan o no afectar a la pre factibilidad del proyecto y así permitir cumplir con la finalidad de una análisis que es conocer la situación real para la corrección de los errores y la prevención de los riesgos latentes.

5.14.1. Ingresos

Se debe tener en consideración que la microempresa “Clica Blader” fabricación de ropa y accesorios, con el propósito de satisfacer la demanda se ha proyectado la capacidad comercializar de forma mensual 250 productos, con un crecimiento en la

oferta al mercado de 50 unidades, dando una venta anual de 2500 a 2800 bienes en el mercado, dicho valor se ha calculado con el promedio mensual y anual de los productos.

Ventas Anuales

Para establecer el precio promedio ponderado de venta al público en los diferentes productos, se identificó los tres elementos del costo, dando como precio promedio ponderado de venta \$18,00 obteniendo de un margen de utilidad del 25%. Se he establecido un precio promedio a partir de la proyección de ventas por volumen de fabricación de ropa y accesorios anualmente, todo esto con la finalidad de definir el monto de ingresos y posteriormente el punto de equilibrio y análisis de sensibilidad, ya que se debe determinar un costo variable unitario (Cvu).

Tabla 30
Ventas anuales / Proyección de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camiseta	2800	3024	3266	3527	3809
PVP	\$ 18,00	\$ 19,44	\$ 21,00	\$ 22,67	\$ 24,49
PRODUCTO 1					
INGRESO	\$	\$	\$	\$	\$
PRODUCTO 1	50.400,00	58.786,56	68.568,64	79.978,47	93.286,88
Buso	2800	3024	3266	3527	3809
PVP	\$ 15,00	\$ 16,20	\$ 17,50	\$ 18,90	\$ 20,41
PRODUCTO 2					
INGRESO	\$	\$	\$	\$	\$
PRODUCTO 2	42.000,00	48.988,80	57.140,54	66.648,72	77.739,07
Termo	2550	2754	2974	3212	3469
PVP	\$ 20,32	\$ 21,95	\$ 23,70	\$ 25,60	\$ 27,65
PRODUCTO 3					
INGRESO	\$	\$	\$	\$	\$
PRODUCTO 3	51.816,00	60.438,18	70.495,10	82.225,48	95.907,80
INGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
TOTALES	144.216,00	168.213,54	196.204,28	228.852,67	266.933,75

Para futuro se estima tener un crecimiento en ventas del 10%, para cubrir los nuevos gastos a futuros. Este crecimiento hace crecer a la empresa tanto en lo empresarial como en ventas y ganancias.

Los ingresos de la microempresa, se han calculado bajo la forma tradicional de precio por cantidad ($P*Q$), una vez conocidos los precios de venta por casas térmicas y la demanda esperada de los mismos, se procede a multiplicarlos.

5.14.2. Costo de materias directas

En el presente proyecto de investigación los costos de los insumos directos se establecieron en base a una investigación de los proveedores de la materia prima representado en el inventario de bienes para la fabricación, que constituyen todos los artículos necesarios tales como camisetas, buzos, termos, vinil, cinta de impresión y tinta.

De igual manera se ha identificado los costos directos tamaño pequeño, mediano y grande, fluctuando su valor de acuerdo a las características del mismo. Todos.

Tabla 31
Costos materias directa

PRODUCTO: CAMISETA	COSTO DE OPERACIÓN (MP)			
Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Camiseta	100	\$ 3,25	\$ 325,00	\$ 3.900,00
Vinil	100	\$ 2,25	\$ 225,00	\$ 2.700,00
Cinta de impresión	100	\$ 0,01	\$ 1,00	\$ 12,00
			\$ -	\$ -

TOTAL	300	\$ 5,51	\$ 551,00	\$ 6.612,00
PRODUCTO: BUSOS	COSTO DE OPERACIÓN (MP)			
Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Buzos	100	\$ 4,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Vinil	100	\$ 2,25	\$ 225,00	\$ 2.700,00
Cinta de impresión	100	\$ 0,01	\$ 1,00	\$ 12,00
TOTAL	300	\$ 6,26	\$ 626,00	\$ 7.512,00
PRODUCTO: TERMO	COSTO DE OPERACIÓN (MP)			
Descripción	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total Mensual	Total Anual
Termo	50	\$ 2,75	\$ 137,50	\$ 1.650,00
Tinta	50	\$ 0,08	\$ 3,75	\$ 45,00
TOTAL	100		\$ 141,25	\$ 1.695,00

En base al estudio realizado se fijó los costos por producto para el precio de venta al público en general. La fabricación de dichos productos está elaborada en base a su volumen de consumo, por esta razón se plantea tres productos diferentes en base al estudio de mercado ofrecidos al público.

Esto nos lleva a determinar el costo total anual, que genera el proyecto en un año, lo que permite establecer los tres elementos del costo por unidad, al dividirlo para las 2500 unidades al año.

Costo de Venta

COSTO DE PRODUCCIÓN CAMISETA		Año 1	
MCI		\$	-
MCD	\$ 6.000,00	\$	5,00
MPD	\$ 6.612,00	\$	5,51
Costos Indirectos	\$ 8.424,00	\$	7,02
Depr. Equipo de Oficina	\$ 102,67	\$	0,09
Depr. Equipo de computación	\$ 286,67	\$	0,24
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ 601,50	\$	0,50
Depr. Muebles y enseres	\$ 130,50	\$	0,11
Total	\$ 22.157,34	\$	18,46

COSTO DE PRODUCCIÓN CAMISETA L		KM FASHION PVP	
MPD	\$ 5,51		
MCD	\$ 5,00		
CIF	\$ 7,95		
Costo Unitario	\$ 18,46		
Margen de ganancias	\$ -0,46	-2,52%	
Precio	\$ 18,00		

COSTO DE PRODUCCIÓN BUZO		Año 1	
MCI		\$	-
MCD	\$ 6.000,00	\$	5,00
MPD	\$ 7.512,00	\$	6,26
Costos Indirectos	\$ 8.424,00	\$	7,02
Depr. Equipo de Oficina	\$ 102,67	\$	0,09
Depr. Equipo de computación	\$ 286,67	\$	0,24
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ 601,50	\$	0,50
Depr. Muebles y enseres	\$ 130,50	\$	0,11
Total	\$ 23.057,34	\$	19,21

COSTO DE PRODUCCIÓN BUZO		KM FASHION PVP	
MPD	\$ 6,26		
MCD	\$ 5,00		
CIF	\$ 7,95		
Costo Unitario	\$ 19,21		
Margen de ganancias	\$ -4,21	-21,93%	
Precio	\$ 15,00		

COSTO DE PRODUCCIÓN TERMO		Año 1	
MCI		\$	-
MCD	\$ 6.000,00	\$	10,00
MPD	\$ 1.635,00	\$	2,83
Costos Indirectos	\$ 8.424,00	\$	14,04
Depr. Equipo de Oficina	\$ 102,67	\$	0,17
Depr. Equipo de computación	\$ 286,67	\$	0,48
Depr. Maquinarias y Equipos	\$ 601,50	\$	1,00
Depr. Muebles y enseres	\$ 130,50	\$	0,22
Total	\$ 17.240,34	\$	28,73

COSTO DE PRODUCCIÓN TERMO		KM FASHION PVP	
MPD	\$ 2,83		
MCD	\$ 10,00		
CIF	\$ 15,91		
Costo Unitario	\$ 28,73		
Margen de ganancias	\$ -17,15	-59,69%	
Precio	\$ 11,58		

Figura 41 Costo de ventas

5.14.3. Prestamos del Proyecto

La estructura de capital del proyecto demanda de un nivel de endeudamiento sobre la inversión total del 60,17% y aporte de capital de los accionistas del 39,83%, por lo que el préstamo necesario en la realización del proyecto se cuantifica en el estudio realizado por \$10.323,58

Tabla 32
Resumen

RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PROYECTO DE				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 10.323,58	\$ 870,32	\$ 2.578,22	\$ 1.707,90
2	\$ 8.615,68	\$ 708,07	\$ 2.578,22	\$ 1.870,15

3	\$ 6.745,54	\$ 530,41	\$ 2.578,22	\$ 2.047,81
4	\$ 4.697,73	\$ 335,86	\$ 2.578,22	\$ 2.242,35
5	\$ 2.455,38	\$ 122,84	\$ 2.578,22	\$ 2.455,38
TOTAL		\$ 2.567,50	\$ 12.891,08	\$ 10.323,58

De acuerdo con los datos del Banco Central del Ecuador la tasa de interés efectiva para dicho financiamiento se encuentra en el 9,50%, el crédito se toma a 5 años plazo con pagos mensuales, por lo que se calculó la tasa de interés equivalente nominal con capitalizaciones mensuales del 0,76% y bajo un sistema de amortización Alemán.

Tabla 33
Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 10.323,58	\$ 78,37	\$ 214,85	\$ 136,48
2	\$ 10.187,10	\$ 77,34	\$ 214,85	\$ 137,52
3	\$ 10.049,58	\$ 76,29	\$ 214,85	\$ 138,56
4	\$ 9.911,03	\$ 75,24	\$ 214,85	\$ 139,61
5	\$ 9.771,41	\$ 74,18	\$ 214,85	\$ 140,67
6	\$ 9.630,74	\$ 73,11	\$ 214,85	\$ 141,74
7	\$ 9.489,00	\$ 72,04	\$ 214,85	\$ 142,82
8	\$ 9.346,19	\$ 70,95	\$ 214,85	\$ 143,90
9	\$ 9.202,29	\$ 69,86	\$ 214,85	\$ 144,99
10	\$ 9.057,30	\$ 68,76	\$ 214,85	\$ 146,09
11	\$ 8.911,20	\$ 67,65	\$ 214,85	\$ 147,20
12	\$ 8.764,00	\$ 66,53	\$ 214,85	\$ 148,32
13	\$ 8.615,68	\$ 65,41	\$ 214,85	\$ 149,45
14	\$ 8.466,24	\$ 64,27	\$ 214,85	\$ 150,58
15	\$ 8.315,66	\$ 63,13	\$ 214,85	\$ 151,72
16	\$ 8.163,94	\$ 61,98	\$ 214,85	\$ 152,87
17	\$ 8.011,06	\$ 60,82	\$ 214,85	\$ 154,04
18	\$ 7.857,03	\$ 59,65	\$ 214,85	\$ 155,20
19	\$ 7.701,82	\$ 58,47	\$ 214,85	\$ 156,38
20	\$ 7.545,44	\$ 57,28	\$ 214,85	\$ 157,57
21	\$ 7.387,87	\$ 56,09	\$ 214,85	\$ 158,77
22	\$ 7.229,10	\$ 54,88	\$ 214,85	\$ 159,97
23	\$ 7.069,13	\$ 53,67	\$ 214,85	\$ 161,19

24	\$ 6.907,95	\$ 52,44	\$ 214,85	\$ 162,41
25	\$ 6.745,54	\$ 51,21	\$ 214,85	\$ 163,64
26	\$ 6.581,90	\$ 49,97	\$ 214,85	\$ 164,88
27	\$ 6.417,01	\$ 48,71	\$ 214,85	\$ 166,14
28	\$ 6.250,87	\$ 47,45	\$ 214,85	\$ 167,40
29	\$ 6.083,48	\$ 46,18	\$ 214,85	\$ 168,67
30	\$ 5.914,81	\$ 44,90	\$ 214,85	\$ 169,95
31	\$ 5.744,86	\$ 43,61	\$ 214,85	\$ 171,24
32	\$ 5.573,62	\$ 42,31	\$ 214,85	\$ 172,54
33	\$ 5.401,08	\$ 41,00	\$ 214,85	\$ 173,85
34	\$ 5.227,23	\$ 39,68	\$ 214,85	\$ 175,17
35	\$ 5.052,06	\$ 38,35	\$ 214,85	\$ 176,50
36	\$ 4.875,57	\$ 37,01	\$ 214,85	\$ 177,84
37	\$ 4.697,73	\$ 35,66	\$ 214,85	\$ 179,19
38	\$ 4.518,54	\$ 34,30	\$ 214,85	\$ 180,55
39	\$ 4.337,99	\$ 32,93	\$ 214,85	\$ 181,92
40	\$ 4.156,07	\$ 31,55	\$ 214,85	\$ 183,30
41	\$ 3.972,77	\$ 30,16	\$ 214,85	\$ 184,69
42	\$ 3.788,08	\$ 28,76	\$ 214,85	\$ 186,09
43	\$ 3.601,99	\$ 27,34	\$ 214,85	\$ 187,51
44	\$ 3.414,48	\$ 25,92	\$ 214,85	\$ 188,93
45	\$ 3.225,55	\$ 24,49	\$ 214,85	\$ 190,36
46	\$ 3.035,18	\$ 23,04	\$ 214,85	\$ 191,81
47	\$ 2.843,37	\$ 21,59	\$ 214,85	\$ 193,27
48	\$ 2.650,11	\$ 20,12	\$ 214,85	\$ 194,73
49	\$ 2.455,38	\$ 18,64	\$ 214,85	\$ 196,21
50	\$ 2.259,16	\$ 17,15	\$ 214,85	\$ 197,70
51	\$ 2.061,46	\$ 15,65	\$ 214,85	\$ 199,20
52	\$ 1.862,26	\$ 14,14	\$ 214,85	\$ 200,71
53	\$ 1.661,55	\$ 12,61	\$ 214,85	\$ 202,24
54	\$ 1.459,31	\$ 11,08	\$ 214,85	\$ 203,77
55	\$ 1.255,54	\$ 9,53	\$ 214,85	\$ 205,32
56	\$ 1.050,22	\$ 7,97	\$ 214,85	\$ 206,88
57	\$ 843,34	\$ 6,40	\$ 214,85	\$ 208,45
58	\$ 634,89	\$ 4,82	\$ 214,85	\$ 210,03
59	\$ 424,86	\$ 3,23	\$ 214,85	\$ 211,63
60	\$ 213,23	\$ 1,62	\$ 214,85	\$ 213,23
TOTAL		\$ 2.567,50	\$ 12.891,08	\$ 10.323,58

5.14.4. Estados Financieros

Por medio del Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integral, los cuales son considerados como herramientas para el estudio financiero, se visualizará toda la información, estructura y rendimiento financiero relevante para

DEP. AC. EQUIPOS DE OFICINA		-\$ 58,93	-\$ 117,86	-\$ 176,79	-\$ 235,72	-\$ 294,65
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.630,00	\$ 1.630,00	\$ 1.630,00	\$ 1.630,00	\$ 1.630,00	\$ 1.630,00
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		-\$ 163,00	-\$ 326,00	-\$ 489,00	-\$ 652,00	-\$ 815,00
TERRENO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DIFERIDO	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
OTROS ACTIVOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
0						
PASIVO	\$ 10.323,58	\$ 8.615,68	\$ 6.745,54	\$ 4.697,73	\$ 2.455,38	\$ 0,00
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 10.323,58	\$ 8.615,68	\$ 6.745,54	\$ 4.697,73	\$ 2.455,38	\$ 0,00
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$ 10.323,58	\$ 8.615,68	\$ 6.745,54	\$ 4.697,73	\$ 2.455,38	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 6.834,61	\$ 62.322,94	\$ 130.778,57	\$ 215.991,37	\$ 321.115,21	\$ 449.372,81
CAPITAL SOCIAL	\$ 6.834,61	\$ 6.834,61	\$ 6.834,61	\$ 6.834,61	\$ 6.834,61	\$ 6.834,61
UTILIDAD RETENIDA			\$ 55.488,33	\$ 123.943,96	\$ 209.156,76	\$ 314.280,60
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 55.488,33	\$ 68.455,63	\$ 85.212,80	\$ 105.123,84	\$ 128.257,61
PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 17.158,19	\$ 70.938,62	\$ 137.524,11	\$ 220.689,10	\$ 323.570,58	\$ 449.372,81

Por medio del Estado de Situación Financiera se determina la estructura de capital de la microempresa, lo cual permite representar de forma cuantitativa la actividad económica con sus respectivos movimientos de activos, pasivos y patrimonio; dando a conocer la liquidez a los accionistas y pronosticar la situación futura.

5.14.5. Flujo de Caja

El flujo de caja representa los ingresos que se obtendría por la ventas del producto, se indicara los gastos que representa de la microempresa ,las depreciaciones de los equipos, el proyecto de investigación tendrá una inversión con un financiamiento propio, el flujo de caja refleja un margen positivo en los ingresos sobre la inversión total en la cual refleja un ingreso en el primer año de \$144.216,00 y a partir del segundo año en adelante se van incrementando las ventas es decir una mayor rentabilidad.

Por medio del Presupuesto de Caja o Flujo de Caja se consigue pronosticar y evaluar los cambios económicos-financieros dentro de un periodo definido que eventualmente sucederán dentro de la microempresa por medio de los ingresos y egresos con el objetivo de identificar el saldo o flujo neto, es decir, la liquidez existente.

Así mismo permite calcular los indicadores de evaluación financieros VAN y TIR con la adición de las tasas de interés; conociendo los costos de producción permitiendo determinar el margen de contribución exigible a la productividad o Punto de Equilibrio.

Tabla 35
Flujo de fondos proyectados

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
PROYECTO DE						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES	\$ 10.323,5 8	\$ 144.216,0 0	\$ 168.213,5 4	\$ 196.204,2 8	\$ 228.852,6 7	\$ 266.933,7 5

VENTAS		\$ 144.216,0 0	\$ 168.213,5 4	\$ 196.204,2 8	\$ 228.852,6 7	\$ 266.933,7 5
APORTE DE CAPITAL						
PRÉSTAMO	\$ 10.323,5 8					
USOS	\$ 17.158,1 9	\$ 85.678,81	\$ 96.755,37	\$ 108.046,9 5	\$ 121.188,6 8	\$ 136.221,5 3
PARA INVERSIÓN	\$ 17.158,1 9	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.834,61	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ACTIVO FIJO	\$ 9.823,58	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PARA COSTOS Y GASTOS		\$ 85.678,81	\$ 96.755,37	\$ 108.046,9 5	\$ 121.188,6 8	\$ 136.221,5 3
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		\$ 30.560,10	\$ 33.505,32	\$ 34.584,19	\$ 35.697,80	\$ 36.847,27
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 6.060,00	\$ 6.255,13	\$ 6.456,55	\$ 6.664,45	\$ 6.879,04
GASTO INSUMOS		\$ 1.806,00	\$ 1.864,15	\$ 1.924,18	\$ 1.986,14	\$ 2.050,09
GASTO DE ADECUACIONES		\$ 300,00	\$ 309,66	\$ 319,63	\$ 329,92	\$ 340,55
GASTO DE ARRIENDO		\$ 9.600,00	\$ 9.909,12	\$ 10.228,19	\$ 10.557,54	\$ 10.897,49
GASTO PUBLICIDAD		\$ 120,00	\$ 123,86	\$ 127,85	\$ 131,97	\$ 136,22
GASTO AMORTIZACIÓN		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
GASTO IMPREVISTOS		\$ 2.602,31	\$ 2.784,16	\$ 2.873,81	\$ 2.966,34	\$ 3.061,86
GASTO FINANCIERO		\$ 870,32	\$ 708,07	\$ 530,41	\$ 335,86	\$ 122,84
15% EMPLEADOS		\$ 13.056,08	\$ 16.107,21	\$ 20.050,07	\$ 24.735,02	\$ 30.178,26

IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 18.496,11	\$ 22.818,54	\$ 28.404,27	\$ 35.041,28	\$ 42.752,54
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO		\$ 1.707,90	\$ 1.870,15	\$ 2.047,81	\$ 2.242,35	\$ 2.455,38
FLUJO NETO	\$ 6.834,61	\$ 58.537,19	\$ 71.458,17	\$ 88.157,33	\$ 107.663,99	\$ 130.712,22
FLUJO DE PRESTAMO	-\$ 10.323,58	\$ 55.958,98	\$ 68.879,96	\$ 85.579,11	\$ 105.085,78	\$ 128.134,00
FLUJO PROYECTADO	-\$ 17.158,19	\$ 58.537,19	\$ 71.458,17	\$ 88.157,33	\$ 107.663,99	\$ 130.712,22
FLUJO DE INVERSIONIST A	\$ 0,00	\$ 58.537,19	\$ 71.458,17	\$ 88.157,33	\$ 107.663,99	\$ 130.712,22

5.14.6. Evaluación Económica

La evaluación económica con los datos descritos sugiere que el proyecto es viable, puesto que su VAN es de \$17.158,19 y al ser mayor o igual a cero se debe ejecutar.

Tabla 36
VAN y TIR

Tasa de Descuento	8,64%		
N°	FNE	(1+i)^	
0	\$ - 17.158,19	100%	\$ - 17.158,19
1	\$ 12.259,03	1,0864	\$ 11.283,61
2	\$ 12.143,56	1,1804	\$ 10.287,97
3	\$ 13.346,37	1,2824	\$ 10.407,32
4	\$ 14.476,24	1,3933	\$ 10.390,18
5	\$ 15.776,26	1,5137	\$ 10.422,30
		VAN	\$ 35.633,19
		TIR	69,14%

5.14.7. Evaluación Financiera

La tasa interna de retorno (TIR), muestra en una evaluación financiera el nivel de retorno que el proyecto es capaz de generar y es la tasa a la que el VAN se vuelve cero, evaluación financiera consiste en comparar el nivel de retorno del proyecto contra el nivel de retorno esperado por los inversionistas tanto acreedores como accionistas, el proyecto será aceptado siempre que $TIR \geq WACC$ y será rechazado para toda $TIR \leq WACC$.

Para ello se busca la tasa que permita que los flujos de caja descontados a valor presente sean iguales a las inversiones en el mismo periodo.

5.14.8. Relación beneficio – costo

Tabla 37
Relación costo – beneficio

Tasa de Descuento	8,64%			
N°	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS	
0	\$ - 17.158,19			
1		\$ 144.216,00	\$ 57.175,49	\$ 87.040,51
2		\$ 168.213,54	\$ 60.832,15	\$ 107.381,39
3		\$ 196.204,28	\$ 62.537,14	\$ 133.667,14
4		\$ 228.852,67	\$ 63.952,53	\$ 164.900,14
5		\$ 266.933,75	\$ 65.745,35	\$ 201.188,40
		Ingresos	\$ 768.850,05	
		Costsos	\$ 242.263,31	
		Costos + Inversión	\$ 225.105,13	
		RBC	\$ 3,42	

5.14.9. Tiempo de Recuperación de la Inversión

Dentro del análisis financiero se debe conocer en qué tiempo o periodo N se va a recuperar el costo de la inversión, para ello se emplea una herramienta financiera conocido como Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) o PAYBACK, el cual permite calcular el plazo (tiempo) necesario para que los flujos netos obtenidos del flujo de caja recuperen los valores invertidos inicialmente.

La herramienta permite evaluar los periodos que le tomará al proyecto devolver el valor de la inversión en este caso \$218.152,69 en comparación con los flujos futuros esperados bajo el método descontado, esto es 3 años, mismo que es consecuente con el nivel de retorno del mismo.

Tabla 38
Recuperación de inversión

PayBak / Años	1	2	3	4	5
INVERSIÓN INICIAL	\$17.158,19				
FLUJO DE CAJA	\$58.537,19	\$71.458,17	\$88.157,33	\$107.663,99	\$130.712,22
FLUJO DE CAJA ACUMULADA		\$129.995,36	\$218.152,69	\$325.816,68	\$456.528,90
PERIODO DE RECUPERACIÓN	-	-1,28			
RBC	2.34 Años	2 años 4 meses			

5.14.10. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad detalla y exhibe diversos escenarios en la cual puedan suceder durante en el proceso de desarrollo del proyecto, por los tanto los mencionados escenarios serán comparados con los datos obtenidos con el escenario moderado con la finalidad de proyectar si la demanda va en incremento o en declive.

La evaluación de este indicador supone que todo valor producto del cociente descrito mayor o igual a uno indica que el proyecto es rentable y por el contrario todo valore menor que uno que el proyecto no es rentable.

Esto nos conduce a un valor de 1.1 que indica que el proyecto es rentable y presenta elementos para una evaluación positiva en términos de rentabilidad.

Tabla 39
Análisis de sensibilidad

ESCENARIOS					
PESIMISTA 4%	MODERADO 8%	OPTIMISTA 12%			
TIR	43,18%	TIR	57,42%	TIR	69,59%
VAN	\$ 93.795,01	VAN	\$ 156.059,95	VAN	\$ 223.298,49
RBC	\$ 1,34	RBC	\$ 1,45	RBC	\$ 1,57

5.15. Importancia

Pare el presente proyecto de investigación tiene como principal importancia los beneficios que contribuirá en lo empresarial engendrando fuentes de trabajo, además el rendimiento y la rentabilidad que engendrara en la cual generará ganancias a los propietarios del negocio, proveedores y colaboradores, teniendo en cuenta como base la mejor atención al cliente ofreciendo un producto óptimo y de calidad satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

5.16. Metas del proyecto

La meta principal del proyecto en un plazo no mayor a 10 meses es, crear y poner en marcha la microempresa “Clica Blader” en la provincia del Guayas.

Para fomentar el proyecto se considera las siguientes metas:

- Incremento del 25% de captación de clientes.
- Apertura de un segundo local de la microempresa en la zona centro de la ciudad en un plazo de cuatro años.
- Fortalecer el marketing publicitario digital en las redes sociales, el cual permitirá un posicionamiento en el mercado.
- Innovar en el proceso de fabricación con materia prima Premium de calidad hecha en el Ecuador.
- Promover fuentes de trabajo, con la fabricación de ropa y accesorios.

5.17. Finalidad de la propuesta

La propuesta planteada recoge los estudios de: mercado; técnico; organizacional que se sistematizan en el estudio financiero, vista desde esta arista, la finalidad de la propuesta es determinar la prefactibilidad de la creación de la microempresa “Clica Blader” en la provincia del Guayas. Dicha prefactibilidad se establece con la determinación del TIR y VAN. No obstante, la finalidad de la propuesta es lograr que la microempresa “Clica Blader”, sea un negocio rentable y sostenible en el tiempo.

Conclusión

Para culminar los objetivos propuestos por el presente proyecto, nos dan un resultado favorable para la inversión total y cubrir los costos deseado, para poder incursar en las propuestas que se van a ofertar al mercado, el cual es de mucha

importancia a lo largo que se ha dado este tesis, conservar la calidad dentro de la indumentaria y accesorios como producto terminado, ya que, el consumidor o el deportista extremo va ha estar expuesto a la fricción diaria de todas las practicas que con lleva la realizacion del patinaje agresivo, se definio todo los gastos operativos, directos e indirectos en cual se usara para invertir en todos los productos terminados, para generar una utilidad en cifras prosperas que esta indicado en el punto de equilibrio de los calculos financieros, todo esto se dara dentro de los primeros 5 años, tomando en cuenta las tendencias y factores a largo plazo para poder ir de la mano con los cambios pertinentes. El proyecto va a ser rentable a medida que las ventas se vayan generando de acuerdo a lo expuesto, cada año cubrir la demanda y satisfacer las necesidades del patinador extremo para poder llegar mas alla de una estabilidad financiera, los costes, insumos a emplear, gastos y todo para generar un producto de calidad fue directamente costeadado, es decir, que cada ropa y accesorios que se vendan va a generar rentabilidad y el concepto que desea la microempresa a largo plazo.

Referencias

- Aching Guzman, C. (2006). Matematicas financieras para toma de decisiones empresariales. *Biblioteca virtual de Derecho, Economia y Ciencias Sociales*.
Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/cag3/2f.htm>
- Aguilera Díaz, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 322-343.
- Alonso, D. (24 de enero de 2010). *taringa.net*.
- Arancibia, N. (19 de diciembre de 2013). *prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/a1y92av00rgs/patinaje-agresivo/>
- Armenta Garcia, A. (2020). Estudio Técnico. Obtenido de https://tomi.digital/es/107538/estudio-tecnico?utm_source=google&utm_medium=seo
- Arrieta. (2 de agosto de 2003).
- Asamblea Nacional. (2019). *Oficio No. 065*. Obtenido de Ley Orgánica del Deporte y la Actividad Física: https://2017-2021.observatoriolegislativo.ec/media/archivos_leyes/Proyecto_de_Ley_Orgánica_del_Deporte_y_la_Actividad_Física_Tr._368344.pdf
- Asuncion, A. (12 de Diciembre de 2009). *taringa*. Obtenido de https://www.taringa.net/+deportes/historia-del-patinaje-agresivo-vidios_13b4h0

- Aventura, D. (21 de Febrero de 2016). *Deportes de aventura*. Obtenido de <https://deportes-aventura.es/patinaje-agresivo/>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición ed.). Mc Graw Hill.
- Bastis Consultores. (01 de Junio de 2020). *ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y SU APLICACIÓN*. Obtenido de <https://online-tesis.com/estudios-de-factibilidad-y-su-aplicacion/>
- Bernal , C. A. (2006). Metodología de la Investigación 2da edición. Pearson.
- BERNAL PRADO, M., & CONDE PEREZ, E. (2006). El plan de investigación: elemento imprescindible en un estudio de mercado. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos33/plan-investigacion/plan-investigacion.shtml>
- Borgues, L. (23 de septiembre de 2013). Obtenido de <https://blog.luz.vc/es/como-hacer/como-y-por-que-hacer-un-estudio-de-viabilidad-econ%C3%B3mica-y-financiera/>
- Buenas Tareas. (2010). Plan de investigacion. Obtenido de <https://www.buenastareas.com/ensayos/Plan-De-Investigacion/502415.html>
- Cajal, A. (27 de Marzo de 2017). *Las 10 Materias Primas Producidas en Ecuador Principales*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/materias-primas-producidas-ecuador/>

Canales Salinas, R. (5 de marzo de 2015). *CRITERIOS PARA LA TOMA DE DECISIÓN DE INVERSIONES*. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5140002.pdf>

CEF, C. d. (2020). *CEF*. Obtenido de ¿Cuáles son las principales obligaciones del contribuyente?: <https://www.fiscal-impuestos.com/cuales-son-principales-obligaciones-contribuyente.html>

Cerro, J. (28 de octubre de 2013). *Cómo elegir mis primeros patines agresivos*.

Obtenido de <http://madrid.clubtres60.com/patines-agresivos/>

Chartier, A. (2013). *El patinaje: historia desde 1760 hasta la actualidad*. Obtenido de <https://rollerenlinea.com/archivos/el-patinaje-historia-desde-1760-hasta-la-actualidad/>

Desarrollo, R. d. (11 de junio de 2010). Obtenido de

<http://www.rfd.org.ec/repo/estadisticas-2017.pdf>

Duvergel, Y., & Argota Vega, L. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos.

3C Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme. Obtenido de

<https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>

Econlink. (2009). Razón Beneficio - Costo (B / C). Obtenido de

<https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/razon-beneficio-costos>

Editorial Grudemi. (2018). PYMES. Recuperado de Enciclopedia Económica.

Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/pymes/>

El Universo. (24 de noviembre de 2019). *El patinaje extremo busca ir al Mundial*.

Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/deportes/2019/11/24/nota/7617857/patinaje-extremo-busca-ir-mundial/>

El universo. (04 de mayo de 2020). *Presidenta de la Federación Ecuatoriana de*

Patinaje: Nuestra situación es crítica. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/deportes/2020/05/04/nota/7831026/castro-situacion-patinaje-critica/>

Entrepreneur. (9 de Junio de 2009). *Las claves de un estudio financiero*. Obtenido de

<https://www.entrepreneur.com/article/262306>

Estudio Organizacional. (2014). ESTUDIO ORGANIZACIONAL Marco en el que

se desenvuelve la organización. Obtenido de <https://estudio-organizacional.webnode.mx/>

Flores, M. J. (10 de julio de 2018). *MICROEMPRESA*. Obtenido de

<https://www.derechoecuador.com/microempresa>

Garcia, I. (2017). Definición de Valor Actual Neto (VAN). Obtenido de

<https://www.economiasimple.net/glosario/valor-actual-neto>

Garcia, M. (6 de Marzo de 2009). *ESTUDIO FINANCIERO*. Obtenido de

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nNg0YzogLkQJ:https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7606/4/CAP%25204%2520%2528ESTUDIO%2520FINANCIERO%2529.doc+%&cd=12&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

- Gomez Alamilla, M. (2017). Proyecto de Inversión para la Instalación de un Gimnasio en el Municipio de Tultitlán, Estado de México. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/>
- Gonzaga Espinoza , J., & Tomalà Larrosa , D. (2019). Proyecto de prefactibilidad para creación de una microempresa comercializadora de persianas y cortinas “pyc”. Universidad san gregorio de Portoviejo. *UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO*. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1462/1/GONZAGA%20Y%20TOMALA%2027-02-2020.pdf>
- Gonzalez Ramos, A., Rojas Romero, O., & Ruelas Callejas, I. (15 de Diciembre de 2017). *Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en una metodología mixta*. Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_7.pdf
- Granel, M. (13 de mayo de 2020). *¿Cómo calcular el valor presente neto?* Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Gutierrez, I. (2 de agosto de 2000). *¿Qué es la inversión? SIGNIFICADO*. Obtenido de <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/inversion/>
- Gza. (s.f.). *Antecedentes del perro doméstico*. Obtenido de http://mascotas.facilisimo.com/antecedentes-del-perro-domestico_1188105.html

- Hevia, A. (2001). Reflexiones--metodológicas y epistemológicas sobre las ciencias sociales. *Fondo Editorial Tropykos*.
- Hidalgo Proaño, L. (2017). IMPULSO A LAS PYMES EN EL ECUADOR. *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG*. Obtenido de <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/download/96/85>
- INEC. (4 de noviembre de 2008). *Cerca de 900 mil empresas se registraron en Ecuador en 2018*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/cerca-de-900-mil-empresas-se-registraron-en-ecuador-en-2018/>
- INEC. (28 de Febrero de 2008). *Ecuador registró 843.745 empresas en 2016*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- INEC. (2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos* . El sector empresarial del país Cuenta.
- Informatica, R. (12 de marzo de 2013). *Patinaje agresivo*. Obtenido de <https://riverainformatica.wordpress.com/2013/03/12/patinaje-agresivo/>
- Inversiones., C. O. (19 de Mayo de 2011). Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Izquierdo, T. (2017). *Adolescentes: riesgos para la salud y soluciones*. Obtenido de <http://articulos.sld.cu/adolescencia/adolescentes-riesgos-para-la-salud-y-soluciones/>

- Juárez García, F. (2011). Estadística inferencial univariada. Obtenido de <http://www.rincondepaco.com.mx/rincon/Inicio/Apuntes/Proyecto/archivos/inferencial.htm>
- Lam, D. R. (29 de julio de 2005). *Metodología para la confección de un proyecto de investigación*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/hih/v21n2/hih07205.pdf>
- Lino, J. (17 de noviembre de 2017). *¿El joven nacido en Guayaquil es en realidad guayaquileño?* Obtenido de <https://teoriadelaculturaespol.wordpress.com/2017/11/27/el-joven-nacido-en-guayaquil-es-en-realidad-guayaquileo/>
- López Millán, M. (2021). *¿Qué son las materias primas y cómo se clasifican?* *IMF Business School*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/que-es-materia-prima-clasifica/>
- Luna, N. (10 de enero de 2018). *Tasa de interés ¿Qué es y cómo se calcula?* Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/307240>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados. *Editorial Pearson Educación.*, 7.
- Marín Portillo, K., & Atencio Cárdenas, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Omnia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73711121009.pdf>
- Mariño. (25 de julio de 2009). Obtenido de <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/159/1/15-Estadistica%20Inferencial%20->

- Mejia Jervis, T. (2017). ¿Qué son las Fuentes de Investigación? Obtenido de <https://www.lifeder.com/fuentes-de-investigacion/>
- Méndez, R. (2012). *Formulación y Evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (7ma edición ed.). Icontec international.
- Miranda, J. J. (2012). *Gestión de proyectos* (7ma edición ed.). MM.
- Mundopymes. (2017). ¿Conoces la importancia económica de las mipymes en Latinoamérica? Obtenido de <https://mundopymes.org/empresas/microempresas/conoces-la-importancia-economica-de-las-mipymes-en-latinoamerica.html>
- Nieves, J. C. (27 de Marzo de 2010). *Estudio de factibilidad para la creación de un mercado público en “El Valle”*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/124/10/UPS-CT001709.pdf>
- Nuño, P. (7 de Julio de 2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Ochoa Yepes, J., & Mora Cuartas, A. (2014). Prácticas de presupuesto de capital: evaluación empírica en un grupo de empresas del sector de la construcción en Colombia. *Ecos de Economía*, 143-163.
- OMS. (2010). *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/publications/i/item/9789241599979>

OPS. (2012). *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*.

Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/9-5-2012-recomendaciones-mundiales-sobre-actividad-fisica-para-salud>

Orellana Tolozano , Á., & Orellana Tolozano , M. (2020). Proyecto de

prefactibilidad para determinar la viabilidad financiera en la creación de la microempresa de servicios de planificación y organización de eventos

“haute cuisine” en el cantón de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1694/1/Trabajo%20de%20Tutulación%20Orellana%20Tolozano.pdf>

Páez, A. (9 de Octubre de 2014). *PBP Law*. Obtenido de ¿Qué es el Registro Único de Contribuyentes?: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-el-ruc/>

Palacios, L. (19 de Abril de 2020). *Deportes extremos / 10 opciones para los adictos a la adrenalina*. Obtenido de <https://experienciajoven.com/deportes-extremos/>

Parra, M. (1 de Enero de 2016). *Bases teóricas y conceptuales de la investigación*.

Obtenido de

https://metodologiadelainvestigacionunesrbna.blogspot.com/2015_12_27_archive.html

Pérez Miranda, W. (2005). Deporte eXtremo, una práctica social.

http://www.efdeportes.com/Revista_Digital_-_Buenos_Aires. Obtenido de

<https://www.efdeportes.com/efd88/extremo.htm>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2015). DEFINICIÓN DE PREFACTIBILIDAD.

Definicion. Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>

Pérez, A. (2021). Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo. *OBS*

Business School. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Pichardo, L. (12 de Febrero de 2017). *Materializando sueños con el patinaje*

extremo. Obtenido de <https://dxtcapital.com/patinaje/materializando-suenos-con-el-patinaje-extremo/>

Pizarro, E. (23 de Abril de 2013). *Estudio Técnico.* Obtenido de [https://e-](https://e-tecnico.webnode.es/servicios/)

[tecnico.webnode.es/servicios/](https://e-tecnico.webnode.es/servicios/)

Prieto, J. (2004). *Proyectos, enfoque gerencial* (2da edición ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.

QuestionPro. (2020). ¿Qué es un estudio de mercado? Obtenido de

<https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

Quimi, G. (25 de diciembre de 2000). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=tipos+de+investigacion&rlz=1C1GCEU_esEC830EC830&oq=tipos+de+investigacion&aqs=chrome..69i57j69i59j69i65j69i60l5.3319j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8&safe=active&ssui=on

Quiroz Cercado, A., & Chiquito Reyes, C. (2017). Estudio de la importancia de determinar el van y la Tir en las PYMES de Guayaquil.

Ramirez, Vidal, & Dominguez. (14 de Agosto de 2009). *Deporte eXtremo, una práctica social*. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd88/extremo.htm>

Recuer2. (2020). *Escuelas de Patines*. Obtenido de <https://www.accionr2.com/para-comenzar-a-patinar>

Registro Oficial 444. (10 de mayo de 2011). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA*. Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/7_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf

Rodriguez, O. (23 de mayo de 2012). Obtenido de [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/MIA-JC/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad-1/lecturas%20obligatorias/Guia_del_Proyecto_de_Curso_y_Ejemplo_de_un_Estudio_de_Prefactibilidad%20\(1\).pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/MIA-JC/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad-1/lecturas%20obligatorias/Guia_del_Proyecto_de_Curso_y_Ejemplo_de_un_Estudio_de_Prefactibilidad%20(1).pdf)

Rodriguez, O. (2012). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/cetnita/prefactibilidad-factibilidad-y-viabilidad-13941198>

Ruiz Medina, M. (2011). Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México. https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html.

Salazar Coronel, A., Aceves López, J., & Valdez Pineda, D. (2009). *IMPORTANCIA DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO*. Obtenido

de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf

Samaniego, J. (6 de Septiembre de 2018). *Las pymes son clave en el tejido empresarial, pero ¿qué es una pyme en realidad?* Obtenido de <https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-una-pyme/>

Sapag, N. (25 de Enero de 2016). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de EL PROCESO DE ESTUDIO DE UN PROYECTO: <http://evaluacion-proyectos-ua.blogspot.com/2016/01/el-proceso-de-estudio-de-un-proyecto.html>

Segarote, N. (30 de octubre de 2019). Obtenido de <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-organizacional>

Silva Ojeda, D., & Tomala Tolozano, T. (2020). Proyecto prefactibilidad en la elaboración de casas térmicas paramascotas para determinar su rentabilidad financiera en el cantón Guayaquil. *UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO*. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1699/1/Trabajo%20de%20Titulación%20Silva%20Daniel%20y%20Tomala%20Tolozano%20Teresa.pdf>

SKATE, W. (2019). REGLAMENTO (BY LAWS). Obtenido de REGLAMENTO (BY LAWS): <http://www.worldskate.org/about/documents/category/304-world-skate-charters.html?download=4858:wsk-reglamento-by-laws-2019-mod-2021>

Solidaria, L. O. (10 de mayo de 2011). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA*

POPULAR Y SOLIDARIA. Obtenido de

http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/7_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf

Superintendencia de Compañías, S. (2019). *Superintendencia de Compañías,*

Valores y Seguros. Obtenido de Tasas y Tarifas por Servicios Notariales:

<https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/ConstitucionElectronica/Tarifas!/ut/p/a1/j>

Superintendencia de compañías, v. y. (2019).

Toribio, J. (20 de diciembre de 2010). *toriobiojoseph.wordpress*. Obtenido de

<https://toribiojoseph.wordpress.com/2013/11/30/los-patines-agresivos-3/comment-page-1/>

Torres, M. (13 de mayo de 2020). Obtenido de [https://www.rankia.cl/blog/mejores-](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers)

[opinion](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers)
[es-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers)
[ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20\(TIR\)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers)
[i%20C3%B3n%20inicial.](https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos#:~:text=Tasa%20Interna%20de%20Retorno%20(TIR)%3A%20C%20C3%A1lculo%20de%20la%20TIR,obtenido%2C%20menos%20la%20invers)

tricksbmx. (10 de mayo de 2017). *ELEMENTOS DEL SKATEPARK*. Obtenido de

<https://tricksbmx.wordpress.com/2017/05/10/elementos-del-skatepark/>

Váquiro, J. (2007). *LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO*. Obtenido de

<https://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Varela, F. X. (5 de Marzo de 2015). *Técnicas de Investigación: Procedimientos del Trabajo Manual del Investigador* . Obtenido de

<https://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/03/tecnicas-de-investigacion.html>

Vasquez, J. (23 de Agosto de 2015). *La importancia de un estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de [https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-](https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-importancia-de-un-estudio-t%C3%A9cnico-de-un/2696632.html)

[importancia-de-un-estudio-t%C3%A9cnico-de-un/2696632.html](https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-importancia-de-un-estudio-t%C3%A9cnico-de-un/2696632.html)

Vega Conde, B. (2018). Desarrollo de la inteligencia y modificabilidad cognitiva.

Obtenido de

http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/COH/article/view/3903

Vidal. (21 de enero de 2011). *Escuelas de Patines*. Obtenido de

<https://www.accionr2.com/para-comenzar-a-patinar>

Villa, F. (25 de noviembre de 2015). *patinajeinteractivo.wordpress*. Obtenido de

<https://patinajeinteractivo.wordpress.com/2015/11/25/patinaje-en-linea/>

World Skate. (3 de noviembre de 2019). *WORLD SKATE FISE ROLLER*

FREESTYLE WORLD CUP - CHENGDU 2019. Obtenido de

[http://www.worldskate.org/roller-freestyle/news-roller-freestyle/3226-world-](http://www.worldskate.org/roller-freestyle/news-roller-freestyle/3226-world-skate-fise-roller-freestyle-world-cup-chengdu-2019.html?highlight=WyJyb2xsZXJibGFkaW5nII0=)

[skate-fise-roller-freestyle-world-cup-chengdu-2019.html?highlight=WyJyb2xsZXJibGFkaW5nII0=](http://www.worldskate.org/roller-freestyle/news-roller-freestyle/3226-world-skate-fise-roller-freestyle-world-cup-chengdu-2019.html?highlight=WyJyb2xsZXJibGFkaW5nII0=)

Zambrano, R. (24 de noviembre de 2019). *El patinaje extremo busca ir al Mundial*.

Obtenido de <https://www.pressreader.com/ecuador/el-universo/20191124/282213717668839>

Zita, A. (2018). Métodos de investigación. *TodaMateria*. Obtenido de

<https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/>

APÉNDICES

Apéndice A



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES EN UN RANGO DE EDAD DE 10 A 29 AÑOS EN LA PARROQUIA TARQUI.

Propósito: Analizar la frecuencia, uso y comodidad en los tipos de ropa y accesorios que tienen los deportistas (Rollerblading) al momento de la práctica diaria, mediante la creación de una microempresa de ropa con este deporte.

La encuesta: Se aplica a través de un cuestionario de carácter anónimo por lo que usted, puede responder con total libertad de criterio y sin ningún compromiso.

De la manera más óptima y sincera posible de acuerdo a su comodidad en el uso de ropa y accesorios, responda las siguientes preguntas que a va determinar la oportunidad e impacto que tendrá esta microempresa dedicada la fabricación de ropa y accesorios para los deportistas extremos “Rollerblading”.

Atentamente,

Luis Eduardo Tomalá Tolozano

Estudiante de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Universidad San Gregorio de Portoviejo

Apéndice B



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A DEPORTISTAS Y CIUDADANOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PARROQUIA TARQUI

1. ¿En qué rango de edad está usted?

De 10 a 14 años

De 15 a 19 años

De 20 a 24 años

De 25 a 29 años

2. ¿Crees que es saludable practicar un deporte extremo?

Si

No

3. ¿Qué importancia le das al momento de usar algún tipo de ropa o
accesorios al momento de patinar?

Poco

Normal

Mucho

4. **¿Está usted de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a la fabricación de ropa y accesorios para el deporte extremo “Rollerblading”?**

Si

No

5. **¿Qué tipo de calidad estaría dispuesto a usar en nuestros productos?**

Baja

Media

Alta

6. **¿con que frecuencia usas algún tipo de accesorios al momento de patinar?**

Nunca

Casi siempre

Siempre

7. **¿alguna vez has usado ropa o accesorios hechos en el Ecuador?**

Si

No

8. ¿Qué es lo primero que observas al momento de adquirir un producto?

Calidad

Precio

Ambas

9. ¿Crees que los deportes extremos disponen de suficientes medidas de

Calidad y seguridad?

Si

No

**10. ¿Considera usted importante implementar vestuarios y accesorios con
identidad como parte de la oferta para la práctica de deportes extremos?**

Si

No

Gracias por su colaboración en la elaboración de este cuestionario que ayudara
en el beneficio del deporte extremo RollerBlading.

Luis Eduardo Tomalá Tolozano

CC.

Apéndice C

ENTREVISTA

Dirigida a deportistas extremos RollerBlading de la parroquia Tarqui

Objetivo: Conocer la opción de los deportistas extremos sobre el proyecto de pre factibilidad de confección de ropa para este deporte.

DATOS INFORMATIVOS:

Fecha: _____

Lugar: _____

Nombre del Entrevistado: _____ Código: _____

Nombre del Entrevistador: _____

Hora de Inicio: _____

Hora Finalizada: _____

FORMULARIO:

7. ¿Para usted es viable la realización de este proyecto de pre factibilidad?
8. ¿Cuál será la relación costo – beneficio por la confección de ropa deportiva?
9. ¿Qué valor económico va a llevar la inversión en activos de producción?
10. ¿Cuáles son los costó de adquisición de la materia prima?
11. ¿Cuáles son los valores estimados para la mano de obra?
12. ¿Cuánto es el capital viable inicial?