



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
LA MICROEMPRESA DE ROPA DEPORTIVA “ALMY’S”,
CONFECCIONADO CON TEXTILES ANTIFLUIDOS EN EL
CANTÓN HUAQUILLAS**

Autores:

Ramírez Malla Estefanía Jacqueline

Tello Parra Yuliana Michelle

Tutor (a):

Ing. Martha Yadira García Briones Mgs.

Guayaquil – Ecuador

2021

Certificado de tutor de titulación

Ing. Martha Yadira García Briones Mgs, en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Ramírez Malla Estefanía Jacqueline y Tello Parra Yuliana Michelle**, son autores de la Tesis de Grado titulada: “Proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antilfluidos en el cantón Huaquillas” , 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.

Ing. Martha Yadira García Briones, Mgs.

Tutora trabajo investigación

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación **“Proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antifluidos en el cantón Huaquillas”** presentado por las egresadas **Ramírez Malla Estefanía Jacqueline y Tello Parra Yuliana Michelle**, 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 Cedeño, Mgs

Coordinadora de la carrera

Ing. Martha Yadira García Briones, Mgs.

Tutor trabajo investigación

Ing. Yandres García Charcopa, Mgs

Miembro del tribunal

Ing. Ana María Molina García, Mgs

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Ramírez Malla Estefanía Jacqueline y Tello Parra Yuliana Michelle,
autoras de este trabajo de titulación denominado investigación **“Proyecto de
prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva
“Almy´s”, confeccionada con textiles antilfluidos en el cantón Huaquillas”,**
declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de
acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión
Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra
entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los
resultados y las conclusiones de su contenido.

Ramírez Malla Estefanía Jacqueline
Egresada de la carrera de
Gestión Empresarial

Tello Parra Yuliana Michelle
Egresada de la carrera de
Gestión Empresarial

Agradecimiento

Agradecemos de manera especial a Dios, a nuestros padres y amigos, por ser eje principal de orientación, apoyo incondicional en momentos difíciles, por brindarnos experiencia, seguridad y sobre todo una vida llena de aprendizajes en el transcurso del desarrollo de nuestra carrera.

A nuestra familia, hermanos, primos y abuelos por los consejos y valores impartidos en momentos oportunos de cada elección y proyectos propuestos, gracias a la vida porque todos los días nos revela lo hermosa y lo justa que es, gracias a todos por creer en nosotras.

A nuestra excelente tutora de tesis la Ingeniera Martha García, por su paciencia, esfuerzo y dedicación que nos pudo brindar, ya que con su formación académica y experiencia nos guio durante la ejecución de este proyecto de investigación motivándonos siempre de lograr y culminar este proceso tan anhelado.

A nuestros docentes en general que supieron aportar con sus conocimientos y consejos, logrando formar profesionales de éxito y compañeros de la universidad, por los momentos compartidos y por formar parte del éxito que hemos logrado.

Ramírez Malla Estefanía Jacqueline

Tello Parra Yuliana Michelle

Dedicatoria

Este trabajo de titulación está dedicado:

A mi Madre María Malla Córdoba, que con su apoyo, esfuerzo diario y amor incondicional ha contribuido infinitamente que yo sea una persona de bien y me esfuerce mucho para lograr ser su mayor orgullo.

A mi padre José Ramírez Castillo, mi ejemplo a seguir, a mis hermanos: Luis, Yajaira, Oscar y mi sobrina, mis pilares fundamentales lo cual me han estado apoyando en todo momento durante este proceso aconsejándome y motivándome para llegar hacia donde estoy ahora

Y en lo general a toda mi familia mil gracias por sus palabras de aliento y la empatía brindada en momentos difíciles que gracias a sus consejos y apoyo moral han logrado en lo personal mi superación profesional.

Ramírez Malla Estefanía Jacqueline

Dedicatoria

Este trabajo de titulación está dedicado:

A mi abuelo Washington Tello, aunque ya no esté físicamente, mis triunfos siempre dedicados a él, porque su amor y cariño prevalece siempre en mi corazón, siendo mi mayor inspiración.

A mis padres Julio Tello y María Parra, por ser ese motivo de superación que siempre me brindan su apoyo incondicional, por siempre anhelar lo mejor para mi vida y enseñarme que cada esfuerzo tiene su recompensa.

A mis hermanos: Denisse, Melanny, Víctor y Amy; mi sobrina consentida, por siempre aportar cosas buenas a mi vida. Los adoro mucho.

A una persona muy importante en mi vida Julio César que ha estado conmigo incluso en los momentos más turbulentos, motivándome constantemente para alcanzar mis anhelos.

A toda mi familia y amigos, por contribuir de alguna manera con sus consejos y buenos deseos a lo largo de este camino.

Tello Parra Yuliana Michelle

Tabla de contenido

Certificado de tutor de titulación	ii
Certificado del tribunal	iii
Declaración de autoría	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Tabla de contenido.....	viii
Lista de tablas	xiii
Lista de figuras	xviii
Resumen	xxi
Abstract.....	xxii
Introducción.....	1
Capítulo I.....	2
1. Problematización.....	2
1.1. Tema	2
1.2. Antecedentes generales.....	2

1.3.	Formulación del problema	4
1.4.	Planteamiento del problema.....	4
1.5.	Preguntas de la investigación.....	5
1.6.	Delimitación del problema.....	6
1.7.	Justificación	6
1.8.	Objetivos.....	8
1.8.1.	Objetivo general	8
1.8.2.	Objetivos específicos.....	9
1.9.	Conclusión	9
Capítulo II.....		10
2.	Contextualización.....	10
2.1.	Marco teórico.....	10
2.1.1.	Proyecto de factibilidad.....	10
2.1.2.	Proyecto de pre factibilidad.....	11
2.1.3.	Creación de una microempresa de ropa deportiva	12
2.1.4.	Estudio de mercado	14
2.1.5.	Estudio técnico	15
2.1.6.	Estudio organizacional	16
2.1.7.	Estudio financiero.....	18
2.1.8.	Estudio económico	19
2.1.9.	Indicadores financieros.....	19
2.2.	Marco conceptual.....	21
2.3.	Marco ambiental	23
2.4.	Variables	24
2.4.1.	Variable independiente: Proyecto de pre factibilidad	24
2.4.2.	Variable dependiente: Creación de una microempresa de ropa deportiva.....	25

2.5.	Operacionalización de las variables.....	26
2.6.	Conclusión	28
Capítulo III		29
3.	Marco metodológico	29
3.1.	Plan de investigación	29
3.2.	Métodos de investigación	30
3.3.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	32
3.4.	Tipos de investigación	33
3.5.	Fuentes de investigación.....	35
3.6.	Población	36
3.6.1.	Cálculo de población	37
3.7.	Tamaño de la muestra	37
3.7.1.	Muestra.....	38
3.7.2.	Tipos de muestra	38
3.7.3.	Cálculo de la muestra	39
3.7.4.	Análisis de los resultados.	40
3.8.	Conclusión	41
Capitulo IV		42
4.	Formulación del proyecto	42
4.1.1.	Análisis e interpretación de resultados	42
4.2.	Estudio de mercado.....	57
4.2.1.	Microambiente:	57
4.2.2.	Macroambiente:.....	59
4.2.3.	La oferta	60
4.2.4.	Demanda.....	62
4.2.5.	Demanda insatisfecha.....	66

4.2.6.	Producto.....	67
4.2.7.	Precio.....	72
4.2.8.	Plaza	72
4.2.9.	Promoción	73
4.3.	Estudio técnico.....	76
4.3.1.	Tamaño del proyecto	76
4.3.2.	Capacidad de producción	78
4.3.3.	Localización del proyecto.....	79
4.3.4.	Ingeniería del proyecto.....	88
4.3.5.	Maquinarias y equipos.....	89
4.3.6.	Muebles y enseres	91
4.4.	Estudio administrativo	96
4.4.1.	Análisis situacional o diagnóstico	96
4.4.2.	Organigrama.....	103
4.4.3.	Funciones del talento humano	103
4.5.	Estudio legal	110
4.5.1.	Tipo de empresa (trámites, requerimientos).....	115
4.6.	.Conclusión	120
Capítulo V	121
5.	Propuesta.....	121
5.1.	Título de la propuesta	121
5.2.	Autores de la propuesta.....	121
5.3.	Empresas auspiciantes	121
5.4.	Área que cubre la propuesta.....	121
5.5.	Fecha de presentación.....	122
5.6.	Fecha de terminación	122
5.7.	Duración del proyecto.....	122

5.8.	Participantes del proyecto.....	122
5.9.	Objetivo general de la propuesta	123
5.10.	Objetivos específicos	123
5.11.	Beneficiarios directos	123
5.12.	Beneficiarios indirectos	124
5.13.	Impacto de la propuesta	124
5.14.	Descripción de la propuesta.....	125
5.14.1.	Ingresos	127
5.14.2.	Costos de materiales directos.	129
5.14.3.	Préstamos del proyecto (tabla de amortización).....	141
5.14.4.	Estados financieros.....	144
5.14.5.	Flujo de efectivo.....	148
5.14.6.	Evaluación económica.....	150
5.14.7.	Evaluación financiera	154
5.14.8.	Relación beneficio/costo	157
5.14.9.	Análisis de sensibilidad.....	158
5.15.	Importancia	166
5.16.	Metas del proyecto.....	166
5.17.	Finalidad de la propuesta	167
5.18.	Conclusión	167
	Bibliografía.....	168
	Apéndices	185
	Apéndice A. Modelo de encuesta	185

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Variable independiente: Proyecto de pre factibilidad</i>	26
Tabla 2. <i>Variable dependiente: Creación de una microempresa de ropa deportiva</i>	27
Tabla 3. <i>Técnica e instrumento de investigación del proyecto</i>	33
Tabla 4. <i>Datos de la población Huaquillas</i>	37
Tabla 5. <i>Población por rango de edad</i>	38
Tabla 6. <i>Técnica del proyecto</i>	41
Tabla 7. <i>Gustos en prendas deportivas</i>	42
Tabla 8. <i>Uso de la ropa deportiva</i>	43
Tabla 9. <i>Demanda de ropa</i>	44
Tabla 10. <i>Preferencia en diseños</i>	45
Tabla 11. <i>Tonos de preferencias</i>	46
Tabla 12. <i>Motivos de compra</i>	47
Tabla 13. <i>Lugar de compra</i>	48
Tabla 14. <i>Método de pago</i>	49

Tabla 15. <i>Gasto estimado en compra</i>	50
Tabla 16. <i>Satisfacción en compras anteriores</i>	51
Tabla 17. <i>Renovación de prendas</i>	52
Tabla 18. <i>Conocimiento del textil antifluidos</i>	53
Tabla 19. <i>Medios publicitarios</i>	54
Tabla 20. <i>Aceptación de promociones</i>	55
Tabla 21. <i>Preferencia en tipo de promociones</i>	56
Tabla 22. <i>Principales proveedores de materia prima</i>	58
Tabla 23. <i>Proveedores de materia prima</i>	59
Tabla 24. <i>4'Ps de ofertantes</i>	61
Tabla 25. <i>Proyección de la demanda</i>	65
Tabla 26. <i>Demanda total de habitantes(2021-2025)</i>	66
Tabla 27. <i>Proyección de la demanda insatisfecha(2018-2022)</i>	67
Tabla 28. <i>Listado de precios</i>	72
Tabla 29. <i>Inversión en publicidad</i>	75
Tabla 30. <i>Tamaño del proyecto</i>	77

Tabla 31. <i>Negocios en Huaquillas</i>	82
Tabla 32. <i>Factores objetivos</i>	83
Tabla 33. <i>Indice de importancia relativa de las variables subjetivas</i>	83
Tabla 34. <i>Variable clima</i>	84
Tabla 35. <i>Variable educación</i>	84
Tabla 36. <i>Variable vivienda</i>	85
Tabla 37. <i>Factores subjetivos</i>	85
Tabla 38. <i>Cálculo de preferencia de localización</i>	86
Tabla 39 <i>Maquinarias y equipos</i>	89
Tabla 40 <i>Muebles y enseres</i>	91
Tabla 41. <i>Adquisición de materia prima</i>	93
Tabla 42. <i>Costo de mano de obra directa</i>	95
Tabla 43. <i>Análisis FODA</i>	98
Tabla 44. <i>Valores empresariales de la microempresa</i>	99
Tabla 45. <i>Datos del emprendimiento</i>	125
Tabla 46. <i>Descripción de la tasa</i>	126

Tabla 47. <i>Producción (en cantidad mensual)</i>	127
Tabla 48. <i>Proyección de ingresos (EN USD)</i>	128
Tabla 49. <i>Costos y gastos (materia prima mensual)</i>	129
Tabla 50. <i>Sueldos y salarios</i>	130
Tabla 51. <i>Gasto mensual de la mano de obra</i>	131
Tabla 52. <i>Servicios básicos</i>	131
Tabla 53. <i>Estado de costos de producción proyectados</i>	132
Tabla 54. <i>Gastos totales</i>	133
Tabla 55. <i>Depreciación y amortización</i>	134
Tabla 56. <i>Inversión</i>	135
Tabla 57. <i>Inversión (participación)</i>	137
Tabla 58. <i>Capital de trabajo</i>	137
Tabla 59. <i>Estructura del costo total</i>	138
Tabla 60. <i>Financiamiento</i>	139
Tabla 61. <i>Financiamiento (participación)</i>	140
Tabla 62. <i>Tabla de amortización</i>	141

Tabla 63. <i>Resumen tabla de amortización</i>	143
Tabla 64. <i>Estado de situación financiera proyectado</i>	144
Tabla 65. <i>Estado de resultado proyectado</i>	146
Tabla 66. <i>Flujo de fondo proyectado</i>	148
Tabla 67. <i>Punto de nivelación terno deportivo</i>	150
Tabla 68. <i>Punto de nivelación calentadores</i>	150
Tabla 69. <i>Punto de nivelación camisetas</i>	150
Tabla 70. <i>Punto de nivelación pantalonetas</i>	151
Tabla 71. <i>Punto de nivelación lycras</i>	151
Tabla 72. <i>Punto de equilibrio total</i>	152
Tabla 73. <i>Flujo de fondos proyectados</i>	154
Tabla 74. <i>Escenarios</i>	158

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Técnicas e instrumentos de investigación	32
<i>Figura 2.</i> Tipos de investigación	34
<i>Figura 3.</i> Gustos en prendas deportivas	42
<i>Figura 4.</i> Uso de la ropa deportiva	43
<i>Figura 5.</i> Demanda de ropa	44
<i>Figura 6.</i> Preferencia en diseños	45
<i>Figura 7.</i> Tonos de preferencias	46
<i>Figura 8.</i> Motivos de compra	47
<i>Figura 9.</i> Lugar de compra	48
<i>Figura 10.</i> Método de pago	49
<i>Figura 11.</i> Gasto estimado en compra	50
<i>Figura 12.</i> Satisfacción en compras anteriores	51
<i>Figura 13.</i> Renovación de prendas	52
<i>Figura 14.</i> Conocimiento del textil antilíquido	53
<i>Figura 15.</i> Medios publicitarios	54

<i>Figura 16.</i> Aceptación de promociones	55
<i>Figura 17.</i> Preferencia en tipo de promociones	56
<i>Figura 18.</i> Ternos deportivos	68
<i>Figura 19.</i> Calentadores	68
<i>Figura 20.</i> Camiseta cuello en V	69
<i>Figura 21.</i> Pantalinetas y lycras	69
<i>Figura 22.</i> Logotipo	71
<i>Figura 23.</i> Slogan	71
<i>Figura 24.</i> Canal de distribución	73
<i>Figura 25.</i> Publicidad en facebook.....	74
<i>Figura 26.</i> Publicidad en instagram	74
<i>Figura 27.</i> Publicidad en vallas	75
<i>Figura 28.</i> Relaciones entre áreas	76
<i>Figura 29.</i> Plano del área	77
<i>Figura 30.</i> Mapa del Ecuador	80
<i>Figura 31.</i> Croquis microlocalización Almy´s.....	87

<i>Figura 32.</i> Flujograma de producción	88
<i>Figura 33.</i> Mapa estratégico de objetivos 2021-2025	101
<i>Figura 34.</i> Mapa estratégico 2021-2025	102
<i>Figura 35.</i> Organigrama funcional	103
<i>Figura 36.</i> Punto de equilibrio	153

Resumen

A continuación, se presenta el "Proyecto de pre factibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva "Almy's" confeccionada con textiles anti fluidos en la ciudad de Huaquillas, el cual pretende conocer cuán factible y viable será la microempresa. En el objetivo general se desarrolla un estudio de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva y como objetivos específicos se muestra los siguientes: Determinar la oferta y demanda existente en el cantón Huaquillas a través de un estudio de mercado. Identificar los procesos productivos, tamaño del proyecto, suministros e insumos necesarios para la creación de la microempresa. Definir el talento humano adecuado y aspectos legales para constitución de la empresa. Diseñar un estudio financiero para medir la viabilidad en la creación de una microempresa de venta de ropa deportiva. Referente al mercado objetivo con un rango entre los 15 a los 39 años del total de la población de Huaquillas de 20,384, donde su muestra probabilística es de 379. El estudio financiero se pudo conocer la viabilidad del proyecto mostrando resultados favorables referente a el VAN que es mayor a 0, y un TIR, con un valor de 53,07% lo que representa, que quiere decir que el proyecto es rentable. El periodo de recuperación de la inversión es de dos años ocho meses lo cual se refleja la solvencia y viabilidad financiera para ponerlo en marcha, contando con beneficios que faculta el crecimiento del actual proyecto.

Palabras claves: confección, comercialización, textiles anti fluidos, viabilidad y pre factibilidad.

Abstract

Next, the "Pre-feasibility project for the creation of the sportswear microenterprise" Almy's "made with anti-fluid textiles in the city of Huaquillas is presented, which aims to know how feasible and viable the microenterprise will be. general objective a pre-feasibility study is developed for the creation of the sportswear micro-company and the following are shown as specific objectives: Determine the existing supply and demand in the Huaquillas canton Through a market study Identify the production processes, project size, supplies and inputs necessary for the creation of the microenterprise. Define the appropriate human talent and legal aspects for the constitution of the company. Design a financial study to measure the feasibility of creating a sportswear sales micro-business. Regarding the target market with a range between 15 to 39 years of the total population of Huaquillas of 20,384, where its probabilistic sample is 379. The financial study was able to know the viability of the project showing favorable results regarding the NPV that it is greater than 0, and an IRR, with a value of 53.07% which it represents, which means that the project is profitable. The investment recovery period is two years eight months, which reflects the solvency and financial viability to start it up, with benefits that enable the growth of the current project.

Keywords: clothing, commercialization, anti-fluid textiles, feasibility and pre-feasibilit.

Introducción

En el trabajo de titulación del Proyecto de pre factibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva "Almy´s" confeccionada con textiles anti fluidos, ha sido realizado con la finalidad de conocer su viabilidad.

En el capítulo I, se plantea el problema de investigación, se conoce los antecedentes, aquí se definen los objetivos y la justificación, bases importantes para la continuación de los siguientes capítulos.

En el capítulo II, se encuentran los aportes teóricos existentes sobre el problema, donde se analizan y exponen teorías de autores, investigaciones.

En el capítulo III, comprende la parte operacional de la tesis, en donde se establece el método y procedimiento a seguir para la investigación de campo necesaria.

En el capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación mediante datos obtenidos de la población de estudio, analizar cada estudio de mercado, técnico, administrativo-legal que son necesarios para la creación de la microempresa.

En el capítulo V, se encuentra todo que integra la propuesta mediante el análisis financiero que permite estudiar la capacidad de financiamiento e inversión del proyecto, comprobar su viabilidad y crecimiento de la misma.

Capítulo I

1. Problematización

1.1.Tema

Proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antilíquidos en el cantón Huaquillas.

1.2.Antecedentes generales

La vestimenta deportiva nace en el siglo XIX y XX con la finalidad de ayudar en la comodidad a la hora de hacer deporte. (Esparza Ontiveros, 2010) Son diversas las modificaciones que ha tenido la indumentaria deportiva con el paso de los años, esto contribuye a que el hombre, también esté evolucionando respecto al amplio mundo de la moda, buscando la renovación perenne de la vestimenta y la atención de sus demandas.

Los creadores de conjuntos deportivos a comienzos de este siglo, solo se dedicaban a realizar este tipo de ropa para cubrir el cuerpo de los deportistas y jugadores profesionales. En los años desde 1940 a 1960, la indumentaria comenzó a ser más placentera permitiendo mejor movimiento del cuerpo con base en las fibras sintéticas como: Lana, algodón, nylon, que fueron los materiales más usados en ese tiempo para cada actividad deportiva en particular. (Morales, 2013)

Por otro lado, hace su aparición la ropa deportiva resistente al viento ayudando su utilización cuando se realicen expediciones, exponerse al sol, actividades de juegos, especialmente cuando son en el ambiente exterior (Van Beck, 2019), como respuesta a la alta demanda de mujeres y hombres, porque no solamente la usaban para hacer actividades deportivas, sino para uso diario, debido al confort y alta calidad.

La vestimenta de deporte ha tenido una importante evolución al transcurrir los años, en Europa, el ranking es encabezado por Alemania, luego Francia, España, Italia y el Reino Unido, se debe incluir como país asiático a Japón, al que asisten los equipos de diseñadores de grandes marcas (Escala, 2017) Se determina que aquellos países tienen un gran cumplimiento a los patrones de calidad, obteniendo resultados exitosos en la industria del deporte.

Así mismo en el ambiente micro se habla de Ecuador donde las grandes y medianas empresas se dedican a la manufactura de industria textil generando ingresos considerables, una de las empresas de mayor reconocimiento a nivel nacional es Marathon Sports que se creó el dos de mayo de 1981 en la ciudad de Quito, el nombre inicial fue Casa de Deportes Cía. Ltda. A comercializar vestimenta, calzado y artículos deportivos de toda índole y naturaleza. (Dávila, 2013)

Es así como empezó a tener un crecimiento sostenible, que le permitió extenderse con más locales en varias ciudades, ganando mayor reconocimiento en el mercado,

satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, todo basado en la constancia y perseverancia.

En definitiva esta industria constituye un negocio muy amplio que se ha beneficiado por la innovación tecnológica, en base a la demanda se originó la idea de la creación de la microempresa “Almy’s” para confeccionar prendas con textiles antifluidos de alta calidad que se adapten a las expectativas de hombres y mujeres realzando su figura, protegiéndola y brindándole seguridad.

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera la realización de un estudio de prefactibilidad, incide en la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antifluidos en el cantón Huaquillas, provincia de El Oro?

1.4. Planteamiento del problema

En la actualidad Huaquillas es una de las zonas con mayor actividad comercial, población con un gran espíritu trabajador, donde el comercio es el centro de vida de este sector, comercializando todo tipo de productos nacionales y extranjeros resaltando en su atractivo precio y calidad. (Palacios Rivera, 2015)

En el cantón existen pocas empresas que se dedican a la confección y comercialización de indumentaria deportiva, en donde se debe enfatizar que la creación de otra no trae beneficios a sus propietarios, donde es conveniente optar por

un producto con un valor agregado como la implementación de textiles anti fluidos que puede prevenir líquidos y salpicaduras, por lo tanto a medida que la pandemia se va extendiendo, esto es muy necesario para toda la sociedad.

Por lo antes expuesto, la creación de la microempresa de ropa deportiva, en los actuales momentos se convierte en una ventaja porque facilita a la población de Huaquillas acceder a una prenda que brinde comodidad, especialmente cuando el clima caluroso causa fatiga. Por lo tanto, como empresa es importante satisfacer la necesidad, tomando en consideración que el deporte se ha convertido en un acto de la vida diaria.

1.5.Preguntas de la investigación

- ¿Existen demanda insatisfecha de ropa deportiva en el cantón Huaquillas?
- ¿Cuáles son los procesos requeridos, recursos e insumos para poner en marcha la creación de la microempresa de confección de ropa deportiva?
 - ¿Cuáles son los ámbitos administrativos y legales que facilitan la formación de la empresa?
 - ¿Qué indicadores financieros son los más adecuados para medir la viabilidad de la microempresa?

1.6.Delimitación del problema

Campo:	Empresarial
Área:	Financiera
Aspectos:	Prefactibilidad, microempresa
Tema:	Proyecto de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antilfluidos en el cantón Huaquillas
Espacio:	Cantón Huaquillas, provincia del El Oro.
Tiempo:	2021
Línea de investigación:	Desarrollo e innovación empresarial

1.7.Justificación

El proyecto tiene como propósito generar soluciones a la población de Huaquillas referente a la comodidad y protección con telas antilfluidos en las prendas deportivas a ofrecer, en la actualidad es necesario confeccionar estas prendas debido a su tecnología implementada que previene la acumulación de bacterias, considerando preciso la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s” .

Además se debe pensar como empresa en siempre brindar y satisfacer las necesidades que presentan los clientes. Hoy en día la prenda con insumos de calidad

son más exitosos, con mayor durabilidad y sobretodo genera mayor confianza debido a su comodidad.

El proyecto beneficiará tanto a los habitantes del cantón Huaquillas, como a turistas y cierto porcentaje de personas desempleadas de la localidad gracias a la oferta de trabajos generados por la creación de la microempresa, siendo de gran importancia para el desarrollo del negocio.

El proyecto cuenta con una relevancia social, debido a las capacidades y oportunidades que genera su personal de trabajo, mejorando su estilo y calidad de vida debido a las ventas generadas es decir, que de esta manera se van a obtener los recursos económicos necesarios para poder solventar las necesidades que se presente a corto, mediano y largo plazo..

El presente trabajo de investigación es conveniente desarrollarlo para llevar la iniciativa a varias empresas que en la actualidad opten por emprender la misma línea de negocio de ropa deportiva, que sea cómoda y acorde a las preferencias de los clientes que actualmente están vinculados con este proceso de innovación.

Con relación al valor teórico, del presente proyecto se realizará un análisis de la situación actual del mercado que facilite la obtención en cuanto a la información para que aporte al eficiente funcionamiento para la microempresa, además se tendrá en cuenta diversas teorías de casos relacionados con el único objetivo de realizar

observaciones y tomar técnicas y estrategias que hayan sido de gran importancia para las empresas.

La microempresa desarrollará alianzas estratégicas para permitir el ingreso a nuevos mercados y promover el contacto directo con los clientes, permitiendo altos niveles de satisfacción, siendo de mayor relevancia el ser competitivas en el mundo empresarial

Inclusive al momento de confeccionar este tipo de ropa deportiva se opta por adquirir lo propio, en este caso con lo que compete a la materia prima nacional, de esta manera mejorando el desarrollo económico y financiero del país.

A partir del punto de vista metodológica, se empleará procesos e instrumentos de investigación que estén alineados con sus objetivos clave para detectar y a su vez generar soluciones que sean factibles a la problemática mediante un tipo de estudio que determine cuáles son los beneficios que origina la creación de la microempresa.

1.8.Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de prefactibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, confeccionada con textiles antilfluidos en el cantón Huaquillas.

1.8.2. Objetivos específicos

- Determinar la oferta y demanda existente en el cantón Huaquillas a través de un estudio de mercado.
- Identificar los procesos productivos, tamaño del proyecto, suministros e insumos necesarios para la creación de la microempresa.
- Definir el talento humano adecuado y aspectos legales para constitución de la empresa.
- Diseñar un estudio financiero para medir la viabilidad en la creación de una microempresa de venta de ropa deportiva.

1.9. Conclusión

En este capítulo se describe las razones de la creación de la microempresa dedicada a la confección de ropa deportiva, con un tipo de tecnología añadida a la prenda como es el textil anti fluidos, que es un protector que repele líquidos y salpicaduras que en la actualidad es necesaria para los deportistas, personas que realizan actividades físicas frecuentes, que puedan usar ropa cómoda que permita llevar un día a día más práctico, disfrutando mucho más el tiempo. Debido a que el mundo dio un giro drástico en base a la crisis sanitaria se llega a la conclusión que un textil inteligente es mucho más funcional, eficiente y durable.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1.Marco teórico

2.1.1. Proyecto de factibilidad

Los proyectos factibles son aquellos proyectos o investigaciones que proponen la formulación de modelos, sistemas entre otros que dan soluciones a una realidad o problemática real planteada la cual fue sometida con anterioridad o estudios de las necesidades a satisfacer. (Balestrini, 2002)

Por consiguiente, factibilidad es la consecución de una actividad, la cual es posible o tiene posibilidades de conseguirse. Antes de comenzar el estudio de factibilidad es relevante considerar que todo proyecto individual o en grupo, es una organización. Por tal motivo, entender y agregar esto en la definición de proyecto es de gran interés para la inclusión de opiniones y procedimientos, especialmente si se busca respaldar cambios de cultura y de comportamiento. Esto abarca las definiciones de ahorrar, utilidades e inversiones, muy necesarios para estructurar proyectos sustentables. (Luna & Chaves, 2001)

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertirlo en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad, para ello se necesita

definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera. (Siso, 2002)

2.1.2. Proyecto de pre factibilidad

Explica Meza (2014), que un proyecto sea pre factible de cierta forma, por tanto profundizar la investigación recopilando datos de forma minuciosa lo que representa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas en fuentes tanto primarias como secundarias, porque de esta manera ayudan al investigador que encuentre de manera eficiente, eficaz y verídica toda la información que necesita es menester hacer investigaciones de campo para poder llevar a cabo un buen proyecto de pre factibilidad.

Al desarrollar una investigación, se consideran algunas variables y se delibera acerca de los enfoques principales de la idea. Es necesario que se recopile toda la información posible para tener conocimiento sobre qué situaciones riesgosas se vendrán tras la realización del proyecto. Si se estima que su implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad. Este es el último paso antes de que el proyecto se materialice como el investigador desea. Otro aspecto importante, que se debe abordar en este estudio preliminar, es el que concierne a la cuantificación de los requerimientos de inversión que plantea el proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. (Merino & Pérez, 2015)

Finalmente, es necesario proyectar los resultados financieros del proyecto y calcular los indicadores que permitan evaluarlo. El estudio de prefactibilidad se lleva a cabo con el principal objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones positivas y negativas que rodean al presente proyecto de prefactibilidad.

Thompson (2017), enfatizó en su apartado: que al momento de preparar un proyecto se establece de cierta forma diferentes estudios de viabilidad, porque gracias a ello se puede comprender de forma detallada y recopilada el resultado del diagnóstico, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, localización; disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros más.

Se deben investigar siempre las diferentes técnicas y las posibilidades de llevarlas a cabo a la población de estudio. También es necesario realizar un análisis si existen insumos y materias primas disponibles para ejecutar el proyecto, además es primordial sondear al mercado para determinar si el nuevo producto tendrá aceptación de parte del grupo objetivo y cuáles deben ser los canales de distribución.

2.1.3. Creación de una microempresa de ropa deportiva

Cuando se hace referencia a microempresa se está especificando la manera de producir en escalas menores, con un enfoque de negocio familiar en todos los

ámbitos del sistema de producción, donde se manejan hasta 5 recursos humanos.

(Flores, 2018)

El negocio puede ser manejado por persona natural, miembros de una familia o equipo de personas, que no necesitan altos ingresos.

Sin embargo, la empresa será un gran aporte de ingresos para el grupo familiar, generalmente son asociaciones de economía popular, como son ideas emprendedoras de una persona, con base familiar, de una comuna o barrio, empleados a domicilio, los minoristas, los micro negocios de forma general.

La vestimenta deportiva, capta el interés del ámbito de la moda, es innovador usar outfits con zapatillas casual, licras con zapatos con tacón, o ropa de yoga en el lugar de trabajo es cada vez más común. Las marcas reconocidas se direccionan a nuevos grupos de interés relacionado a una vida saludable. (Escaleas, 2020)

En la época actual el vínculo entre indumentaria de deporte y la moda no es una directriz, sino que las personas tienden mucho más a lo saludable, la reutilización, lo que permite a marcas reconocidas en el ámbito del deporte a la búsqueda de la creciente innovación en características, diseño que se visualice en indumentaria que refleje una mejor estética para quienes la usan.

Es fundamental, que el mundo globalizado actual, permite que las grandes tiendas de marcas deportivas, tienen una nueva visión, que permite realizar investigaciones

más profundas para lanzar productos al mercado, enfocadas en lo que el cliente desea.

2.1.4. Estudio de mercado

El estudio de mercado es la recopilación y análisis sistematizados de información de un mercado específico, las organizaciones requieren esta información en algunos escenarios para desarrollar productos o servicios y enfocarlos a las necesidades del consumidor. Así, el estudio de mercado es parte del marketing donde las organizaciones analizan el comportamiento del mercado y los riesgos que puedan existir. (Sanchez Galan , 2019)

La importancia del estudio de mercado está en que recoge todos los datos relevantes de los bienes o servicios que ofrecerá la idea de negocio, y otorgará la información adecuada para la toma de decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. (Orozco, 2013)

Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, porque a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizará sus actividades económicas.

2.1.5. Estudio técnico

El estudio técnico es el segundo paso a realizarse después del estudio de mercado al analizar la factibilidad de cualquier proyecto de inversión. El estudio técnico tiene por objetivo proporcionar información necesaria para poder cuantificar el monto total tanto de las inversiones como de los costos de operación referentes a esta área.

(Sapag, 2012, p. 89)

En el presente estudio, lo que se busca es determinar la cantidad de dinero que se necesitará para poner en marcha un proyecto, la cantidad de materiales que deberá tener en existencia para poder producir los bienes y servicios, que el mercado está dispuesto a consumir en un tiempo determinado, el lugar y de qué manera específicamente lo emprenderá.

Este estudio tiene por objetivos: la verificación de las posibilidades técnicas de fabricación del producto, analizar y determinar el tamaño, la localización adecuada, los equipos, las organizaciones y las instalaciones necesarias para llevar a cabo la producción. Por lo tanto, el estudio técnico se divide en cuatro partes que son: tamaño físico del proyecto, localización del proyecto, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo (Urbina, 2010)

El proceso técnico se enfoca en realizar un diseño de la función de producción más óptima donde se puede utilizar los recursos a disposición para así alcanzar el

bien o servicio estimado, de acuerdo a lo expuesto por el autor se conoce que la información técnica y física se transforma en unidades monetarias.

En el presente estudio, lo que se busca es determinar la cantidad de dinero que se necesitará para poner en marcha un proyecto, la cantidad de materiales que deberá tener en existencia para poder producir los bienes y servicios, que el mercado está dispuesto a consumir en un tiempo determinado, el lugar y de qué manera específicamente lo emprenderá.

La localización expresa situar geográficamente el escenario en el que se desarrollará la nueva unidad de producción, para el efecto hay que realizar un análisis de varios datos que son imprescindibles y son la razón de la localización; los factores económicos no son los únicos que se toman en cuenta, sino también los relativos con la empresa y el entorno de mercado. (Pasaca, 2010).

El propósito de la ingeniería del proyecto es proporcionar una solución para todo lo relacionado con: mostrar los equipos y operaciones de la planta, los procesos de fabricación y la maquinaria y el equipo necesario.

2.1.6. Estudio organizacional

Los estudios organizacionales son el efecto de la agregación de varias disciplinas de tipo humanista, como la sociología, la historia, la psicología y la antropología, el

estudio organizacional, analiza cómo repercute y se controla la administración de las empresas. (Pérez & Guzmán, 2014)

Este estudio muestra los elementos que precisan otros instrumentos como el organigrama y la forma de enfocar los recursos humanos con el objeto de establecer un perfil adecuado y la consecución de la misión global de la empresa.

Por lo tanto, busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades definiendo 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.

Este estudio tiene como propósito conceptualizar el tipo de organización que necesita la nueva empresa, basándose en sus requerimientos operativos y de presupuesto. Alcanza el análisis del estudio jurídico de la forma como la empresa marchará, la especificación de la organización idónea, las características relevantes del proyecto, y la explicación de los procesos y reglamentaciones regulatorias de las acciones durante el período operativo. (Orozco, 2013)

Las actividades necesarias para la ejecución y operación del proyecto deben ser programadas, coordinadas, realizadas y controladas. Por esta razón, toda empresa debe seleccionar la forma de organización que requiere, a través de una estructura

organizacional, cuya implementación tendrá efectos financieros tanto en el monto de la inversión inicial como en los costos operacionales, es la etapa final de la formulación del proyecto, acumula y pondera todos los datos que son resultado de los estudios de mercado, estudio técnico.

2.1.7. Estudio financiero

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Con base en la Ingeniería del proyecto se determinan los costos totales, así como la inversión inicial en la que se va a incurrir. (Ukessays, 2015)

Con este estudio se busca determinar cuál es el monto total de recursos económicos que se requiere para la ejecución del proyecto. es la etapa final de la formulación del proyecto, acumula y pondera todos los datos que son resultado de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional.

Las etapas anteriores tienen una secuencia, lo que establece un orden. Una vez que el evaluador del proyecto considere que hay mercado para el bien o servicio, que no hay obstáculos técnicos y legales para la puesta en marcha del proyecto, se determinará el monto de las inversiones para que el proyecto sea operativo y a definir ingresos y costos para la evaluación. Con estos datos se realiza, mediante indicadores de renta, la evaluación financiera de la idea. (Valencia Meza & Reyes Pérez, 2016).

2.1.8. Estudio económico

El objetivo principal del estudio económico es determinar la factibilidad económica del desarrollo del proyecto, conocer de forma detallada los costos de materia prima, mano de obra en general para el funcionamiento del negocio.

(Renderos Palomo, 2009)

Igualmente, es fundamental agregar en esta etapa el cálculo de la cantidad económica de producción, conocido punto de equilibrio. Sin embargo, no es una herramienta evaluativa, porque no son ventajas metodológicas, pero si es una base referencial importante para las organizaciones de producción que permiten igualar costos e ingresos totales. (Burgos, 2017)

2.1.9. Indicadores financieros

Valor presente neto (VPN)

Es el valor presente de los flujos de efectivo netos de un proyecto de inversión, menos la inversión inicial del proyecto. (Van & Wachowicz, 2002)

La fórmula que se usa para calcular el valor presente neto es:

$$VPN = \frac{\text{Valor Final}}{(1 + \text{interés})^{\text{número de años}}}$$

Valor actual neto (VAN)

Según Velayos Morales (2014), menciona en su artículo que el van es una razón de inversión que permite restablecer los cobros y pagos de un proyecto para determinar la utilidades o desventajas de la inversión.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)_t} - l_0$$

Tasa interna de retorno (TIR)

Este indicador determina la viabilidad de invertir en un tipo de empresa, tomando en cuenta otras formas de inversión de riesgo bajo. La TIR es una proporción que calcula la viabilidad de un proyecto, estableciendo la utilidad de los cobros y pagos actuales dados por una inversión. (Torres, 2020)

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{Fn}{(1+i)_n} - 0$$

Sin duda este indicador convierte la utilidad de la unidad en una proporción o tasa de rentabilidad, que se compara a las tasas de rentabilidad, que se compara a las tasas de rentabilidad de una inversión de riesgo menor, y así establece posibles opciones con mayor rentabilidad. Si la rentabilidad del proyecto es menor, no se debe realizar la inversión.

Razón beneficio costo (RBC)

Fundamentalmente está definido como el cociente entre el valor presente equivalente de los beneficios y el valor presente equivalente de los costos, usando para la tasa mínima de retorno prefijada. (Varela Villegas, 1987)

$$\text{Razón Beneficio Costo} = \frac{\text{Valor Presente de Beneficio}}{\text{Valor Presente de Costos}}$$

2.2.Marco conceptual

Innovación. “Es cualquier modo de hacer las cosas de forma distinta en el reino de la vida económica, ejemplo de innovación sería la introducción de un nuevo producto, un nuevo método de producción o la apertura de un nuevo mercado”. (Sánchez, 2008)

Insumos: Materia prima o a los componentes de producción que son fundamentales para la realización de ciertos productos, por lo general las empresas administran sus insumos de manera equitativa que indagan más para satisfacer la demanda y no parar el proceso de producción. (Yida, 2021)

Inversión: Méndez (2005) afirma que “es la compra de medios de producción y fuerza de trabajo; contribuye a la información y acumulación de capital” .

Mercado: Grupo de compradores reales y potenciales de un producto o servicio, donde estos actores conllevan una necesidad o deseo específico que puede ser satisfecho mediante un intercambio. (Armstrong & Kotler, 2013)

Mercado empresarial: “Se compone de todas las organizaciones que adquieren bienes y servicios para utilizarlos en la producción de otros productos o servicios que se venden, alquilan o suministran a otros”. (Kotler & Keller, 2012)

Proceso: Según Hernández & Rodríguez (2011), “El término proceso significa secuencia o transformación continua de una idea para llegar a finalidades precisas; también se utiliza para referirse a la transformación de materiales en productos, o de datos en información con un objetivo concreto”

Producción: Render & Heizer (2007), afirmaron que “producción es la creación de bienes y servicios que se realizan en todas las organizaciones”.

Recursos económicos: “Insumos requeridos por una unidad de producción, para generar que el proceso de producción fluya, para la comercialización o generación del servicio”. (Jileana, 2020)

Ropa deportiva: Es ropa concretamente elaborada para hacer deporte, involucra un diseño, insumos, tecnología, que están vinculadas con el confort, seguridad, eficiencia. También es importante mencionar que este tipo de ropa es muy

consumida, que se incorpora en el día a día en la moda informal o casual, generando un indicio cultural efectivo”. (Arévalo Orejuela, 2012)

Tecnología: “El término tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que poseemos sobre cómo hacer las cosas, incluidos los inventos, las técnicas y el amplio cúmulo de conocimiento organizado acerca de todo”. Koontz, et al (2012)

Textiles antilíquidos: Es un acabado textil que repele líquidos y mojaduras accidentales, muy usuales por personal del área de salud que tienen contacto con pacientes, siempre es conveniente estar protegido, por este motivo es importante usar este tipo de tecnología. (Pesantes, 2015)

2.3.Marco ambiental

La responsabilidad social empresarial (RSE) son los compromisos que asume una organización para mitigar el impacto ambiental, que repercute en lo laboral, social, y económico, que brinda beneficios para el entorno social. (Xunta de Galicia, 2020)

Las empresas exitosas se encuentran al frente de la eficiencia y de la innovación. En años recientes, problemas como la contaminación, la seguridad del producto y la seguridad laboral han aumentado en cuanto a su significancia.

Por ser las empresas agentes económicos cuyas acciones, como negocios, tienen un impacto considerable, deben ser impulsadas a tomar en cuenta los efectos que sus políticas y acciones ejercen sobre la sociedad como un todo. Por lo tanto, ninguna

empresa puede ignorar las obligaciones de una ciudadanía responsable. (Gonzales Urbina, 2016)

Además, las expectativas de los trabajadores, consumidores y diversos grupos de interés, crean otras dimensiones del ambiente externo a las que las empresas deben responder, a fin de lograr la maximización de la riqueza a largo plazo. Ser una empresa responsable, según la (Revista Expansión, 2014), es más que seguir el modelo de Responsabilidad Social Empresarial, que incluye aspectos sociales y medioambientales, que genera valor agregado al incorporarlo en sus actividades.

Dentro de la Responsabilidad Ambiental es importante la reducción de materia prima y el impacto ambiental, donde se pueden considerar actividades y promover el reciclaje, mitigar el consumo de energía o fijar los contextos de actividad de los proveedores, integrar a personas con riesgo de exclusión social en la plantilla.

2.4. Variables

2.4.1. Variable independiente: Proyecto de pre factibilidad

“Son proyectos esencialmente dinámicos, es decir; aquellos donde se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria”. (Sapag Chain, 2011)

2.4.2. Variable dependiente: Creación de una microempresa de ropa deportiva

La creación de una microempresa necesita estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos de cara a la consecución de una serie de objetivos establecidos por los emprendedores en la puesta del funcionamiento de su actividad comercial. (González, 2011)”

2.5.Operacionalización de las variables

Tabla 1.

Variable independiente: Proyecto de pre factibilidad

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
“Son proyectos esencialmente dinámicos, es decir; aquellos donde se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria” (Sapag Chain, 2011)	Estudio financiero	Monto de inversión	¿ Cuenta ud con el recurso económico para la compra de ropa deportiva? ¿Cuánto asigna ud para adquirir ropa deportiva?	Encuesta dirigida a la población de Huaquillas
	Estudio técnico	Recursos	¿Le gustaría que se implemente un local de ropa deportiva dentro del cantón? ¿Dónde le gustaría poder adquirir las prendas deportivas?	

Tabla 2.

Variable dependiente: Creación de una microempresa de ropa deportiva

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
La creación de una microempresa necesita estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos de cara a la consecución de una serie de objetivos establecidos por los emprendedores en la puesta del funcionamiento de su actividad comercial. (Gonzalez, 2011)	Estudio de mercado	Nivel geográfico	¿En alguna ocasión estaría dispuesto a adquirir una prenda deportiva? ¿Cuántas veces al año le gustaría adquirir este tipo de prendas?	Encuesta dirigida a la población de Huaquillas
	Estudio económico	Ingresos	¿Cuenta ud. con el recurso económico para la compra de ropa deportiva?	

2.6.Conclusión

En este capítulo se aborda la fundamentación teórica en base a autores que aporten al proyecto, determinando las variables con el fin de identificar cuáles son las causas y efectos del problema así mismo el marco conceptual señalando los diferentes términos utilizados en el proyecto, con la finalidad de ampliar el conocimiento y comprensión del tema.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1. Plan de investigación

Un plan de investigación consiste en la previsión de las distintas actividades que deberá realizar el investigador durante todo el proceso, las cuales deberán preverse para ser ejecutadas con una secuencia lógica determinada y de acuerdo a las etapas que durará su ejecución y los recursos necesarios para su realización. Este plan es importante porque permite determinar los objetivos, establecer lineamientos, orientar las actividades. (studlycorp , 2011)

Por el lugar:

Bibliográfica. La información de tipo bibliográfica es caracterizada por el uso de los datos secundarios como fuentes de información que pretende dar soluciones a problemas planteados por una doble vía. (Sampieri & Fernández, 2010).

Documental. Una investigación documental es una disciplina instrumental, que posee una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos. (Tancara, 2019).

De campo. Es la que tiene como objetivo recolectar datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde se presentan los hechos, sin manipular las variables o alterar las condiciones existentes. (Fidias & Arias, 2006).

En el proyecto se utiliza la investigación de campo, donde se realiza la visita al lugar donde se creará la microempresa, con el fin de conocer las preferencias de los clientes con respecto a este tipo de ropa deportiva y si tendrá aceptación entre los turistas que también visitan el lugar.

Por el enfoque

Investigación científica. Al respecto, Para Hernández, Fernández y Baptista, (2014), expresa que “Son procesos consecuentes, críticos y empíricos que son aplicables al análisis de un fenómeno o problema”. (Citado en Neill & Cortez Suárez, 2018, p.14)

Enfoque participativo. Es un método de investigación que se basa en el aprendizaje colectivo de la realidad, en donde se realiza un análisis crítico con la participación activa de las personas implicadas. (Colmenares, 2011).

3.2.Métodos de investigación

Método inductivo-deductivo

El método inductivo, es un procedimiento que va de lo individual a lo general, además de ser un procedimiento de sistematización que, a partir de resultados particulares, intenta encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten a diferencia del inductivo, es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular.

Posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son. (Gómez Bastar, 2012)

Método científico

Es un método de investigación utilizado fundamentalmente en la generación de conocimiento en las ciencias, reside en la observación metodológica, la comprobación, la experimentación, la formulación, el análisis y la modificación de las hipótesis. (Labajo González, 2015)

Método análisis síntesis

Los métodos analíticos y los métodos sintéticos pueden ser utilizados, y con frecuencia así sucede, como métodos complementarios en la investigación. El proceso analítico se contrapone, como se afirmaba antes, al proceso de síntesis que consiste en agregar lo que previamente estaba separado. (Pimienta & De la Orden, 2016)

Método estadístico inferencial

Este método sirve para demostrar la correlación de variables o aprobación de hipótesis ofreciendo conclusiones bajo una probabilidad o nivel de confianza. (Gómez Bastar, 2012)

Por ende, el presente estudio será basado bajo un método inductivo- deductivo, debido a que se tomarán datos a través de una encuesta que permita identificar gustos

y preferencias de los posibles clientes de ropa deportiva “Almy’s”, en el cantón Huaquillas.

3.3. Técnicas e instrumentos de investigación

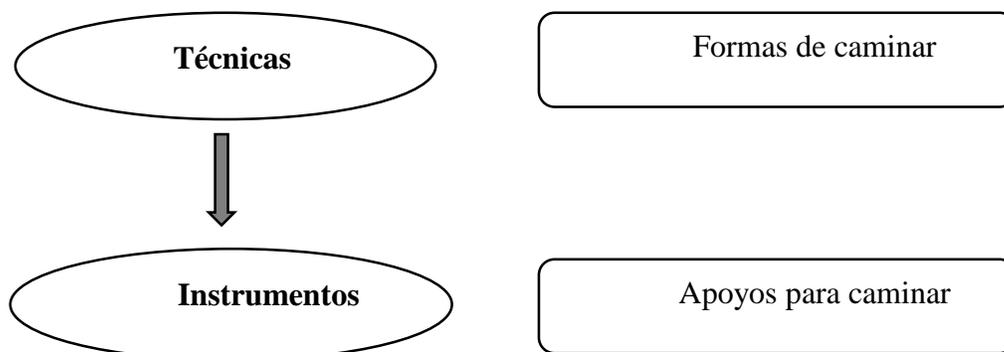


Figura 1. Técnicas e instrumentos de investigación

Fuente: Adaptado de: (Sampieri & Fernández, 2010)

Entrevista

El autor Díaz (2013), indicó que es un diálogo que se entabla entre dos o más personas, en donde el entrevistador formula preguntas abiertas de acuerdo al objetivo de su investigación y selección de personal.

Encuesta

De acuerdo lo que establece Abascal y Grande (2013), Las encuestas son técnicas que se aplican en el sector de la investigación para obtener datos necesarios y realizar un correcto análisis de ciertos temas.

Análisis documental

El análisis documental son procedimientos direccionados a figurarun documento y su contenido en una forma diferente de la original, con el propósito de posibilitar su identificación y recuperarlo posteriormente. (Castillo, 2004)

Sin embargo, en la presente investigación se aplicará una encuesta a los habitantes del cantón Huaquillas (hombres y mujeres) entre 15 y 39 años.

Tabla 3.

Técnica e instrumento de investigación del proyecto

Técnica	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario

3.4. Tipos de investigación

Según los autores Camirra y Cartaya (2009) en su guía para la investigación académica. Los tipos de investigación se clasifican de las siguiente manera:

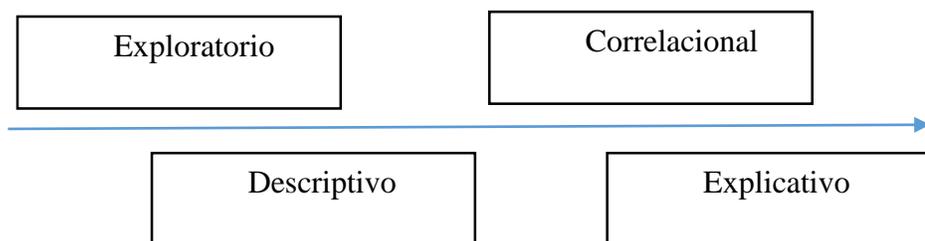


Figura 2. Tipos de investigación

Investigación exploratoria

Es el inicio de cualquier proceso científico. Se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco examinado, es decir cuando no hay suficientes estudios previos y es difícil formular hipótesis. Se aplica cuando el tópico ha sido tratado escasamente, cuando no existe suficiente información o cuando no se dispone de medios para lograr mayor profundidad. (Stracuzzi & Pestana, 2012)

Investigación descriptiva

En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. (Jimenez, 2020)

Investigación correlacional

Este tipo de investigación supone una posible relación estadística entre variables cuantitativas. Como se menciona, en este tipo de hipótesis se especifica las relaciones

entre las distintas variables y llegan a alcanzar un nivel lingüístico. (Cabezas Mejía, Andrade Naranjo, & Torres Santamaría , 2018)

Investigación explicativa

Explica los motivos por qué acontece un fenómeno, y los contextos por las que se manifiesta, además de la dependencia que existe entre dos o más variables. (Mejía Jervis, 2010)

Para el presente proyecto, se aplicará la investigación descriptiva que permitirá realizar el estudio de las variables que es la creación de una microempresa de ropa deportiva “Almy’s”, en el cantón Huaquillas.

3.5.Fuentes de investigación

De acuerdo a la autora Rizo (2015) las fuentes de investigación se clasifican de la siguiente manera:

Fuentes primarias

Las fuentes primarias son todos los documentos originales, que proporcionan datos de primera mano, se menciona los siguientes:

- Informes de organismos internacionales
- Publicaciones de periódicos
- Libros

- Tesis, artículos
- Informes técnicos

Fuentes secundarias

Incluye información primaria, resumida y reorganizada. Están principalmente planteadas para proporcionar el acceso a las fuentes primarias o a lo que contiene. Combinan la colección de referencia de la biblioteca y ayudan a controlar y en el acceso a fuentes primarias. (Silvestrini Ruíz & Vargas, 2008)

3.6.Población

Al respecto, Fracica (1988), menciona que población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (Citado en Bernal, 2010,p.160).

Población infinita. “Es la que se desconoce el total de los elementos que la integran, por cuanto no existe un registro documentos, debido a que su elaboración es imposible”. (Fidias & Arias, 2006).

Población finita. La conforma una pequeña cantidad de elementos, su número está definido de forma clara, además de ser mensurables también tienen la capacidad de ser agrupables. (Jileana, 2020)

Población de estudio, blanco o diana. Este tipo de población generaliza conforme a las conclusiones del estudio, haciendo referencia al objeto principal. Ej. Estudiantes del séptimo año de educación básica. (Suárez, 2011)

Población accesible. Grupo de casos que brindan satisfacción a los criterios predeterminados, además son asequibles para investigadores. (Carrillo Flores, 2015)

3.6.1. Cálculo de población

La población considerada en la presente investigación son los habitantes del cantón Huaquillas, provincia de El Oro. Según el INEC (2010) se compone de la siguiente manera:

Tabla 4.

Datos de la población Huaquillas

Total de la población de Huaquillas	
Hombres	24,120
Mujeres	24,165
Total	48,285

3.7. Tamaño de la muestra

De acuerdo al INEC se considerará a las personas que tengan 15 años hasta los 39 años, que se estima que serán clientes potenciales para las prendas que se estima confeccionar.

Tabla 5.

Población por rango de edad

Grupos de edad	Hombres	Mujeres	Total de población
15-19	2,454	2,462	
20-24	2,131	2,251	
25-29	1,992	2,075	
30-34	1,750	1,951	
35-39	1,622	1,693	
	9,952	10,432	20,384

3.7.1. Muestra

Según los autores Tamayo y Tamayo (2006), “la muestra forma parte de un conjunto de operaciones que se ejecutan para realizar el estudio de la distribución por características en común de la integralidad del universo como población, o grupo cuyo punto es la observación de un porcentaje de la población escogida”

3.7.2. Tipos de muestra

Muestra probabilística

“Es un método que hace referencia al análisis de un grupo pequeño de una población que son seleccionados de forma aleatoria” (Porrás, 2014).

Muestra no probabilística

“Este muestreo busca la representatividad de la población considerando las restricciones que imponen tanto la economía como la factibilidad del muestreo”.

(Porras, 2014)

3.7.3. Cálculo de la muestra

Para la presente investigación se tomará como población del cantón Huaquillas provincia de El Oro por rango de edad y se calculará de la siguiente manera:

Población objeto de estudio: 20,384 habitantes.

El objeto de investigación es tomado para identificar los gustos y preferencias de los consumidores y posibles clientes potenciales del cantón Huaquillas.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Dónde:

- N=es el tamaño de la muestra
- Za=es el nivel de confianza (90%)
- p=probabilidad de éxito, o proporción esperada
- q = probabilidad de fracaso
- d = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{N z^2 p q}{d^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(20384) * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (20384 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{19,576.7936}{50.9575 + 0.9604}$$

$$n = 379.26$$

$$\mathbf{n = 379}$$

3.7.4. Análisis de los resultados.

Según Kinnear (1993), el análisis de resultados es el procedimiento que incluye la edición y codificación de la información que ha sido recolectada y se debe revisar su legibilidad, consistencia y totalidad de sus datos. p.169

La presente encuesta está dirigida para la población de 15 a 39 años del Cantón Huaquillas, provincia de El Oro.

Tabla 6.

Técnica del proyecto

Técnica	Cantidad	Dirigido
Encuesta	379	Población del cantón Huaquillas

3.8. Conclusión

En este capítulo se identifica los métodos y técnicas a emplear en el proyecto, estableciendo la población, con la finalidad de extraer el tamaño de la muestra, segmentando en un rango de 15 a 39 años tanto para hombres y mujeres aplicando la técnica de la encuesta con el propósito de conocer los gustos y preferencias y posibles clientes potenciales que el proyecto obtendrá.

Capítulo IV

4. Formulación del proyecto

4.1.1. Análisis e interpretación de resultados

1. ¿Le gusta vestir prendas deportivas?

Tabla 7.

Gustos en prendas deportivas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	378	99%
No	1	1%
Total	379	100%

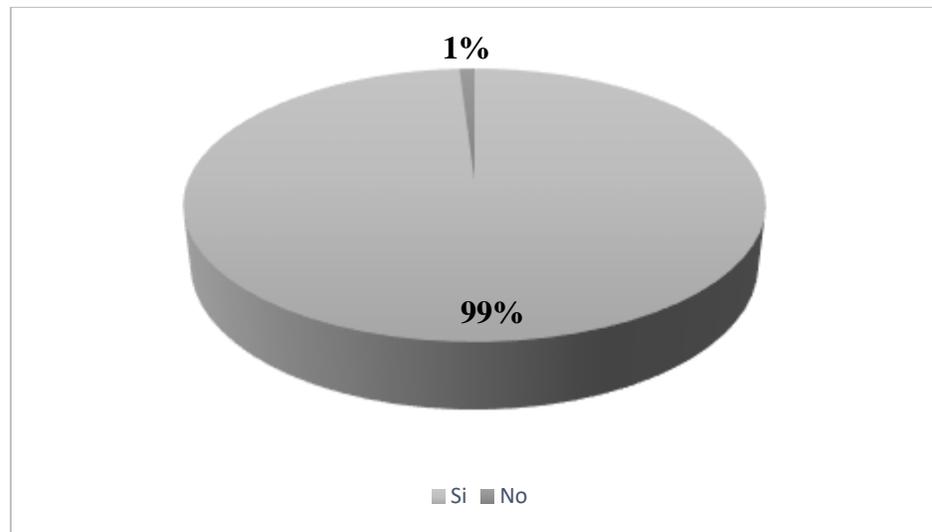


Figura 3 Gustos en prendas deportivas

Análisis e interpretación: Se evidencia que a la población le gusta vestir ropa deportiva, ese 99% de aceptación da como resultado buena acogida al proyecto, porque permite abarcar gran parte del mercado ofreciendo prendas deportivas.

2. ¿Considera Ud. que la ropa deportiva es:

Tabla 8.

Uso de la ropa deportiva

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Solo para hacer deportes	44	12%
Uso cotidiano	34	9%
Ambas	301	79%
Total	379	100%

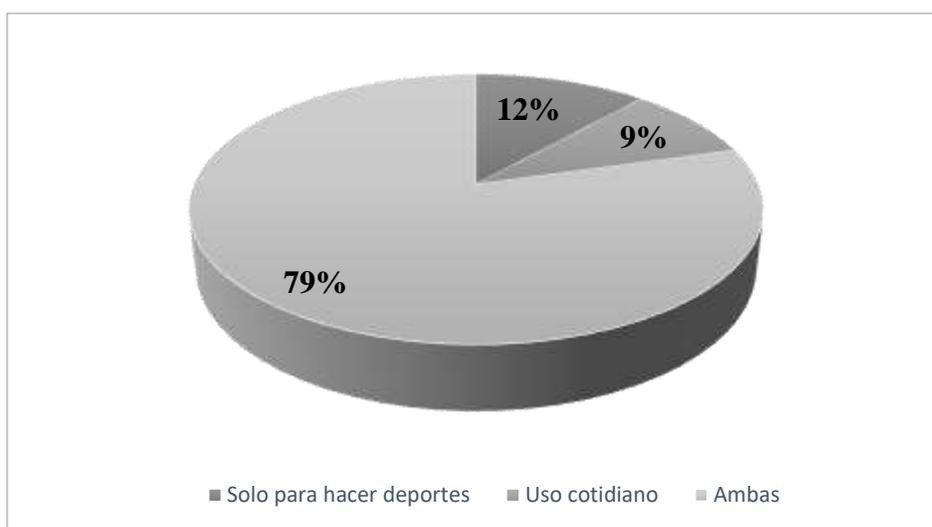


Figura 4. Uso de la ropa deportiva

Análisis e interpretación: Se evidencia que un 79% de la población utiliza las prendas deportivas durante las actividades físicas y actividades diarias o uso cotidiano, es notorio que hoy en día la gente se preocupa por tener una vida saludable y es necesario el tipo de ropa adecuada para realizarla, obteniendo como resultado un mercado muy positivo, para que las prendas tengan buena aceptación en el mercado. Ese porcentaje ayuda a diseñar prendas de mayor comodidad.

3. ¿Compra usted prendas deportivas?

Tabla 9.

Demanda de ropa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	378	99%
No	1	1%
Total	379	100%

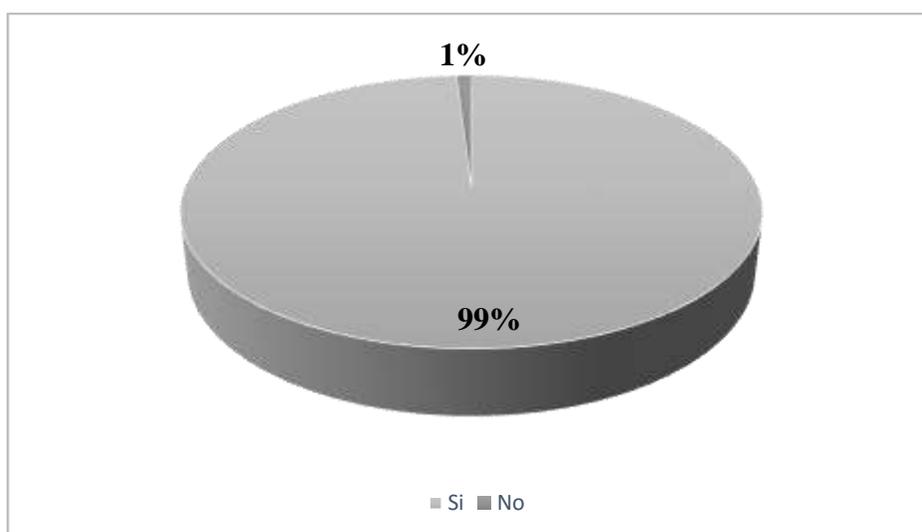


Figura 5. Demanda de ropa

Análisis e interpretación: De conformidad con los resultados de la encuesta a la población de Huaquillas, se evidenció que el gran porcentaje compra prendas deportivas, algo positivo para el proyecto, porque permite pronosticar ventas futuras y conocer que el mercado es bastante amplio para ofertar las prendas deportivas., obteniendo mayores ganancias.

4. ¿Qué prenda deportiva es de preferencia al momento de la compra?

Tabla 10.

Preferencia en diseños

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ternos deportivos	42	11%
Calentadores	61	16%
Camisetas	117	31%
Pantalonetas	117	31%
Lycras	42	11%
Total	379	100%

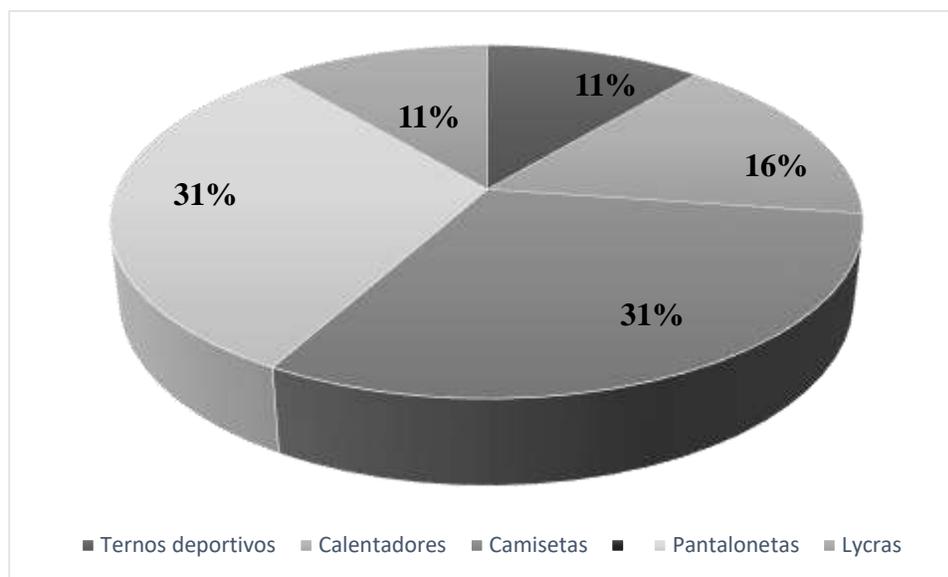


Figura 6. Preferencia en diseños

Análisis de interpretación: Conforme a la encuesta realizada se evidencia que los mayores porcentajes se direcciona a las camisas, y short, por lo tanto, se cataloga como las prendas más usadas, y como proyecto, conocer cuáles serán las prendas que tendrán mayor demanda, es así que igual se tiene aceptación de los otros tipos que serían demandados sin ningún problema.

5. ¿Dentro de los tonos de las prendas prefieres?

Tabla 11.

Tonos de preferencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tonos encendidos	25	7%
Tonos neutros	112	30%
Todos los tonos	242	64%
Total	379	100%

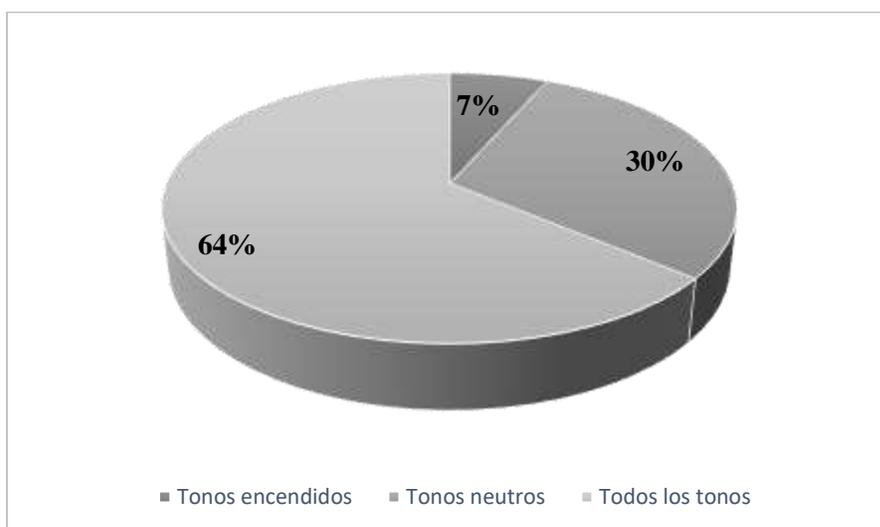


Figura 7. Tonos de preferencias

Análisis e interpretación: De conformidad con los resultados de la encuesta a la población de Huaquillas, se evidenció un porcentaje alto en que la variedad de tonos en las prendas deportiva es recomendable, permite tener varias opciones a elegir de los clientes, a enfocar también en que un porcentaje llamativo prefiere tonos neutros. Es necesario elegir como empresa las telas y colores adecuados al momento del diseño.

6. ¿Qué es lo que le motiva a comprar ropa deportiva?

Tabla 12.

Motivos de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	25	7%
Calidad	299	79%
Moda	45	12%
Precio	10	3%
Total	379	100%

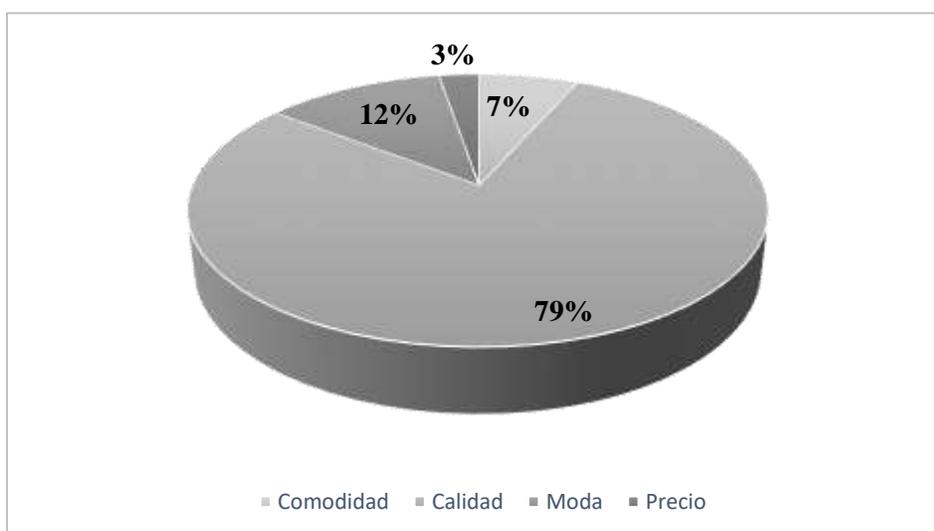


Figura 8. Motivos de compra

Análisis e interpretación: Conforme a la encuesta realizada, se valida dentro de los 379 encuestados, un alto porcentaje prioriza su compra por la calidad de la tela, dando como resultado en priorizar la materia prima más recomendable para cumplir con las expectativas de los clientes, sin dejar de lado aquel mercado competitivo enfocado en el precio.

7. ¿En dónde generalmente le gustaría realizar la compra de su prenda?

Tabla 13.

Lugar de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tienda online	25	7%
Centro comercial	112	30%
Local propio	242	64%
Total	379	100%

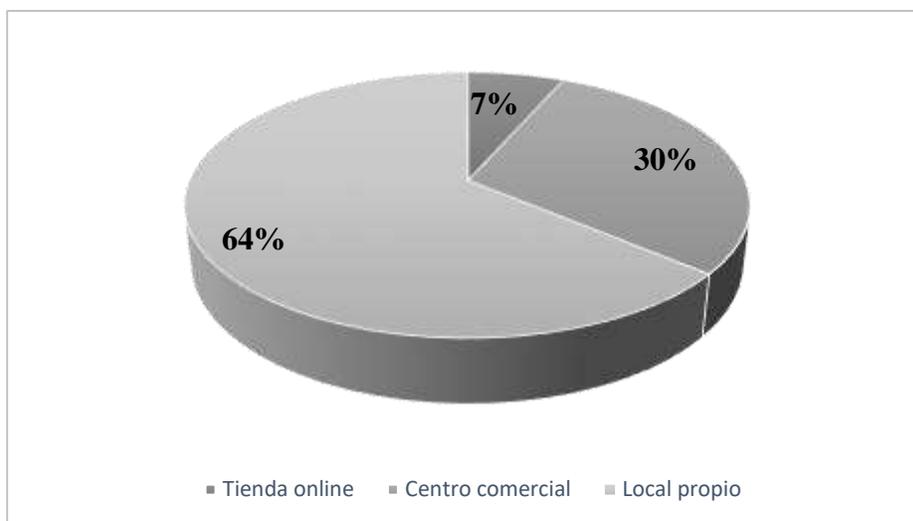


Figura 9. Lugar de compra

Análisis de interpretación: Conforme a la encuesta realizada, un alto porcentaje realizaría las compras en un local propio de la empresa, en un 29% opina que fuera en un centro comercial, hoy en día es los lugares que son más visitados por la gente, para ir de compras pasar el día, y un bajo porcentaje compra en línea, que como proyecto beneficiaría mucho en las ventas.

8. ¿Cómo acostumbra a pagar su compra?

Tabla 14.

Método de pago

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	245	65%
Tarjeta de crédito	134	35%
Total	379	100%

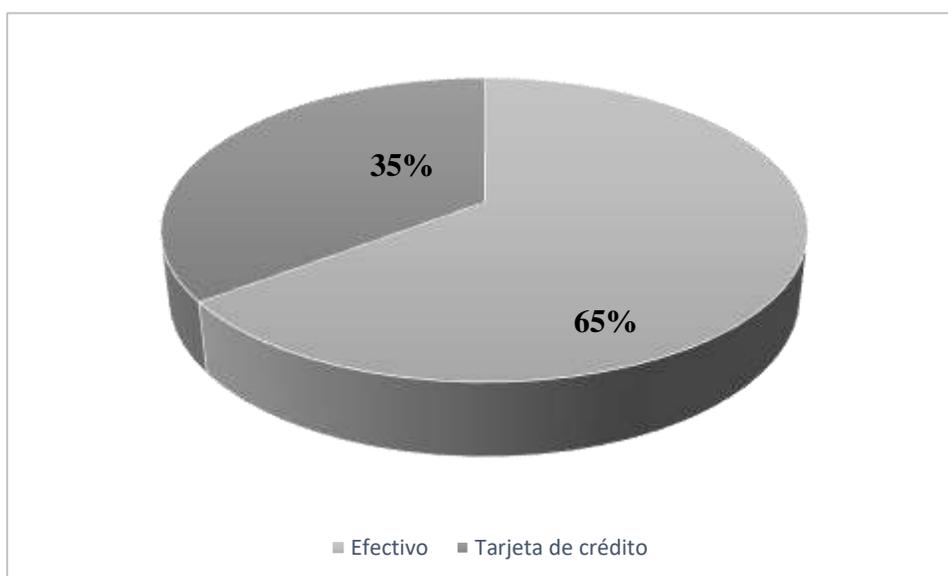


Figura 10. Método de pago

Análisis e interpretación: Conforme a la encuesta realizada, se evidencia que un 65% tiene la posibilidad de pagar las prendas deportiva en efectivo, es algo muy beneficioso como empresa, y por otro lado un 35 % de los encuestados, utilizaría en pago con tarjeta de crédito, ya que hoy en día es muy utilizado, y en un medio que muchas personas tienen que adquirir los productos. Es decir que cualquiera de las dos formas, se tendría un ingreso a la empresa.

9. ¿Cuánto dinero estima que gastar al mes en ropa deportiva?

Tabla 15.

Gasto estimado en compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$15 a \$25	126	33%
\$26 a \$35	175	46%
36 en adelante	78	21%
Total	379	100%

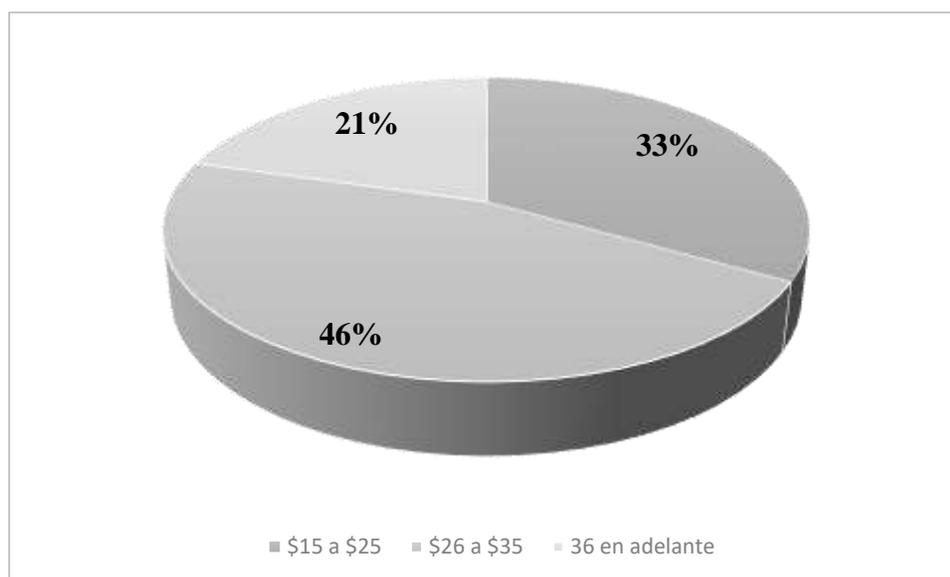


Figura 11. Gasto estimado en compra

Análisis e interpretación: De conformidad con los resultados de la encuesta a la población de Huaquillas, es notorio que están dispuestas a pagar precios accesibles por un buen producto que sea garantizado. Existen un porcentaje muy significativo que aporta en la fijación de precios de las prendas que no sean tan elevadas, pero brinden mayores beneficios.

10. ¿En general suele estar satisfecho con la ropa deportiva que compra?

Tabla 16.

Satisfacción en compras anteriores.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	315	83%
No	64	17%
Total	379	100%

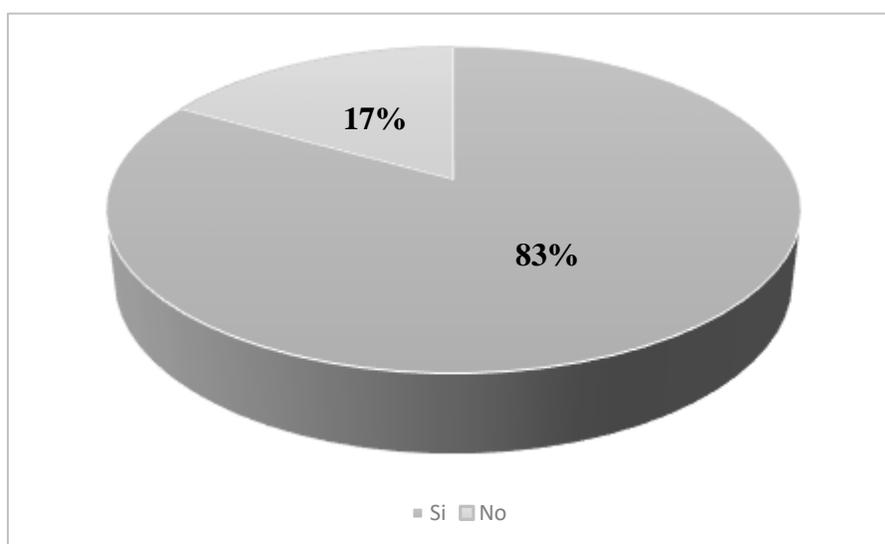


Figura 12. Satisfacción en compras anteriores

Análisis e interpretación: Se evidencia que, de población encuestada, un alto porcentaje se siente satisfecho en la compra de este tipo de ropa deportiva, como proyecto permite enfocar en ese 17% que no ha logrado la satisfacción, ya sea por el producto sus características, servicio en general, ayuda a monitorear que es lo que careció por parte de la competencia ante el producto, y verlo como una oportunidad de negocio.

11. ¿Con qué frecuencia renovarías su ropa deportiva?

Tabla 17.

Renovación de prendas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada 15 días	51	13%
Todos los meses	112	30%
Cada temporada	178	47%
Una vez al año	23	6%
Cuando me hace falta	15	4%
Total	379	100%

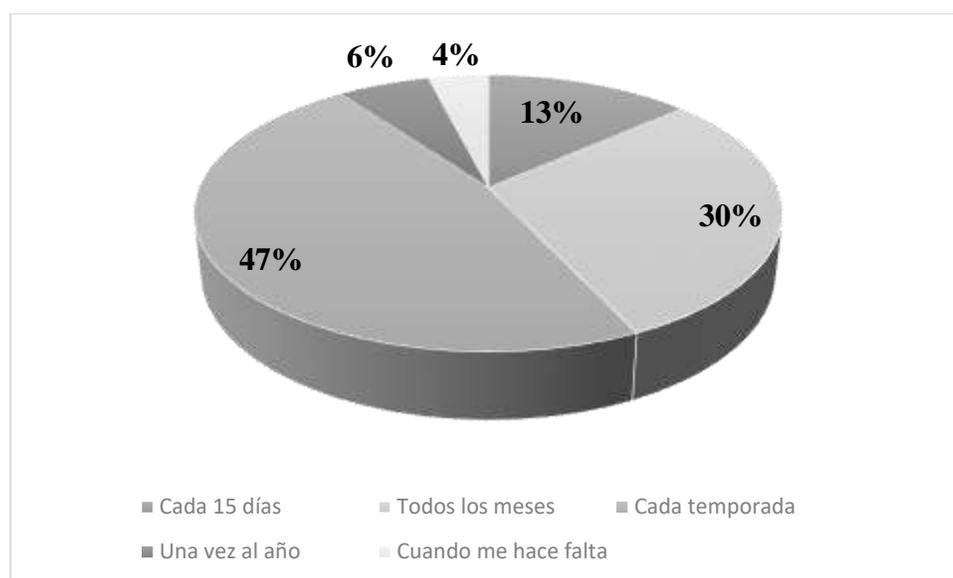


Figura 13. Renovación de prendas

Análisis e interpretación: Conforme a la encuesta realizada se evidencia que población se enfoca en renovar sus prendas cada temporada, en un 30% todos los meses, debido a que la gente se ha enfocado en la vida fitness, le importa mucho adquirir estas prendas cambiar, para el uso y entre los porcentajes mínimos están la población que la renovarían dependiendo de la falta que tengan.

12. ¿Conoce la ropa deportiva con textiles anti fluidos?

Tabla 18.

Conocimiento del textil antifluidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	26	7%
No	353	93%
Total	379	100%

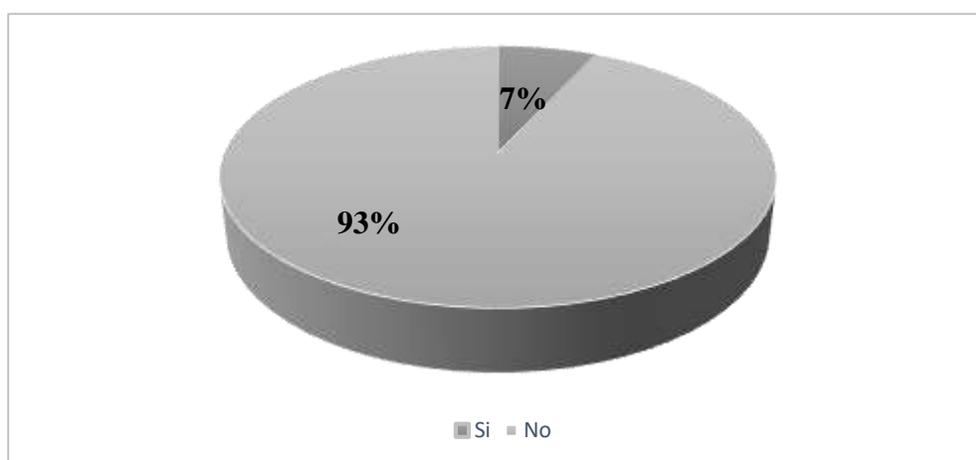


Figura 14. Conocimiento del textil antifluido

Análisis e interpretación: De conformidad con los resultados de la encuesta a la población de Huaquillas, se evidencia un alto porcentaje de la población encuestada, desconoce el textil anti fluidos en las prendas deportivas, como proyecto permite enfocar en la publicidad para dar a conocer los beneficios y características que tiene esta tecnología en las prendas con la finalidad de captar mayores clientes.

13. ¿Señale los medios publicitarios que capten su atención en la promoción de prendas de vestir deportivas?

Tabla 19.

Medios publicitarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Anuncios en redes	289	76%
Revistas	79	21%
Televisión	11	3%
Total	379	100%

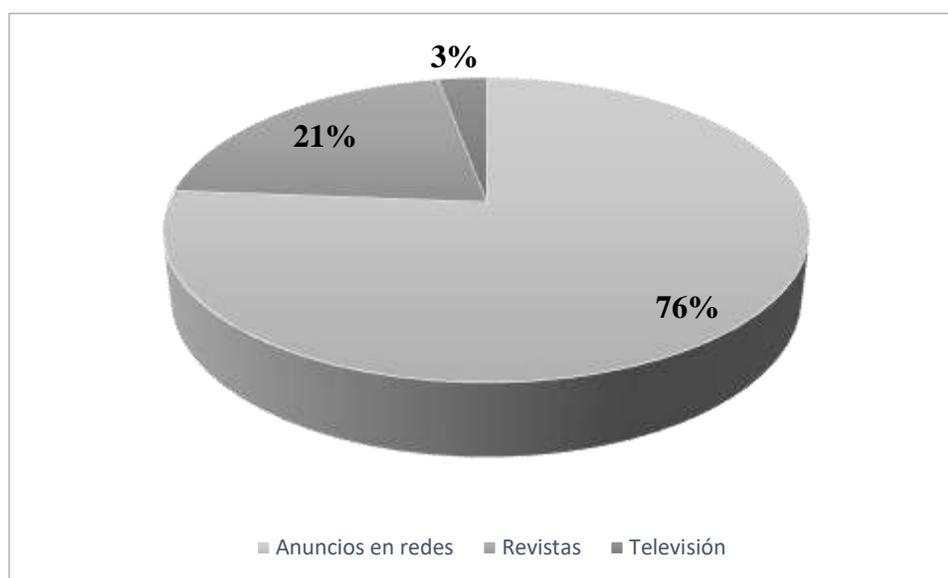


Figura 15. Medios publicitarios

Análisis e interpretación: Conforme a la encuesta realizada, se evidenció que un 76% de la población le gustaría recibir las publicaciones de las prendas por anuncios en redes, es un medio que en la actualidad es fundamental ya que gran porcentaje de la población mundial utiliza redes sociales, un 21% en revistas, y un 3% en televisión, se puede observar que se obtendrían mejores ventas logrando captar más clientes por medios de las redes, brindando la facilidad y comodidad.

14. ¿Le gustaría visitar y aprovechar nuestras prendas en promociones?

Tabla 20.

Aceptación de promociones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	378	99%
No	1	1%
Total	379	100%

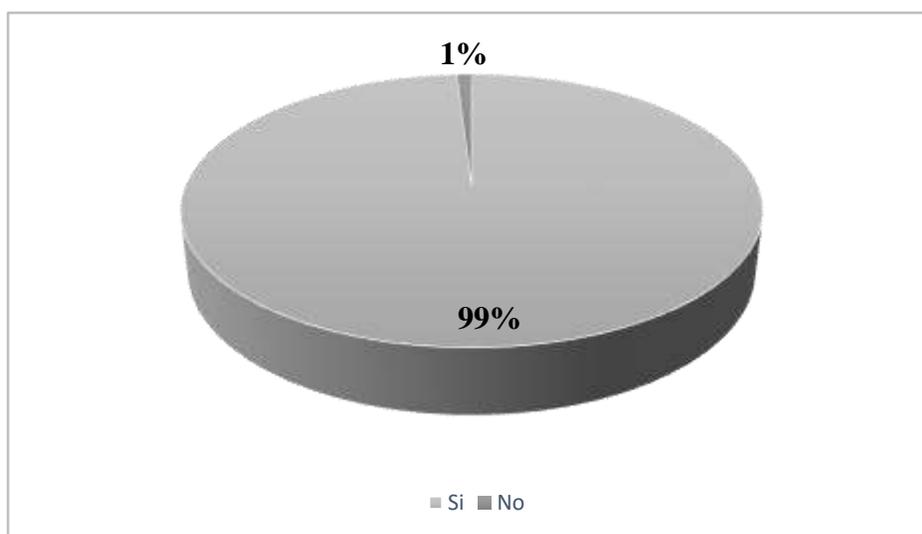


Figura 16. Aceptación de promociones

Análisis e interpretación: De conformidad con los resultados de la encuesta a la población de Huaquillas, se evidenció que casi todo el porcentaje de la población encuestada le gustaría aprovechar la promoción de las prendas deportivas, logrando así captar clientes, fidelizarlos, y posicionar la marca como tal.

15. ¿Qué tipo de promociones te gustaría en nuestras prendas?

Tabla 21.

Preferencia en tipo de promociones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	225	59%
Regalos de compra	77	20%
Cupones	65	17%
Otros	12	3%
Total	379	100%

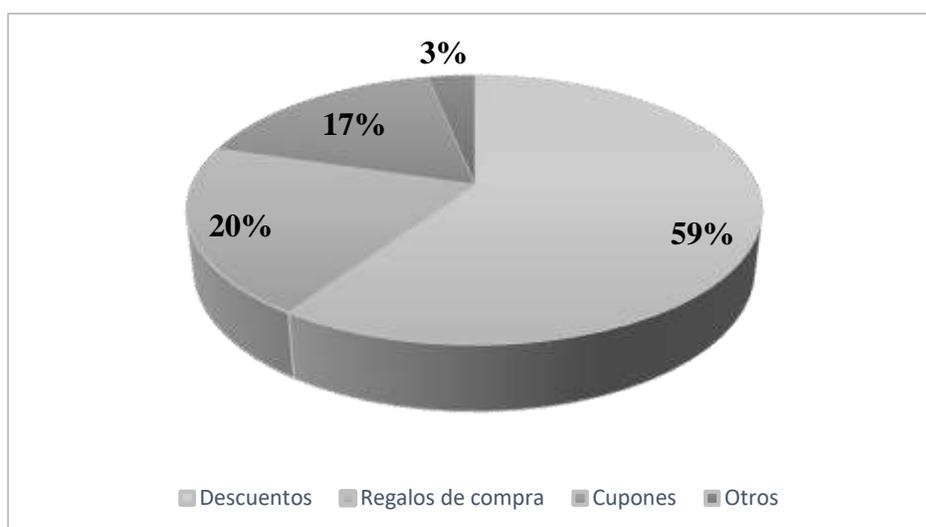


Figura 17. Preferencia en tipo de promociones

Análisis e interpretación: Se evidenció que el 60% de la población se direcciona a los descuentos, que ayuda a estimular la venta de la prenda, como resultado que el mayor porcentaje de la población le atrae los descuentos es una forma de captar la atención del cliente.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. Microambiente:

En la actualidad la confección de prendas deportivas en Ecuador, ha incrementado durante los últimos años, si bien es cierto que existe un mercado mínimo que demanda prendas extranjeras, es importante que este tipo de industria se enfoque en brindar un producto con textiles de alta calidad, que generen mayores beneficios y por tanto sean acogidas por el consumidor; optando por productos nacionales.

Análisis del consumidor

Esta microempresa está dirigida a hombres y mujeres entre 15 a 39 años del total de la población de Huaquillas, que están integrados en cualquier índole de disciplinas deportivas, actualmente para tener una vida saludable se requiere de mucha actividad física complementada con prendas idóneas para su correcto funcionamiento.

Proveedores

Entre los principales distribuidores de materia prima se cuenta con proveedores nacionales que proporcionen, calidad y garantía a un menor costo.

Tabla 22

Principales proveedores de materia prima

Logo	Nombre	Dirección	Insumos
	Textiles del pacífico	Quito	Tela sintética, anti fluidos, lycra, pretinas, etc.
	Textiles del litoral	Guayaquil	Textil anti fluido textil protección UV
	Textiles Álvarez	Quito	y todo tipo de insumos de confección.

Competidores

Dentro de los competidores se encuentra dos establecimientos deportivos mencionados continuación:

Casa deportiva Spencer, cuenta con local propio ubicado en el centro de la ciudad de Huaquillas, lo cual ofrece a su clientela estampados, bordados y uniformes deportivos con materia prima seleccionada.

Charles Sports dedicado a la confección y comercialización de productos con estándares de alta calidad, personalizados.

Tabla 23.

Proveedores de materia prima

Nombre	Imagen
Casa Deportiva Spencer	
Tu Camiseta Sport Ecuador	

4.2.2. Macroambiente:**Político**

Son muy importante las políticas comerciales en Ecuador que beneficie al microempresario, también se debe contar con reformas laborables que permita fortalecer el desarrollo económico, con el fin de posibilidades de posicionarse en mercados internacionales.

Económico

La economía ecuatoriana se vio afectada radicalmente mediante la crisis sanitaria con una baja total en el mundo de los negocios. Muchos implementaron estrategias para mejorar sus ventas, manufactura, etc. cabe recalcar que así mismo sucedió con varios países.

Social

Los cambios sociales hacen que las personas cambien de gustos y preferencias continuamente, es por eso que microempresa “Almy’s” está enfocada en confeccionar prendas con textil de alta calidad, innovando es sus diseños y forma de llegar al cliente.

Tecnológico

Es importante la implementación de nuevas tecnologías tanto en la confección como en la comercialización que permitan un alto crecimiento de la empresa.

4.2.3. La oferta

La industria textil está conformada por muchas áreas que brindan empleo de forma creciente debido a la amplia inversión que es uno de los factores estratégicos para

mejorar las condiciones textiles. Realizando un análisis del cantón Huaquillas, existen muchos locales textiles estructurados y con una producción media a diferencia de otros sectores productivos. La oferta está conformada por aquellas empresas que ofrecen los mismos o similares productos que la casa deportiva, por lo tanto, se debe estudiar a la competencia. Se mencionan a continuación:

Tabla 24.

4'Ps de ofertantes

Marketing mix				
	Producto	Precio	Promoción	Plaza
Casa Spencer	Variedad de prendas y calidad.	Precisos elevados	Descuentos y promociones	Local propio
Charles Sport	Ropa deportiva de calidad.	Precios accesibles	Escasa publicidad y promoción	Local propio

Estrategias

Posicionar la marca en el mercado.

Mejora continua en la atención y servicio al cliente.

Enfoque en la publicidad de la tela anti fluido implementada en la ropa.

Contar con más canales de venta sean estas online.

Fijar precios de ventas acorde al bolsillo del cliente.

Por lo tanto, se pretende competir por medio de precios que son fijados por el mercado y en función de la competencia. Tomando en cuenta a los proveedores de insumos para la elaboración de prenda que deje a un costo accesible y con una buena calidad.

Además, se debe tener claro la misión y visión de la empresa y los objetivos que se planteen alcanzar; así también se debe conocer el grado de participación en el mercado y las estrategias que se deben aplicar para permanecer en él.

4.2.4. Demanda

En la actualidad el comportamiento del consumidor, marca características que integran cada conjunto homogéneo que existe en el mercado, es decir, que brinda información esencial para el desarrollo de negocios que se dedican a vender ropa en cualquier lugar del mundo (Mejía, 2014).

La segmentación según el comportamiento del consumidor puede dividirse de la siguiente manera:

- Factores sociales. - Grupos de referencia, grupos relevantes.
- Factores personales. - Estilos de vida

- Factores psicológicos. - motivaciones, aprendizaje y actitudes.

El gasto de los ecuatorianos en prendas de vestir y moda ha aumentado en un 7,2 % durante los últimos cinco años, pese a la crisis sanitaria. Este se caracteriza por ser un mercado dinámico en continua evolución, altamente ligado a los auspicios de deportistas de gran importancia y a su vez impulsado por eventos de gran relevancia a nivel nacional como internacional, como el mundial de fútbol.

El interés de las personas por realizar deporte como una forma para prevenir enfermedades va en aumento, realmente Ecuador es un país que invierte en programas para incentivar la cultura deportiva entre la población como el de “Ejercítate Ecuador”, por tanto, esta cantidad de personas que se dedican a la actividad física, se convierten en un público atractivo que requiera de una vestimenta para realizar dichas actividades.

Es importante mencionar que aún hay gran informalidad en el sector, por ejemplo; se copian marcas, modelos y falta tecnificación, pero el consumidor busca mayor innovación” es por eso que la evolución de la industria va de la mano de nuevas tendencias de consumo y los clientes prefieren artículos que les brinden comodidad y protección.

La preferencia por las prendas deportivas se basa principalmente en la tecnología utilizada para la práctica de las diferentes disciplinas deportivas. Sin duda ir a ejercitarse con la primera camiseta y pantaloneta que aparece en el armario es cada vez menos frecuente. Actualmente la gente quiere verse bien, incluso para entrenar, que los colores combinen, que haya variedad de modelos, que la ropa sea funcional a la disciplina que se está realizando.

Para la comercialización de ropa deportiva "Almy's" confeccionado con textiles anti fluidos en el cantón Huaquillas, se debe tomar en cuenta las tendencias de la moda, la comunicación y la influencia del medio porque para las personas entre 15 a 39 años es importante el vestuario y esto se debe a la cultura en donde la apariencia debe resaltar. Además, el consumidor de prendas de vestir de ropa deportiva está determinada por sus ingresos, los mismos que poseen comportamientos y razones de compras diferentes, por ello, consideran los siguientes factores al momento de su compra: precio, diseño y exclusividad, calidad y marca.

Para zonas urbanas no existen grupos relevantes que influyan en la decisión de compra del consumidor. Son familiares o amigos, así como la necesidad de adquirir prendas de vestir de acuerdo a los eventos sociales e impulsos. No obstante, de acuerdo al papel que desempeñan en la sociedad se puede encontrar empleado

público, empleado privado, estudiante e independiente que deseen lucir ropa deportiva de acuerdo a la ocasión. De acuerdo Kotler y Armstrong (2008) expresan "Los diferentes gustos y las compras se define por la fase del ciclo de vida del consumidor" p.196

Proyección de la demanda

Se ha escogido los datos de los 3 últimos años presentados por el censo de población y vivienda, la demanda histórica se proyecta una tasa de crecimiento del 2,70% de esta manera calcular la proyección de la demanda histórica para los próximos cinco años que determina la siguiente cantidad de demanda:

Tabla 25.

Proyección de la demanda

Año	Período	Demanda
2010	1	20,845
2011	2	21,408
2012	3	21,986

Fuente: Adaptado de: (INEC, 2020)

Tabla 26.

Demanda total de habitantes(2021-2025)

Año	Periodo	Tasa de crecimiento	Demanda proyectada
2021	4	563	21,408
2022	5	578	21,986
2023	6	594	22,580
2024	7	610	23,190
2025	8	626	23,816

Fuente: Adaptado de: (INEC, 2020)

4.2.5. Demanda insatisfecha

Para la demanda insatisfecha se relaciona a la cantidad de bienes o servicios que es factible que el mercado consuma en los futuros años, considerando su prevalencia bajo las condiciones sobre las cuáles se realiza el cálculo.

Por lo tanto, para este estudio la demanda insatisfecha se obtiene de restar la demanda futura menos la oferta futura:

Tabla 27.

Proyección de la demanda insatisfecha(2018-2022)

Año	Periodo	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2018	1	20,845	563	46981
2019	2	21,408	578	48250
2020	3	21,986	594	49553
2021	4	21,408	578	48250
2022	5	21,986	594	49553
2023	6	22,580	610	50890
2024	7	23,816	626	148693
2025	8	24,459	643	49564

Marketing mix**4.2.6. Producto**

“Almy’s” es la creación de una microempresa de confección de ropa deportiva con textiles anti fluidos con la finalidad de ofrecer un producto de calidad, que cumpla las expectativas del mercado, consta de 4 tipos de productos entre ellos: ternos deportivos, calentadores, camisas deportivas, pantalones y lycras para hombres y mujeres en tallas small (s), médium (m), large (l) y extra large (xl), en tonos neutros.



Figura 18. Ternos deportivos

Ternos deportivos

Para hombres y mujeres conjunto compuesto de pantalón largo con pretina ajustable, chaqueta manga larga con cierre metálico, en la parte trasera el estampado de la marca cubierta con tela poliéster, y 70% de tela anti fluido que permite una mayor protección, que permite filtrar el aire son flexibles, ajustables y adaptable a cualquier actividad.



Figura 19. Calentadores

Calentadores: Tiro largo, permite una mejor transpirabilidad, proporciona comodidad debido a la implementación de textil de alta calidad, con pretina funcional.



Figura 20. Camiseta cuello en V

Camisetas deportivas: Manga corta proporcionan comodidad, algunas son holgadas y otras ajustadas, permiten la movilidad y se adaptan a las actividades diarias.



Figura 21. Pantalónetas y lycras

Pantalónetas: para hombres y mujeres son cortos para correr versátil y con todas las funciones. Confeccionados con tejido ultraligero 75% poliéster, 25% anti fluidos

y una amplia cintura de punto plano que se asegura con un cordón externo para un ajuste cómodo, mejoran el rango de movimiento, tela que absorbe, enfría y tiene control de olor permanente para un control duradero de la humedad y la comodidad.

Lycras: para mujeres son elásticas y cortas, diseñado con tela que absorben la humedad y se secan rápidamente para mantenerte guapa y cómoda, elástico y transpirable para alto rendimiento, proporciona un calce ajustado de compresión, se mantiene firme y te sostiene en la recuperación durante todo el día.

Logotipo

Es la parte fonética que se une al diseño que se une al diseño tipográfico, y puede ser pronunciado y es útil para nombrar al producto. Representado por dos imágenes hombre y mujeres con una postura de avance, motivación en el mundo del deporte, con nombre añadido que es la unión de palabra de nombre significativos para las autoras.



Figura 22. Logotipo

Slogan

Es la frase publicitaria que permite penetrar en la memoria del consumidor la marca comercializada.

¡Vive el Estilo que Sueñas!

Figura 23. Slogan

Siempre es importante la vestimenta sobretodo conseguir un look deportivo con un toque de magia en tu vida que proyecta a conseguir todo lo que te propongas que depende de ti la combinación perfecta. Viviendo cada momento como te lo planteas.

4.2.7. Precio

Establecidos de acuerdo al mercado y la competencia.

Tabla 28.

Listado de precios

Producto	Precio
Ternos deportivos	\$27.50
Calentadores	\$20.00
Camisetas	\$15.00
Pantalónetas	\$15.00
Lycras	\$13.50

4.2.8. Plaza

Plaza es una de las variables del marketing mix que permite el acceso del comprador al producto, por lo cual, la empresa tiene que utilizar de una manera

eficiente los recursos con los que cuenta para que llegue al consumidor en la cantidad, calidad, el momento y las condiciones esperadas (Quinteros, 2018).

Las prendas deportivas tendrán su producción en el local ubicado en el centro del cantón Huaquillas; por lo que los proveedores deberán entregar los insumos en esta dirección y en el mismo local serán comercializados directo al consumidor final; por lo tanto, el canal de comercialización tendrá el siguiente comportamiento:



Figura 24. Canal de distribución

4.2.9. Promoción

La empresa utilizará la publicidad a través de redes sociales A partir del segundo año, se generará publicidad mediante vallas publicitarias.

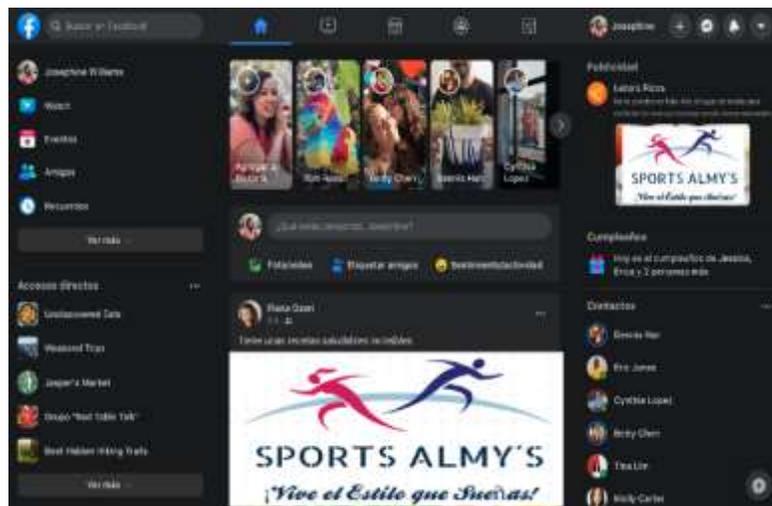


Figura 25. Publicidad en facebook



Figura 26. Publicidad en instagram



Figura 27. Publicidad en vallas

Tabla 29.

Inversión en publicidad

	Inversión	
	Mensual	Anual
Publicidad en facebook	\$ 40	\$ 480
Publicidad en instagram	\$ 40	\$ 480
Publicidad en vallas	\$ 35	\$ 420
Total de inversión		\$ 1,380

4.3. Estudio técnico

4.3.1. Tamaño del proyecto

Se refiere a la capacidad instalada por eso es necesario e importante que la empresa tenga un tamaño adecuado a las necesidades que requiera el trabajo y producción, y se pueda desarrollar las actividades de manera efectiva.

El área total será de 55 m², distribuidos entre los siguientes espacios: oficina de administración, compras y suministros, contratación, financiero, un área de producción espacio compartido con maquinarias-confección y toda la parte operativa, el área de bodega para toda la confección terminada, lista para ser enviada al área de ventas, por último, indispensable un baño.

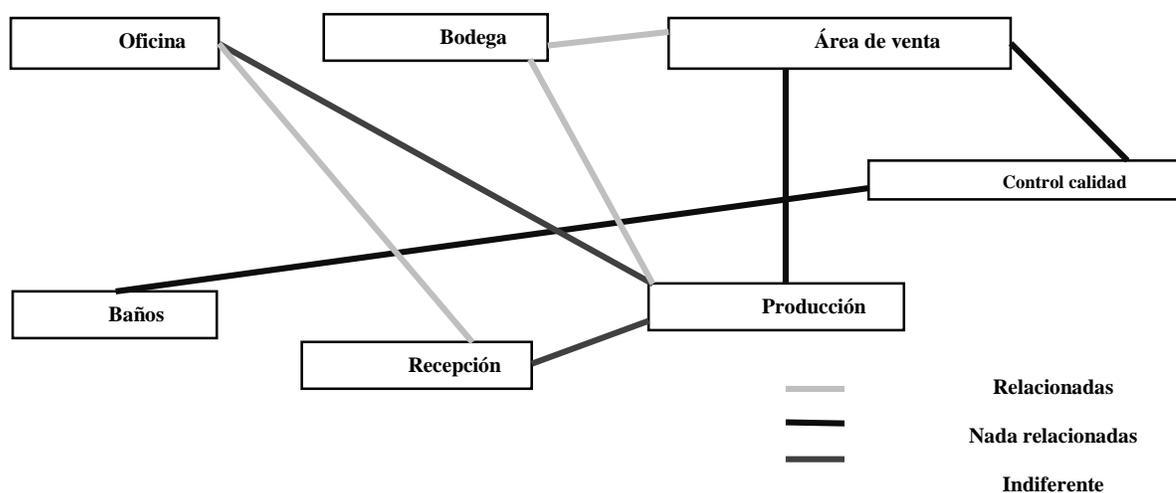
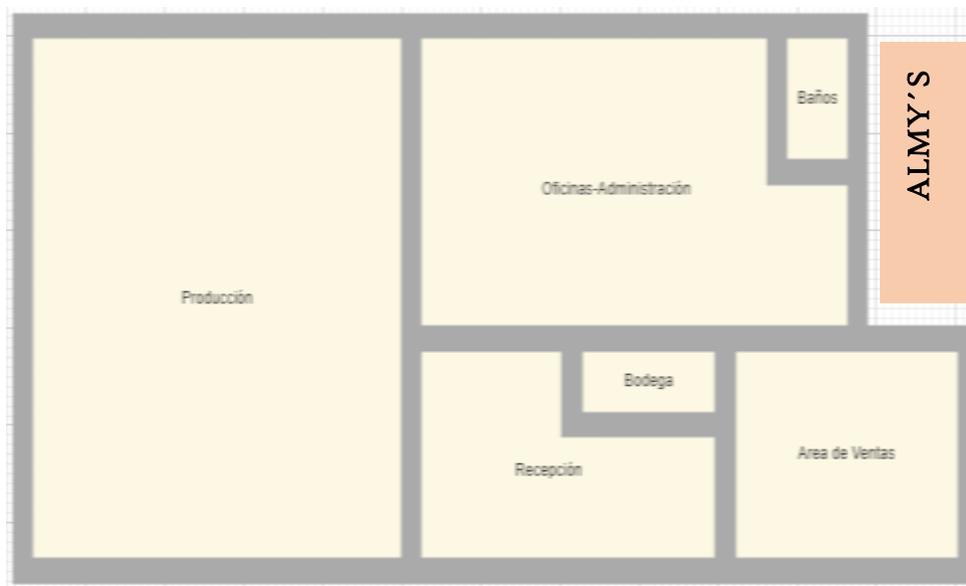


Figura 28. Relaciones entre áreas

Tabla 30.

Tamaño del proyecto

Área	Medida	Cantidad
Oficinas	m ²	16
Baños	m ²	6
Recepción	m ²	8
Producción	m ²	25
Área total	m ²	55

*Figura 29. Plano del área*

Dicha capacidad instalada se establece de acuerdo a la cantidad de producción del producto que se pretende elaborar y comercializar posteriormente, por el cual se logra visualizar la mayor cantidad de espacio se la necesita para la confección de las prendas, sin duda dicho espacio del proyecto al principio se opta por el alquiler que es un poco más factible, y ya con el tiempo dadas las posibilidades de obtener un lugar propio de la empresa.

4.3.2. Capacidad de producción

Se toma en consideración la demanda insatisfecha del año 2021 (Tabla 27) y se calcula el 42% que es el porcentaje que corresponde a la población en estudio. Posteriormente se escoge el porcentaje de personas no satisfechas en sus compras de la tabla 16, para luego en la tabla 17, seleccionar el porcentaje de personas que renuevan su ropa deportiva entre 15 días y todos los meses (43%)

$$48,250 * 42\% = 20,265 \text{ habitantes}$$

$$20,265 * 17\% = 3.455 \text{ habitantes}$$

$$3,455 * 43\% = 1.481 \text{ habitantes} = \text{Capacidad total}$$

Sin embargo, para empezar, se elaborarán 1,280 prendas por mes (86.42% de la capacidad), distribuidas de acuerdo a la tabla 10 preferencias en diseños, así:

Ternos deportivos: 11% = 140 prendas

Calentadores= 16% = 200 prendas

Camisetas= 31% = 400 prendas

Pantalónetas= 31% = 400 prendas

Lycras= 11% = 140 prendas

4.3.3. Localización del proyecto

La localización es la ubicación o escoger; cual es el sitio en el que se asentará la unidad de producción de ropa deportiva, para el efecto es importante analizar varios aspectos que son esenciales y componen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno de la empresa y del mercado.

A continuación, para determinar la ubicación se expone la macro localización y la micro localización, la cual queda detallada de la siguiente manera:

Macro localización: Se relaciona con la localización de la empresa dentro de un mercado local, comparado a un mercado con probable incidencia regional nacional e internacional. Para su grafía se recurre a la ayuda de mapas geográficos y políticos. Su ubicación macro será el país Ecuador, el cual está ubicado en la línea ecuatorial de tipo terrestre, generando con ello que dicho país se divida en dos hemisferios es decir el norte y el sur.

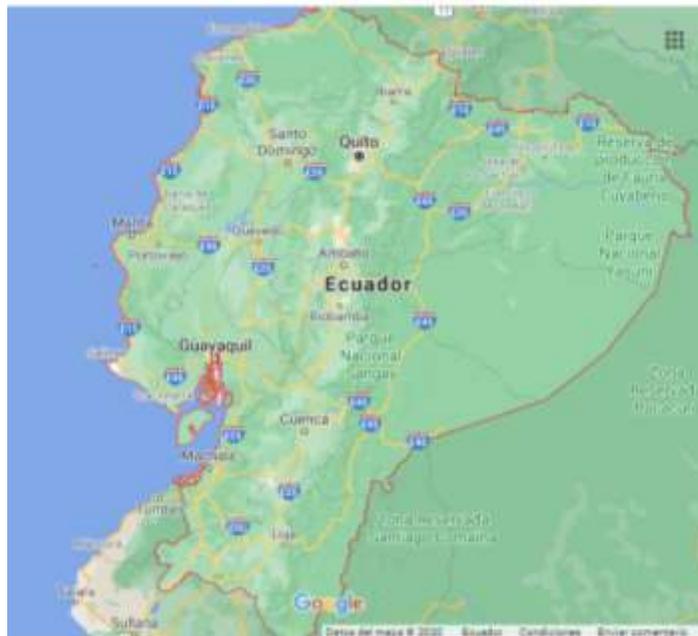


Figura 30. Mapa del Ecuador

Fuente: (Data, 2021)

De acuerdo a la micro localización se puede expresar que la microempresa encargada de confeccionar ropa deportiva con textiles anti fluidos estará ubicada en el cantón Huaquillas, en lo que actualmente es conocido como la zona de mayor actividad comercial, pues en el centro de Huaquillas es la opción pues en dicho lugar existe un local amplio en alquiler.

Cabe mencionar que en la actualidad en dicho lugar se asienten varias micro y macro empresas dedicadas especialmente a la vida fitness como gimnasios muy cercanos, que es de gran ventaja para que esos clientes, adquieran las prendas a ofrecer.

Es importante tener en cuenta que en el sector comercial de la ciudad se realizan la mayor parte de las actividades comerciales, de productos y servicios, el GAD Municipal Descentralizado de Huaquillas tiene una base de datos de los diversos negocios a través de la adquisición y pago de la patente municipal, en donde se puede observar que el catastro tiene 5081 negocios distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 31.

Negocios en Huaquillas

Tipo de negocio	Cantidad
Comercio de diferentes productos	3994
Fábrica de zapatos	27
Fábrica de textiles	13
Restaurantes	56
Hoteles	21
Hostales	13
Moteles	1
Discotecas	17
Camaroneras	34
Ladrilleras	6
Profesionales	82
Comerciantes en las vías	817
Total	5081

Fuente: Adaptado de: (Gad Municipal Huaquillas, 2019)

Método de Brown Gibson

Tabla 32.

Factores objetivos

Localización	Mano de obra	Materia prima	Transporte	Otros	Suma	Recíproco (1/suma)	Factor objetivo
Norte	9.1	10.7	3.2	7.5	30.5	0.03278689	0.34192749
Centro	9.7	10.3	3.8	7.5	31.3	0.03194888	0.33318813
Sur	8.9	11.8	3.9	7.5	32.1	0.03115265	0.32488438
						0.09588842	

Tabla 33.

Índice de importancia relativa de las variables subjetivas

Variables subjetivas	Combinaciones pareadas			Suma de preferencias	Peso (W)
	1 (cli - viv)	2 (cli - edu)	3 (viv - edu)		
Clima	1	1		2	0.5
Vivienda	0	1	0	1	0.25
Educación		0	1	1	0.25
Total				4	1

Tabla 34.

Variable clima

	1 (a-b)	2 (a-c)	3 (b-c)	Suma	Peso
Norte	1	0		1	0.2
Centro	1		1	2	0.4
Sur		1	1	2	0.4
Total				5	1

Tabla 35.

Variable educación

	1 (A-B)	2 (A-C)	3 (B-C)	Suma	Peso
	1	0		1	0.25
	1		0	1	0.25
		1	1	2	0.5
				4	1

Tabla 36.

Variable vivienda

1 (A-B)	2 (A-C)	3 (B-C)	Suma	Peso
0	1		1	0.33
1		1	2	0.67
	0	0	0	0
			3	1

Tabla 37.

Factores subjetivos

Localización	A	B	C	Peso W	Fs
Clima	0.2	0.4	0.4	0.5	Fs A
Vivienda	0.33	0.67	0	0.25	Fs B
Educación	0.25	0.25	0.5	0.25	Fs C

Tabla 38.

Cálculo de preferencia de localización

				Peso de Fo	75%
Localización	Fo	Fs	Mlp		
Norte	0.341927492	0.2458333	0.317903952		
Centro	0.333188131	0.4291667	0.357182765	Localización sitio B	
Sur	0.324884377	0.3250000	0.324913283		

Según el cálculo mediante el método de Brown Gibson la mejor posible localización resulta en el centro comercial de la ciudad de Huaquillas indicando que es una ubicación estratégica por la mayor afluencia de población y turistas.

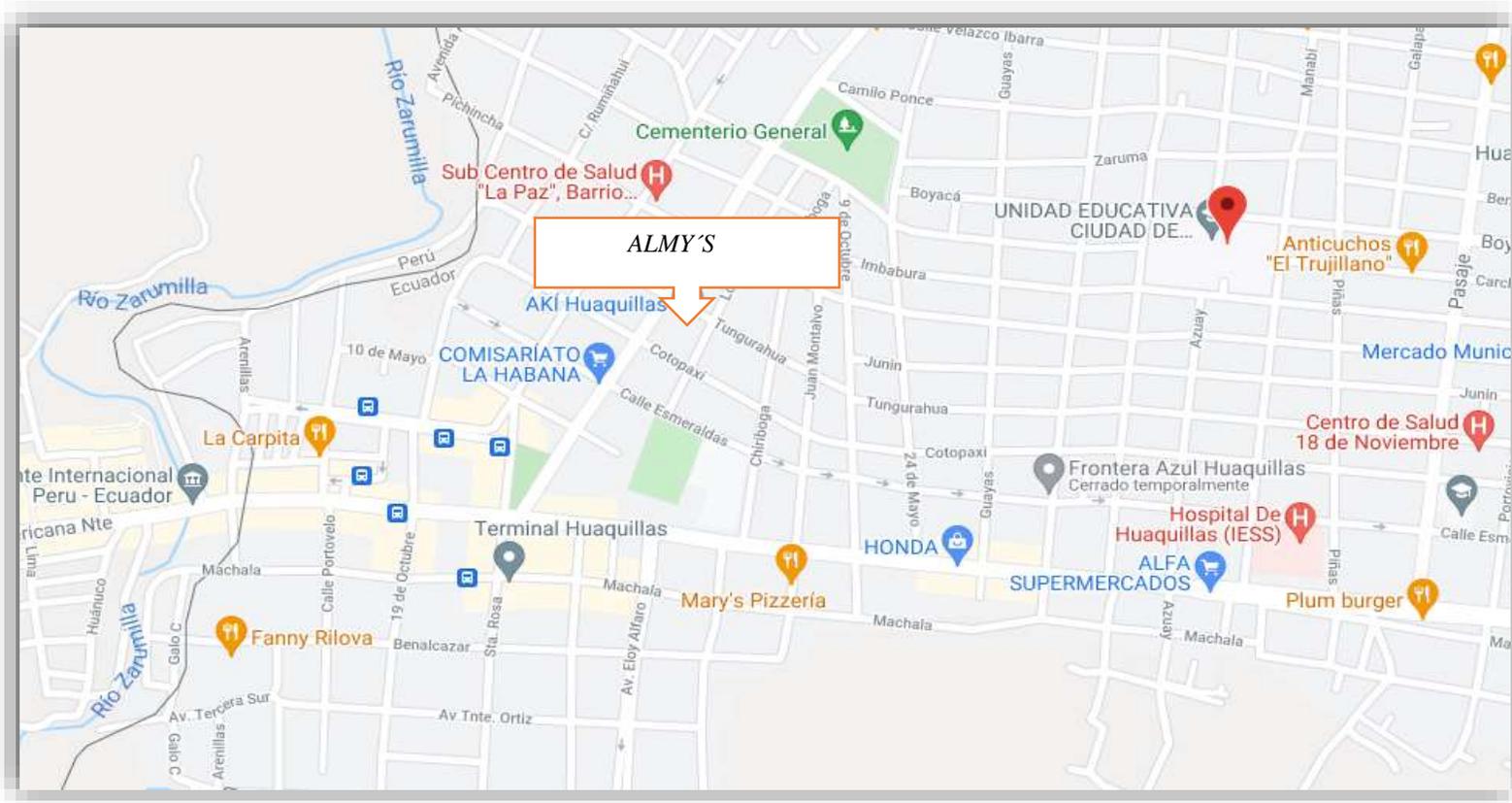


Figura 31. Croquis microlocalización Almy's

4.3.4. Ingeniería del proyecto

Proceso productivo

Es determinar el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes o servicios.

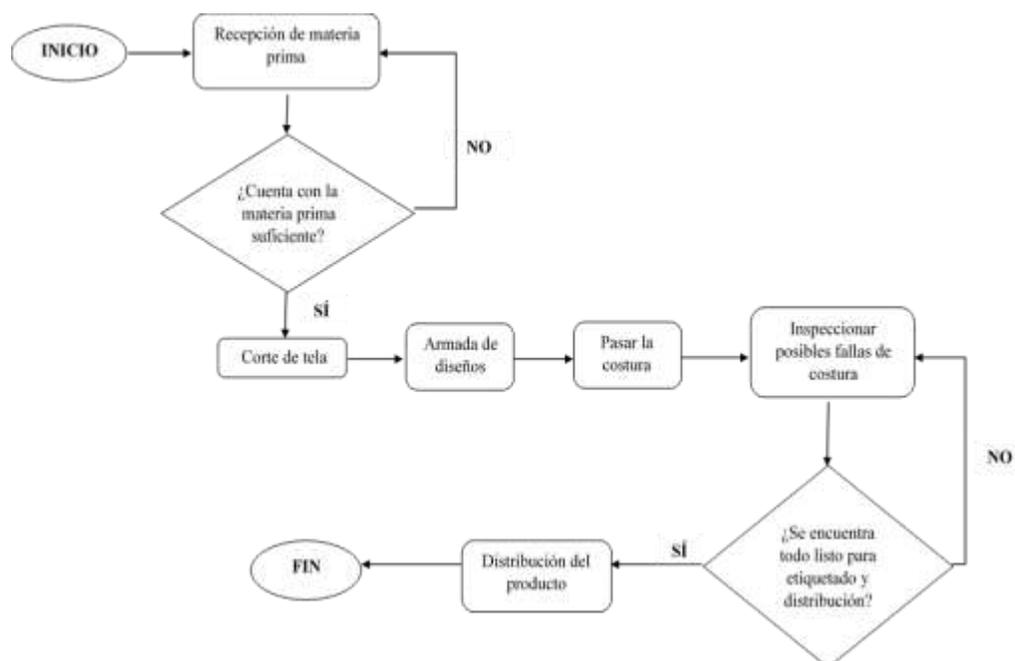


Figura 32. Flujograma de producción

En la figura se consideran los puntos de procesos que tendrá la planta durante la elaboración o confección de las prendas deportivas con textiles anti fluidos, cabe

recaltar que depende del diseño de la prenda el tiempo de duración en el trazado y corte.

4.3.5. Maquinarias y equipos

Tabla 39

Maquinarias y equipos

Nombre	Características	Costos
<p>Máquina industrial overlock</p> 	<p>Alto rendimiento en prendas de lycra que permite tener una costura sólida y bordes perfectos que no se deshilarán</p>	\$ 1,031.25
<p>Máquina industrial zigzag</p> 	<p>Puntadas en zigzag que permite un acabado de mejor calidad en la costura de la prenda.</p>	\$ 1,200.00
<p>Máquina industrial recta</p> 	<p>Recomendable para tejido plano como para tejido de punto</p>	\$ 700.00

Máquina cortadora de tela



Con cuchilla recta de
doble velocidad de 8
pulgadas. Corte fácilmente
varias capas de tela .

\$ 650.00

Plancha a vapor



Potencia de 1600W,
calentamiento rápido en 60
segundos.

\$ 120.00

Aire acondicionado Split



Potencia de 18.000 BTU
(invertir) recomendado para
enfriar espacios grandes
hasta 25 metros cuadrados.

\$ 400.00

Computador de escritorio



HP 19.5 pulgadas,
memoria 4GB, ideal para
tareas de oficina, color
negro.

\$ 550.00

Impresora



Canon Ideal para
imprimir fotografías de
diseños y documentos del
negocio.

\$ 325.00

4.3.6. Muebles y enseres

Tabla 40

Muebles y enseres

Nombre	Características	Costos
Escritorio de oficina	Forma de L , superficie de madera RH, ideal para recibir clientes y proveedores.	\$ 120.00
		
Silla ejecutiva giratoria	Súper cómoda para que la espalda este en correcta posición durante la jornada laboral.	\$ 140.00
		
Mesa cortadora de tela	Estructura metálica resistente ideal para cortes de las telas.	\$ 230.00
		

Estantería para exhibición



De material metálico reforzado, destinada para la exhibición de prendas deportivas \$ 390.00

Maniquí



Utilizado para exhibición de prendas de hombres y mujeres. \$ 60.00

Muebles para insumos de confección



Mueble de madera varias comparticiones ideal para organizar los insumos de costura . \$ 200.00

Silla ergonómica para costureras



Soporte lumbar fijo que brindan mayor desempeño a las operarias. \$ 70.00

Adquisición de materia prima

La materia prima es primordial en las empresas que fabrican productos, pues aquella deber ser perfectamente identificable y medible con el fin de obtener un producto final deseable. Es decir, en la siguiente tabla se especifica la adquisición de la materia prima a utilizar en la confección de ropa deportiva con textiles anti fluidos, mediante las especificaciones tanto en cantidades, medidas, para determinar el costo unitario de cada una de las prendas.

Tabla 41.

Adquisición de materia prima

Conjuntos deportivos para mujer y hombre (Talla Standar)				
	Unidad	Precio de la unidad	Unidades producción de producto terminado	Costo unitario materia prima
Tela sintética	mt	\$ 3.50	1	\$ 3.50
Tela anti fluidos	mt	\$ 2.99	1	\$ 2.99
Hilos	yds	\$ 2.60	1	\$ 2.60
Elástico plano	yds	\$ 3.28	1	\$ 3.28
Costo unitario materia prima				\$ 12.37

Por lo tanto, como resultado se obtiene un valor de \$ 15.37 que costaría el producto terminado, con el fin de confeccionar conjuntos deportivos tanto para hombres y mujeres, con tres cubiertas de tela sintética, que permite que se acople el diseño a tu figura, la primordial la tela anti fluidos que es el plus agregado que repele líquidos, con la finalidad de evitar concentración de bacterias en la ropa.

Mano de obra directa de producción

Es útil al calcular el costo de la mano de obra directa porque estos son necesarios para cubrir las operaciones y el nivel de capacitación que se requiere. La cual a continuación se considera como mano de obra directa a la labor del personal que se encarga de la producción de las prendas deportivas, es decir los operarios.

Tabla 42.

Costo de mano de obra directa

Mano de obra directa	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos reserva	Iess	Total mensual	Total annual
Operario 1	400	33.33	33.33	33.33	48.60	548.59	6,583.08
Operario 2	400	33.33	33.33	33.33	48.60	548.59	6,583.08
TOTAL	800.00	66.66	66.66	66.66	97.20	1,097.18	13,706.16

Donde es importante considerar aspectos como: el sueldo y beneficios que como trabajador debe recibir por ley, en la tabla se especifica los décimos, las aportaciones, y fondos de reservas que sin duda es un gasto que debe considerar la empresa, porque es lo que le corresponde, para así llevar una contabilidad eficiente dentro de la organización.

4.4. Estudio administrativo

4.4.1. Análisis situacional o diagnóstico

Contexto general (país o región)

La situación económica del país a lo largo del 2018 tuvo un decrecimiento del 1.3%, lo que originó que la actividad productora de petróleo también se vea afectada; considerándose el indicador más importante de la economía. De manera que se produjo un incremento de tasas de interés por la reserva de los Estados Unidos, y se logró evidenciar un aumento del riesgo país de casi 200 puntos. (Comisión Económica de América Latina, 2018)

A pesar de la baja economía, no se reflejó un cambio radical en el mercado laboral, porque el desempleo se mantuvo en un nivel bajo, y así mismo con el excesivo incremento de los precios al consumidor. (Banco Central del Ecuador, 2019)

El bajo dinamismo de la economía persiste, pero los ingresos del sector público no financiero se obtuvo un 0,4% del producto interno bruto a diferencia del año anterior donde se evidenció un déficit con un porcentaje de 1.3% donde también se reflejó un déficit global. (Sánchez, 2005)

Contexto industria

El sector textil en el país se compone por actividades manufactureras con 11.006 establecimientos; de los cuales el mayor porcentaje se direcciona en la fabricación de

prendas con un 74.2%; por otra parte, las actividades de servicios con 4.054 establecimientos donde tiene participación, la limpieza de productos textiles. (Peña & Pinta, 2012)

Como se ha mostrado; la elaboración de textiles y prendas engloban la industria manufacturera del país, con una participación promedio del 15,87%, y en los últimos años en el producto interno bruto una intervención del 2%, que contribuye al crecimiento económico del país. (Banco Central del Ecuador, 2010)

Contexto empresa o sector

Más del 90% de ecuatorianos que llegan al cantón sin duda la actividad que se mueve principalmente con los turistas. Por otra parte, la mayoría de las personas que visitan la ciudad de Huaquillas optan por pasar la frontera, debido al acuerdo comercial fronterizo existe con Perú, puesto que cuentan con una gran variedad de productos con menor impuesto y precios accesibles; teniendo en cuenta estos aspectos es causa relevante de preocupación para los comerciantes locales. (Diario El Universo, 2018)

Análisis FODA

Tabla 43.

Análisis FODA

Fortaleza	Oportunidades
1.- Ubicación geográfica en casco comercial.	1.- Captar clientes de los centros de entrenamientos cercanos.
2.- Disposición de talento humano especializado en cada área.	2.- Promocionar o auspiciar equipos deportivos locales o provinciales.
3.- Calidad en todos los diseños deportivos.	3.- Expansión a otros segmentos.
4.- Implementación textil de alta tecnología.	4.- Captar mayor demanda de turistas.
5.- Responsabilidad de trabajo y ética empresarial.	5.- Posibilidad de inversión para expandirse
Debilidades	Amenazas
1.- Dependencia de proveedores externos.	1.- Decrecimiento de la economía local.
2.- Espacio físico limitado.	2.- Cercanía con Perú.
3.- Baja actividad promocional	3.- La alta competitividad del mercado puede anular la marca con una estrategia de precios.
4.- Resistencia al cambio.	

Cultura corporativa

Visión: Convertirnos en la empresa líder en Ecuador dedicada a la confección de prendas deportivas de alta calidad que permita un crecimiento con rentabilidad sostenida.

Misión: Somos una empresa dedicada a diseñar y confeccionar prendas de vestir deportiva de acuerdo a las tendencias del mercado, logrando plena satisfacción de nuestros clientes, contribuyendo al desarrollo económico del país.

Tabla 44.

Valores empresariales de la microempresa

Valores empresariales	
Responsabilidad:	<ul style="list-style-type: none"> • En el cumplimiento de todas las actividades a desempeñar por los miembros de la empresa.
Calidad:	<ul style="list-style-type: none"> • Exigentes con los procesos para obtener los resultados óptimos de las prendas.
Actitud emprendedora:	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad, plantear metas que encaminen a nuevas oportunidades del negocio.
Trabajo en equipo:	<ul style="list-style-type: none"> • Las acciones a ejecutar del personal con el fin de conseguir la excelencia.
Innovación:	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad al cambio cuando sea necesario, en busca de nuevos mercados y proyecciones.

Metodología de planificación

Cuadro de mando integral

Es una herramienta de gestión utilizada por las organizaciones que permite visualizar en forma global; manejar una buena planificación y dirección para poder convertir las estrategias en metas. (Páez, 2012)

Para construir un cuadro de mando integral se tiene como propósitos; explicar y medir de manera clara su estrategia, inspeccionar las acciones que se han tomado y si es necesario realizar mejoras.. (Rosencio, 2018)

Este modelo permite la creación de valor a la organización, donde su planificación estratégica es necesario que se construya en base a la perspectiva financiera que revela su capacidad presupuestal, la cual proporciona medir el desempeño. (Kaplan & Norton, Cuadro de Mando Integral, 2002)

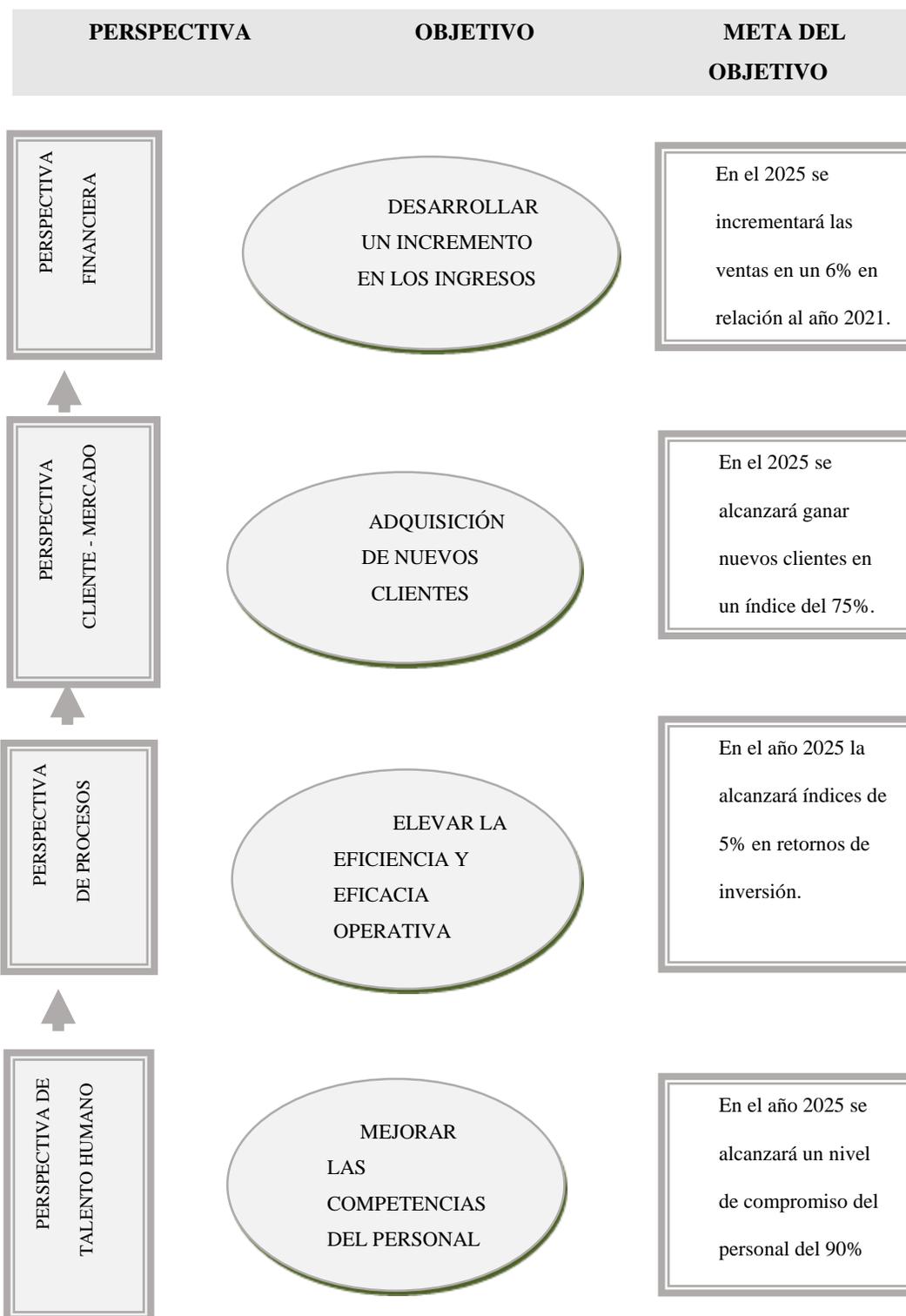


Figura 33. Mapa estratégico de objetivos 2021-2025

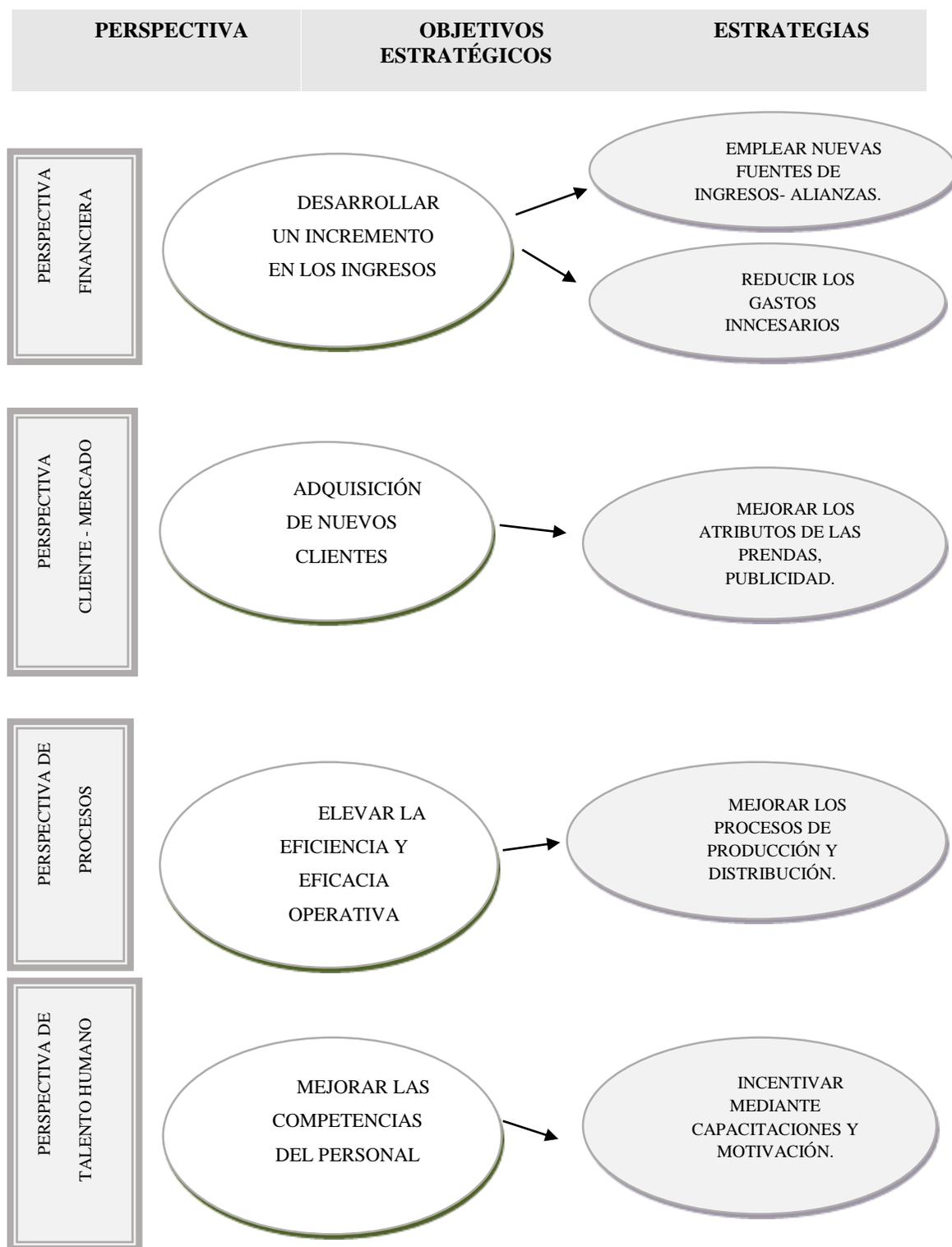


Figura 34. Mapa estratégico 2021-2025

4.4.2. Organigrama

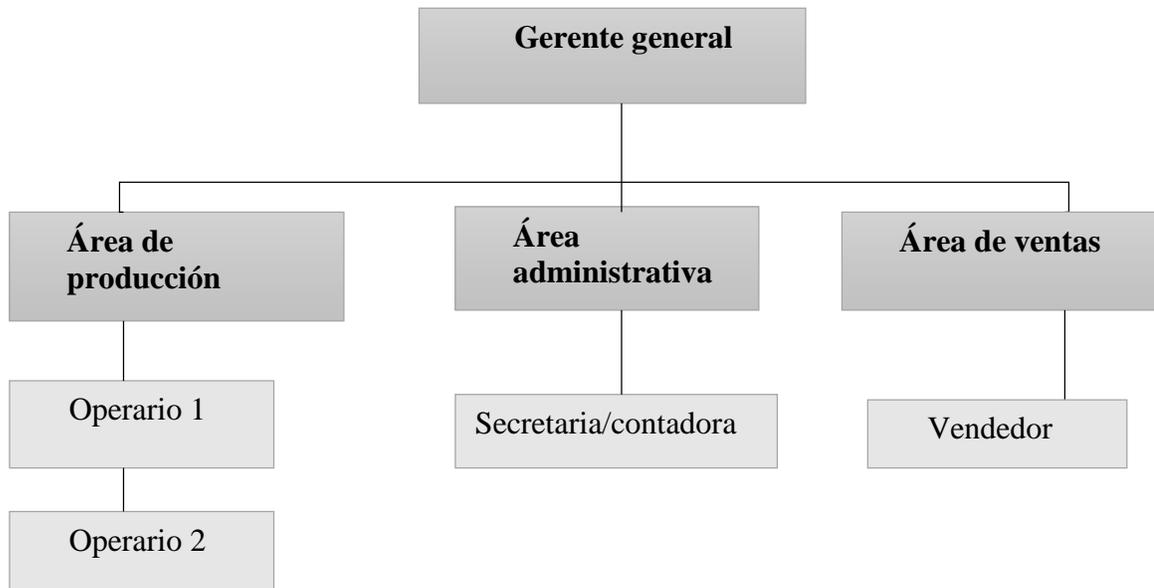


Figura 35. Organigrama funcional

4.4.3. Funciones del talento humano

Gerente general

Un gerente es la persona responsable de la administración del negocio, estableciendo estrategias, es quien toma las decisiones definitivas para el alto cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Objetivo: Propone, dirige y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa, con la finalidad de cómo resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la empresa.

Responsabilidad: Brindar asistencia y apoyo a los diferentes departamentos para el correcto funcionamiento de los trabajadores.

Resolver los conflictos de competencia que pudieran surgir entre los distintos órganos. Analizar los informes de las áreas y establecer mejoras. Y coordinar la programación de actividades.

Competencias: Poseer visión empresarial y capacidad de planeamiento estratégico a mediano y largo plazo. Capacidad de liderazgo, carisma, motivación y un alto compromiso con el trabajo.

Dominio de la expresión oral y escrita, que le permita ser portavoz de la organización cuando sea necesario.

Muy importante poseer capacidad de toma de decisiones y mucho coraje, comprometido con la empresa.

Funciones: Entre las funciones primordiales a desarrollar en su puesto esta la planificación, organización y supervisión general de las actividades desempeñadas por la empresa.

Administración de los recursos de la entidad y coordinación entre las partes que la componen.

Conducción estratégica de la organización y hacer las veces tanto de líder a lo interno de la empresa, como de portavoz a lo externo de la misma.

Tomar decisiones críticas, especialmente cuando se trata de asuntos centrales o vitales para la organización.

Secretaria/contadora

Es quien dentro de la organización ejecuta los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar el cumplimiento oportuno en la administración del riesgo laboral.

Objetivo: Preparar y presentar informes a la dirección, síntesis, colaborar en el proceso de clasificación y registro de los documentos contables de la empresa de confección.

Responsabilidad: Es responsable directo de los activos que maneja el departamento y de los archivos de la entidad, custodiando la información del departamento

Asiste en las necesidades y requerimiento operativos de los demás integrantes del departamento.

Competencias: Persona que tenga conocimientos contables y que se desempeñe en el puesto de una forma oportuna y eficiente.

Tener altos principios morales y de ética, en el manejo de auditoría y administración.

Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa y maneja periódicamente equipos y materiales medianamente complejos, siendo su responsabilidad indirecta.

Funciones: Suministra materiales y equipos de trabajo al personal de la dependencia y controla la existencia de los mismos. Recibe y tramita solicitud de servicios de mantenimiento y reparaciones de las edificaciones, máquinas y equipos de la dependencia.

Redacta y transcribe correspondencia y documentos diversos, brinda apoyo logístico en actividades especiales.

Operarias de producción

Los operarios de producción en la industria textil supervisan y controlan la maquinaria utilizada en las diferentes etapas de producción. A menudo se especializan en un campo particular de textiles, con la finalidad de lograr el producto final deseado.

Objetivo: Realizar todo el proceso de confección y secuencia de trabajo.

Responsabilidad: Realizar operaciones de ensamble, cosido, y acabado de prendas, operando máquinas en forma autónoma bajo la dirección y supervisión de un profesional de nivel superior.

Competencias: Capacidad para trabajar en equipo, control y gestión de equipos conformados por numerosas personas.

Control del nivel de profesionalidad en situaciones de presión. Pulcritud, orden y limpieza en el trabajo con productos alimentarios. Habilidades prácticas de confección.

Funciones: Operar máquinas y herramientas para realizar: el ensamble, cosido, y acabado de indumentarias y artículos textiles. Realizar el mantenimiento preventivo de las máquinas, para evitar pequeñas averías.

Vendedor

Persona capacitada para asesorar a los potenciales compradores de la ropa deportiva y que tiene comunicación directa con los clientes.

Objetivo: Cumplir con el presupuesto de venta establecido, atender y captar al cliente

Responsabilidad: Cumplir con la meta de ventas establecida, dar buena atención y servicio al cliente.

Competencias: Tener una buena actitud, empatía una comunicación asertiva, con el cliente y sobretodo pasión por el trabajo.

Funciones: Responsable de vender al cliente el producto, mostrar sus características, forma de uso, resolver dudas, brindar la información que sea necesaria para que el cliente se convenza de comprar y elaborar planes y presupuesto de ventas.

Procesos administrativos

- **Rol de pagos**

Es un documento donde se detalla todos los valores que se debe pagar y descontar al empleador por el trabajo realizado que será aceptado mediante su respectiva firma; siendo para la empresa una constancia del cumplimiento de sus obligaciones en caso de enfrentamientos a futuros reclamos. (Araujo Sánchez, 2018)

- **Pago a proveedores**

El pago a proveedores es uno de los puntos esenciales que la empresa debe cumplir para poder abastecerse del bien o servicio requerido. De la misma forma, con

una buena organización y coordinación de dichos pagos, encamina al lograr los objetivos establecidos y permanencia de la misma. (Workflow, 2018)

4.5. Estudio legal

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008) los requisitos fundamentales con los que se debe cumplir, previa la puesta en marcha del proyecto es la base legal. Fundamentada en el numeral 15 del artículo 66 donde estipulas que existe derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

La carta magna en el artículo 276 señala que el régimen de desarrollo tendrá, entre otros objetivos, construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable;

Según el art. 319, se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza;

alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 336, el estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

El código de comercio (2019) rige ciertas obligaciones :

En el art. 39, indica que toda persona capaz para contratar de acuerdo a las disposiciones del código civil, puede ejercer la actividad mercantil o comercial. Además de la capacidad mencionada en el inciso anterior, la ley puede exigir otros u otros requisitos adicionales para la titularidad de determinadas empresas o el ejercicio de específicas actividades comerciales o empresariales. (Código de Comercio Ecuador, 2019)

En base a la ley de defensa del artesano (1997) menciona en su Art. 1.- que esta ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones

gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente.

Un taller artesanal, es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco;
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta ley;
4. Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller;
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la junta nacional de defensa del artesano. (Ley de Defensa del Artesano, 1997)

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, Copci (2010)

Art. 2.- Actividad productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios

lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 53.- La micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código. (Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, 2010)

“Plan toda una vida” 2017 - 2021

El proyecto está basado en el eje dos economías al servicio de la sociedad del plan de toda una vida que tiene como objetivo punto de partida la premisa de que la economía debe estar al servicio de la sociedad. Es así que nuestro sistema económico, por definición constitucional, es una economía social y solidaria. Dentro de este sistema económico interactúan los subsistemas de la economía pública, privada, popular y solidaria.

No se puede entender la economía sin abarcar las relaciones entre los actores económicos de estos subsistemas, que son de gran importancia y requieren incentivos,

regulaciones y políticas que promuevan la productividad y la competitividad. Se procura proteger la sustentabilidad ambiental y el crecimiento económico inclusivo con procesos redistributivos en los que se subraye la corresponsabilidad social. Esa misma corresponsabilidad lleva a repensar las relaciones entre lo urbano y lo rural, acentuando la importancia de esta última para la sostenibilidad. En consecuencia, es necesario y justo trabajar con dedicación especial en el desarrollo de capacidades productivas y del entorno para conseguir el buen vivir rural.

Con el fin de generar la transformación productiva que la economía ecuatoriana demanda, es necesario contar con el apoyo de la política fiscal como uno de los elementos claves para lograr el desarrollo económico.

Es decir, que al constituir un emprendimiento es factible, poder tener acceso al financiamiento bancario que nos garantiza la subsistencia en el mercado y a la credibilidad, es decir, no sólo por obtener ganancias económicas, más bien para lograr satisfacer los requerimientos, necesidades y demandas para la sociedad y generar mayores fuentes de empleo. (Plan Nacional de Desarrollo , 2017)

Previo a la puesta en marcha del presente proyecto en términos legales se refiere al estudio de normas y regulaciones relacionadas a la naturaleza de la constitución de la

microempresa de ropa deportiva, y a la actividad económica que se ejecutará de acuerdo a los reglamentos formalizados por el organismo de la Superintendencias de compañías (Supercías), mediante el cual se dará a conocer cada de uno de los requisitos que se deben cumplir obligatoriamente para su correcto funcionamiento.

4.5.1. Tipo de empresa (trámites, requerimientos)

Para la presente investigación se constituirá la microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva “Almy’s” bajo la normativa de “sociedad anónima” que estará sujeta de acuerdo a los reglamentos establecidos por la superintendencia de compañías. (Ley de Compañías , 2014)

Razón social: La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas.

Capacidad de accionistas: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Números de accionistas. - La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas.

Capital social: El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

Obligaciones de accionistas:

Las acciones con derecho a voto lo tendrán en proporción a su valor pagado.

El o los accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital social podrán pedir, por escrito, en cualquier tiempo, al administrador o a los organismos directivos de la compañía, la convocatoria a una junta general de accionistas para tratar de los asuntos que indiquen en su petición.

Permisos de funcionamiento:

- Reservar el nombre de su compañía en la superintendencia de compañías.
- Solicitud de aprobación de la constitución de la empresa.
- Minuta de la superintendencia y tres
- copias certificadas de la “escritura de constitución” notariadas.
- Copia de nombramiento del representante legal de la organización. (Ley de Compañías, 2020)

Servicios de rentas internas (SRI)

- Obtener el RUC. (Registro único del contribuyente)

Requisitos básicos:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente. (Servicios de Rentas Internas, 2021)

Patente municipal de Huaquillas

Cuando se tramita por primera vez tiene que regirse a cumplir con los siguientes lineamientos expuestos por el gobierno autónomo del cantón Huaquillas con los siguientes pasos que se adquirirá por año. (Gobierno descentralizado de Huaquillas, 2021)

- Acercarse al municipio, bloque uno, a la oficina de comisaria control municipal y vigilancia y solicitar la inspección a su local.

- Dirigirse al bloque dos, a la oficina de tesorería y comprar con la cedula del titular de la patente el certificado de no adeudar
- Hacer firmar el certificado de no adeudar en la oficina de recaudación, rentas, empresa de agua potable y regresar a tesorería a comprar las especies para la patente.
- Presentar las especies y todos los documentos en comisaria municipal.
- Dirigirse a rentas para que le emitan los valores a cancelar por la patente.
- Dirigirse a recaudación a pagar los valores emitidos en rentas.
- Luego ir a la oficina de gestión de residuos sólidos a realizar la ficha ambiental.
- Dirigirse a la oficina de comisaria control municipal y vigilancia y presentar toda la documentación incluido los pagos realizados en recaudación

Requisitos obligatorios:

Cuando se solicita la patente por primera vez se necesita los documentos siguientes:

- Cédula de la persona que solicita la patente.
- Formulario para inspección del negocio.
- Permiso de funcionamiento
- Certificado de no adeudar al municipio.

- Especies para patente.

Estimación de impacto ambiental del proyecto

Según la ONU, (2019) muestra el impacto ambiental de la industria de la moda:

- Se requieren 7,500 litros de agua para producir unos jeans.
- El sector del vestido usa 93,000 millones de metros cúbicos de agua cada año, una cantidad suficiente para que sobrevivan cinco millones de personas
- La industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global.
- La producción de ropa y calzado produce el 8% de los gases de efecto invernadero.
- Cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura.
- La producción de ropa se duplicó entre 2000 y 2014.

4.6..Conclusión

En este capítulo se realiza el análisis de los datos obtenidos en la encuesta que aporta a la toma de decisiones en el proyecto. Con la realización de los estudios de mercado se obtuvo la aceptación del nicho de mercado, con el estudio técnico se conoce los elementos que integran el procesamiento del producto como tal, en el estudio administrativo se obtiene información pertinente de su estructura organizacional idónea, aspectos laborales y otras para el correcto funcionamiento, sin dejar de lado la importancia que tiene el estudio legal donde los requisitos y permisos son prioridad para que la empresa pueda empezar sus operaciones.

Capítulo V

5. Propuesta

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de pre factibilidad para la creación de la microempresa de ropa deportiva “Almy`s”, confeccionada con textiles anti fluidos en la ciudad de Huaquillas.

5.2. Autores de la propuesta

- Ramírez Malla Estefanía Jacqueline
- Tello Parra Yuliana Michelle

5.3. Empresas auspiciantes

En la actualidad no se cuenta con auspiciantes.

5.4. Área que cubre la propuesta

El área que cubre el proyecto “Almys”, se sitúa en el cantón Huaquillas direccionado a hombres y mujeres de un rango de edad entre 15 y 39 años que suelen invertir en la compra de prendas cómodas, resistentes, que son primordial en el ámbito del deporte y el entrenamiento.

5.5.Fecha de presentación

El proyecto tiene como inicio de entrega establecida septiembre 2020 como trabajo de titulación de la carrera de gestión empresarial.

5.6.Fecha de terminación

El proyecto tiene como fecha de entrega establecida en julio 2021, para la posterior sustentación de trabajo final en el mes de septiembre del presente año.

5.7.Duración del proyecto

El proyecto se basa en un planteamiento del problema con aprobación y elaboración de su estructura, y cumplimientos de lineamientos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, enfocada en fomentar al emprendimiento que generen aporte a la sociedad.

5.8.Participantes del proyecto

- Autoras del proyecto.
- Tutora de tesis y docentes.
- Proveedores.

- Público objetivo: hombres y mujeres de la ciudad de Huaquillas que se encuentran en el rango de edad de 15 a 39 años.

5.9. Objetivo general de la propuesta

Diseñar el estudio financiero, que permita analizar la viabilidad del proyecto, mediante la producción de prendas deportivas con anti fluidos en cantón Huaquillas Provincia de El Oro.

5.10. Objetivos específicos

- Identificar todos los recursos necesarios para la apertura del proyecto.
- Conocer la inversión total y el tiempo estimado en lograr ejecutarse.
- Verificar los indicadores financieros que permiten medir la idoneidad, eficacia y la eficiencia del proyecto.

5.11. Beneficiarios directos

Autoras del proyecto

5.12. Beneficiarios indirectos

- Tutora de tesis y docentes.
- Proveedores.
- Público objetivo: hombres y mujeres de la ciudad de Huaquillas que se encuentran en el rango de edad de 15 a 39 años.

5.13. Impacto de la propuesta

La ropa deportiva con textil anti fluidos representa una gran aceptación debido a que actualmente la crisis sanitaria exige que cuidado personal sea primordial. Por eso depende mucho el tipo de prenda que se utilice, los beneficios que aporte y la aceptación que tiene en el mercado objetivo.

La implementación de la microempresa de confección es una fuente de ingreso económico para los habitantes del cantón Huaquillas que tendrán la oportunidad de laborar y así mismo los distribuidores de materia prima.

5.14. Descripción de la propuesta

El proyecto está dirigido al estudio de perfectibilidad para la confección de ropa deportiva con textiles anti fluidos en el cantón Huaquillas, direccionando a un público objetivo de hombres y mujeres, entre 15 y 39 años de edad; con la finalidad de conocer los gustos, preferencias, precios del producto. La población objetiva fue seleccionada por medios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tabla 45.

Datos del emprendimiento

Nombre del emprendimiento	Almy's Sport
Tasa de crecimiento producción	2.80%
Tasa de crecimiento del pvp	0.35%
Tasa de inflación	-1.47%

Fuente: Adaptado de (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011)

El emprendimiento se basa en la confección y comercialización de ropa deportiva con textil anti fluidos en la ciudad de Huaquillas, con datos obtenidos actualizados en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, donde se puede observar

los porcentajes como la tasa de crecimiento de producción del 2.08%, una tasa de crecimiento del precio de venta al público del 0.35% y por último una tasa de inflación del -1.47% debido a la emergencia sanitaria que atraviesa el país.

Tabla 46.

Descripción de la tasa

Plazo préstamo en meses	36		
Tasa interés anual	15.00%	Tasa efectiva mensual	1.17%
Tasa de descuento	5.95%	Tasa interna de retorno	53.07%

Para el emprendimiento se gestiona un préstamo bancario a un plazo de 36 meses, en el cual la tasa de interés anual es del 15% con una tasa de descuento de 5.95%, tasa efectiva mensual 1.17% y para finalizar con una tasa de retorno de inversión del 53.07%, lo que permite lograr la capacidad de producción estimada obteniendo como resultado que el emprendimiento es viable.

5.14.1. Ingresos

Tabla 47

Producción (en cantidad mensual)

Descripción	Meses												Año				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
Ternos deportivos	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1680	1727	1775	1825	1876
Calentadores	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400	2467	2536	2607	2680
Camisetas	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4934	5073	5215	5361
Pantalonetas	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	4934	5073	5215	5361
Lycras	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1680	1727	1775	1825	1876
TOTAL	1280	15360	15790	16232	16687	17154											

En la tabla de producción de la microempresa de ropa deportiva se puede verificar la cantidad de prendas que se confeccionará durante los doce primeros meses del año y se detallará una proyección anual durante sus próximos cinco años, donde se conocerá cuanto se va a producir en un determinado tiempo.

Tabla 48

Proyección de ingresos (EN USD)

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ternos deportivos	1680	1727	1775	1825	1876
PVP	\$ 27.50	\$ 27.60	\$ 27.69	\$ 27.79	\$ 27.89
Ingreso ternos deportivos	\$ 46,200.00	\$ 47,659.83	\$ 49,165.78	\$ 50,719.32	\$ 52,321.95
Calentadores	2400	2467	2536	2607	2680
PVP	\$ 20.00	\$ 20.07	\$ 20.14	\$ 20.21	\$ 20.28
Ingreso calentadores	\$ 48,000.00	\$ 49,516.70	\$ 51,081.33	\$ 52,695.40	\$ 54,360.47
Camisetas	4800	4934	5073	5215	5361
PVP	\$ 15.00	\$ 15.05	\$ 15.11	\$ 15.16	\$ 15.21
Ingreso camisetas	\$ 72,000.00	\$ 74,275.06	\$ 76,622.00	\$ 79,043.10	\$ 81,540.71
Pantalonetas	4800	4934	5073	5215	5361
PVP	\$ 15.00	\$ 15.05	\$ 15.11	\$ 15.16	\$ 15.21
Ingreso pantalonetas	\$ 72,000.00	\$ 74,275.06	\$ 76,622.00	\$ 79,043.10	\$ 81,540.71
Lycras	1680	1727	1775	1825	1876
PVP	\$ 13.50	\$ 13.55	\$ 13.59	\$ 13.64	\$ 13.69
Ingreso lycras	\$ 22,680.00	\$ 23,396.64	\$ 24,135.93	\$ 24,898.58	\$ 25,685.32
Ingresos totales	\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15

En la siguiente tabla se detalla la estimación de los ingresos por año del emprendimiento y cuáles son los precios de venta al público.

De esta manera de demuestra los resultados de las ventas y el crecimiento que se obtiene en base a la rentabilidad esperada.

5.14.2. Costos de materiales directos.

Tabla 49

Costos y gastos (materia prima mensual)

Descripción	Medida	Ternos Deportivos			Calentadores			Camisetas			Pantalinetas			Lycras		Total	
		Cant	Costo unit	Costo total	Cant	Costo unit	Costo total	Cant	Costo unit	Costo total	Cant	Costo unit	Costo total	Cant	Costo unit		Costo total
Tela antifluidos(rollos 50m)	Unidad	469	\$ 2.99	\$ 1,402.31	400	\$ 2.99	\$ 1,196.00	600	\$ 2.99	\$ 1,794.00	660	\$ 2.99	\$ 1,973.40	224	\$ 2.99	\$ 669.76	\$ 7,035.47
Tela sintetica(rollo 50m)	Unidad	469	\$ 3.50	\$ 1,641.50	400	\$ 3.50	\$ 1,400.00	600	\$ 3.50	\$ 2,100.00	660	\$ 3.50	\$ 2,310.00	224	\$ 3.50	\$ 784.00	\$ 8,235.50
Hilos (10000 yds)	Unidad	14	\$ 2.60	\$ 36.40	10	\$ 2.60	\$ 26.00	20	\$ 2.60	\$ 52.00	20	\$ 2.60	\$ 52.00	7	\$ 2.60	\$ 18.20	\$ 184.60
Elastico plano(carrete 100yds)	Unidad	25.2	\$ 3.28	\$ 82.66	20	\$ 3.28	\$ 65.60	0	\$ 3.28	\$ 0.00	40	\$ 3.28	\$ 131.20	0	\$ 3.28	\$ 0.00	\$ 279.46
Cierre 55cm (paquete)	Unidad	140	\$ 0.75	\$ 105.00	0	\$ 0.75	\$ 0.00	0	\$ 0.75	\$ 0.00	0	\$ 0.75	\$ 0.00	0	\$ 0.75	\$ 0.00	\$ 105.00
Etiquetas de telas (paquete)	Unidad	140	\$ 0.17	\$ 23.80	200	\$ 0.17	\$ 34.00	400	\$ 0.17	\$ 68.00	400	\$ 0.17	\$ 68.00	140	\$ 0.17	\$ 23.80	\$ 217.60
Etiquetas de cartón (paquete)	Unidad	140	\$ 0.14	\$ 19.60	200	\$ 0.14	\$ 28.00	400	\$ 0.14	\$ 56.00	400	\$ 0.14	\$ 56.00	140	\$ 0.14	\$ 19.60	\$ 179.20
Bolsas de tela personalizadas	Unidad	140	\$ 0.13	\$ 18.20	200	\$ 0.13	\$ 26.00	400	\$ 0.13	\$ 52.00	400	\$ 0.13	\$ 52.00	140	\$ 0.13	\$ 18.20	\$ 166.40
Costo variable total				\$ 3,329.47			\$ 2,775.60			\$ 4,122.00			\$ 4,642.60			\$ 1,533.56	\$ 16,403.23
Costo variable unitario				\$ 23.78			\$ 13.88			\$ 10.31			\$ 11.61			\$ 10.95	\$ 12.82

En esta tabla de detalla cual es el costo de cada insumo que se necesita para la fabricación de cada prenda deportiva, de igual forma el precio unitario de la materia prima adquirida y su totalidad del costo que será necesario para el total de la producción.

Tabla 50

Sueldos y salarios

Cargo	Cantidad	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Fondos reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
Operario 1	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Operario 2	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Vendedor	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Secretaria/ contador	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 565.27
Gerente	1	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 33.33	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 831.23	\$ 831.23
Gasto sueldos y salaries	5	\$ 2,200.00	\$ 183.33	\$ 166.67	\$ 267.30	\$ 183.33	\$ 91.67	\$ 3,092.30	\$ 3,092.30

En esta tabla se puede ver los sueldos y salarios del personal en este caso los operarios, vendedor y personal administrativo; donde se muestra cada detalle los valores a cancelar (beneficios) implantados por la ley.

Tabla 51

Gasto mensual de la mano de obra

Mano de obra directa	\$1,125.19
Mano de obra indirecta	\$1,843.60

En la tabla se muestra el gasto de la mano de obra tanto directa con la producción e indirecta enfocada en áreas administrativas un gasto mensual que tendrá la microempresa de confección de ropa deportiva con una similitud de porcentaje.

Tabla 52

Servicios básicos

Descripción	Gasto mensual
Agua	\$ 20.00
Energía eléctrica	\$ 30.00
Teléfono celular	\$ 15.00

Se evidencia todos gastos de servicios básicos como: energía eléctrica, agua y teléfono, los cuales se procura siempre mantener los pagos al día para que se pueda realizar la correcta producción.

Tabla 53

Estado de costos de producción proyectados

Materia prima directa		
Inventario inicial de materia prima		-
Compras	16,403.23	
Fletes	-	16,403.23
Material disponible		16,403.23
Menos: inventario final		
Material utilizado en producción		16,403.23
Menos: inventario final de materia prima		-
Materia prima directa (utilizada)		16,403.23
Mano de obra directa		
Sueldos de fabricación		1,125.19
Menos: mano de obra indirecta		
Mano de obra directa		1,125.19
Mano de obra indirecta		1,843.60
Servicios básicos		65.00
Transporte		28.00
Publicidad		115.00
Depreciación		130.02
Costos indirectos de fabricación		2,051.60
Costos de productos fabricados		19,580.02
Unidades producidas		1,280.00
Costo unitario de producción		\$15.30

En la tabla de estado de costos de producción proyectado se puede observar con detalle cómo se llevó a cabo la producción en la microempresa los costos generados y así obtener el costo unitario de producción de las prendas deportivas.

Tabla 54

Gastos totales

Descripción	Mensual	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto sueldos y salarios	\$ 3,092.30	\$ 37,107.60	\$ 36,562.12	\$ 36,024.66	\$ 35,495.09	\$ 34,973.31
Gasto servicios básicos	\$ 65.00	\$ 780.00	\$ 768.53	\$ 757.24	\$ 746.11	\$ 735.14
Gasto combustible		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto transporte	\$ 28.00	\$ 336.00	\$ 331.06	\$ 326.19	\$ 321.40	\$ 316.67
Gasto arriendo	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,547.08	\$ 3,494.94	\$ 3,443.56	\$ 3,392.94
Gasto publicidad	\$ 115.00	\$ 1,380.00	\$ 1,359.71	\$ 1,339.73	\$ 1,320.03	\$ 1,300.63
Otros gastos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Subtotal gastos	\$ 3,600.30	\$ 43,203.60	\$ 42,568.51	\$ 41,942.75	\$ 41,326.19	\$ 40,718.70
% Imprevistos	3%					
Total de gastos	\$ 3,708.31	\$ 44,499.71	\$ 43,845.56	\$ 43,201.03	\$ 42,565.98	\$ 41,940.26
Costo fijo unitario		\$ 2.90	\$ 2.78	\$ 2.66	\$ 2.55	\$ 2.44

En la siguiente tabla se puede observar que los gastos totales son las cancelaciones que la microempresa tiene que cubrir por mes de los sueldos y salarios, servicios básicos, combustible, transporte entre otros, durante los cinco años de estimación del proyecto.

Tabla 55

Depreciación y amortización

Descripción	Años de depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo fijo						
Edificio	20	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 5.44
Vehículo	5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Maquinaria y equipos	10	\$ 800.25	\$ 800.25	\$ 800.25	\$ 800.25	\$ 800.25
Herramientas	5	\$ 25.76	\$ 25.76	\$ 25.76	\$ 25.76	\$ 25.76
Equipos de computación	3	\$ 508.33	\$ 508.33	\$ 508.33	\$ 0.00	\$ 0.00
Equipos de oficina	10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Muebles y enseres	10	\$ 163.00	\$ 163.00	\$ 163.00	\$ 163.00	\$ 163.00
Otros activos fijos	2	\$ 57.50	\$ 57.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total depreciación		\$ 1,560.28	\$ 1,560.28	\$ 1,502.78	\$ 994.45	\$ 994.45
Activo diferido						
Gasto de constitución	5	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
Total amortización		\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76

En esta tabla se detallan todos los gastos depreciados y amortizados de sus activos fijos comerciales que permite a la empresa conocer cuáles son los años de vida útil de dichos activos durante los últimos cinco años que tiene como aspiración el emprendimiento.

Inversión

Tabla 56

Inversión

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	% Partic.
Capital de trabajo	\$ 20,111.54						\$ 20,111.54	63.32%
Activo fijo	\$ 11,510.10						\$ 11,510.10	36.24%
Edificio	\$ 108.80						\$ 108.80	
Vehículo							\$ 0.00	
Maquinaria y equipos	\$ 8,002.50						\$ 8,002.50	
Herramientas	\$ 128.80						\$ 128.80	
Equipos de computación	\$ 1,525.00						\$ 1,525.00	
Equipos de oficina							\$ 0.00	
Muebles y enseres	\$ 1,630.00						\$ 1,630.00	
Terreno							\$ 0.00	
Otros activos fijos	\$ 115.00						\$ 115.00	

Activo diferido	\$ 58.80						\$ 58.80	0.19%
Gasto de constitución	\$ 58.80						\$ 58.80	
Otros activos	\$ 80.00						\$ 80.00	0.25%
Marcas y patentes	\$ 80.00						\$ 80.00	
Inversión total	\$ 31,760.44	\$ 0.00	\$ 31,760.44	100.00%				

En la tabla se da a conocer la inversión con un valor de \$31,760.64 con la que se da apertura a la microempresa Almy's, durante los próximos cinco años, dando a conocer cuál es su costo del tipo de inversión que se está utilizando, con un porcentaje de participación de trabajo de 63.32%, con activo fijo del 36.24%, para el activo diferido de 0.19% y el 0.25% para otros activos, determinando así el 100% de la totalidad de la inversión.

Tabla 57

Inversión (participación)

Descripción	% Participación
Capital de trabajo	63.32%
Activo fijo	36.24%
Activo diferido	0.19%
Otros activos	0.25%
Total	100.00%

En su totalidad la inversión del proyecto es de \$ 31,760.64 para su creación, en donde se encuentran varios factores que forman parte de ello con la siguiente información, capital de trabajo que tienen como valor \$20,111.54, activo fijo \$11,510.10, otros activos como los gastos de constitución con un valor de \$58.80 y para concluir es indispensable partir con las marcas y patentes como otros activos con un valor de \$80.00 para que el negocio pueda funcionar sin ningún problema.

Capital de trabajo y estructura del costo unitario y total

Tabla 58

Capital de trabajo

Descripción	Previsión	Total mes	Total
Materia prima	1	\$ 16,403.23	\$ 16,403.23
Gastos	1	\$ 3,708.31	\$ 3,708.31
Total capital de trabajo	1	\$ 20,111.54	\$ 20,111.54

En la tabla anterior se detalla factores importantes que se utiliza para la producción de la microempresa de ropa deportiva, con un total de la materia prima de \$16,403.23 y los gastos que tiene como valor \$3,708.31, es decir, al mes el emprendimiento tendría un excelente total de su capital de trabajo.

Tabla 59

Estructura del costo total

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo variable total	\$ 196,838.71	\$ 193,945.18	\$ 191,094.19	\$ 188,285.10	\$ 185,517.31
Costo fijo total	\$ 44,499.71	\$ 43,845.56	\$ 43,201.03	\$ 42,565.98	\$ 41,940.26
Costo total	\$ 241,338.42	\$ 237,790.75	\$ 234,295.22	\$ 230,851.08	\$ 227,457.57
Ingreso total	\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15
% Utilidad	8.10%	13.18%	18.49%	24.06%	29.89%
	\$ 19,541.58	\$ 31,332.54	\$ 43,331.82	\$ 55,548.42	\$ 67,991.58
	1628.465	2611.045085	3610.985214	4629.035138	5665.965338

En la presente tabla se puede evidenciar los totales del costo variable total y el costo fijo total en la producción de las prendas deportivas, es decir, con relación a los costos ya mencionados anteriormente se podrá saber las utilidades que se estima alcanzar en cada año.

Tabla 60

Financiamiento

Descripción	Inversión	Propia	Donación	Préstamo
capital de trabajo	\$ 20,111.54	\$ 1,000.00		\$ 19,111.54
Activo fijo	\$ 11,510.10	\$ 2,000.00	\$ 0.00	\$ 9,510.10
Edificio	\$ 108.80			\$ 108.80
Vehículo	\$ 0.00			\$ 0.00
Maquinaria y equipos	\$ 8,002.50			\$ 8,002.50
Herramientas	\$ 128.80			\$ 128.80
Equipos de computación	\$ 1,525.00			\$ 1,525.00
Equipos de oficina	\$ 0.00			\$ 0.00
Muebles y enseres	\$ 1,630.00			\$ 1,630.00
Terreno	\$ 0.00			\$ 0.00
Otros activos fijos	\$ 115.00			\$ 115.00
Activo diferido	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto de constitución	\$ 58.80			\$ 58.80
Otros activos	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Marcas y patentes	\$ 80.00			\$ 80.00
Financiamiento total	\$ 31,760.44	\$ 3,138.80	\$ 0.00	\$ 28,621.64
% Participación	100.00%	9.88%	0.00%	90.12%

La anterior tabla indica cuales son las fuentes de financiamiento que se utiliza para ejecutar el proyecto, donde se garantiza la adquisición de ciertos activos para la microempresa, no obstante, se muestra la fuente de donde proviene el financiamiento que se le realizara a cada uno de ellos para su respectiva inversión.

Tabla 61

Financiamiento (participación)

Descripción	% Participación
Propia	9.88%
Donación	0.00%
Préstamo	90.12%
Total	100.00%

En esta tabla se puede observar los porcentajes que están inmersos al financiamiento que vamos a recurrir para poner en marcha el negocio, en este caso sería financiación propia de 9.88%, y lo que resta del porcentaje total al 100% proviene de un préstamo bancario con un 90.12%, este tipo de financiamiento es relevante porque la fuente de inversión crediticia se convertirá en pasivos de largo plazo, que tendrá como base su capital propio.

5.14.3. Préstamos del proyecto (tabla de amortización)

Tabla 62

Tabla de amortización

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 28,621.64	\$ 335.30	\$ 979.02	\$ 643.72
2	\$ 27,977.91	\$ 327.76	\$ 979.02	\$ 651.27
3	\$ 27,326.64	\$ 320.13	\$ 979.02	\$ 658.90
4	\$ 26,667.75	\$ 312.41	\$ 979.02	\$ 666.61
5	\$ 26,001.13	\$ 304.60	\$ 979.02	\$ 674.42
6	\$ 25,326.71	\$ 296.70	\$ 979.02	\$ 682.32
7	\$ 24,644.39	\$ 288.71	\$ 979.02	\$ 690.32
8	\$ 23,954.07	\$ 280.62	\$ 979.02	\$ 698.40
9	\$ 23,255.66	\$ 272.44	\$ 979.02	\$ 706.59
10	\$ 22,549.08	\$ 264.16	\$ 979.02	\$ 714.86
11	\$ 21,834.21	\$ 255.79	\$ 979.02	\$ 723.24
12	\$ 21,110.97	\$ 247.31	\$ 979.02	\$ 731.71
13	\$ 20,379.26	\$ 238.74	\$ 979.02	\$ 740.28
14	\$ 19,638.98	\$ 230.07	\$ 979.02	\$ 748.96
15	\$ 18,890.02	\$ 221.30	\$ 979.02	\$ 757.73
16	\$ 18,132.29	\$ 212.42	\$ 979.02	\$ 766.61
17	\$ 17,365.69	\$ 203.44	\$ 979.02	\$ 775.59
18	\$ 16,590.10	\$ 194.35	\$ 979.02	\$ 784.67
19	\$ 15,805.43	\$ 185.16	\$ 979.02	\$ 793.87
20	\$ 15,011.56	\$ 175.86	\$ 979.02	\$ 803.17
21	\$ 14,208.40	\$ 166.45	\$ 979.02	\$ 812.57
22	\$ 13,395.82	\$ 156.93	\$ 979.02	\$ 822.09
23	\$ 12,573.73	\$ 147.30	\$ 979.02	\$ 831.72

24	\$ 11,742.00	\$ 137.56	\$ 979.02	\$ 841.47
25	\$ 10,900.54	\$ 127.70	\$ 979.02	\$ 851.33
26	\$ 10,049.21	\$ 117.73	\$ 979.02	\$ 861.30
27	\$ 9,187.91	\$ 107.64	\$ 979.02	\$ 871.39
28	\$ 8,316.52	\$ 97.43	\$ 979.02	\$ 881.60
29	\$ 7,434.92	\$ 87.10	\$ 979.02	\$ 891.93
30	\$ 6,543.00	\$ 76.65	\$ 979.02	\$ 902.37
31	\$ 5,640.63	\$ 66.08	\$ 979.02	\$ 912.95
32	\$ 4,727.68	\$ 55.38	\$ 979.02	\$ 923.64
33	\$ 3,804.04	\$ 44.56	\$ 979.02	\$ 934.46
34	\$ 2,869.58	\$ 33.62	\$ 979.02	\$ 945.41
35	\$ 1,924.17	\$ 22.54	\$ 979.02	\$ 956.48
36	\$ 967.69	\$ 11.34	\$ 979.02	\$ 967.69
Total		\$ 6,623.26	\$ 35,244.89	\$ 28,621.64

Por medio de esta tabla se puede observar una simulación de la que sería una tabla de amortización que una entidad financiera que le facilitará al negocio “Almy’s”, al momento que se haga un préstamo bancario, en el cual el valor a solicitar será de \$ 28,621.64 a 60 meses plazo con un interés de \$6,623.26, y a cancelar cuotas mensuales de \$979.02.

Tabla 63

Resumen tabla de amortización

Almy's Sport				
	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 28,621.64	\$ 3,505.93	\$ 11,748.30	\$ 8,242.37
2	\$ 20,379.26	\$ 2,269.57	\$ 11,748.30	\$ 9,478.73
3	\$ 10,900.54	\$ 847.76	\$ 11,748.30	\$ 10,900.54
Total		\$ 6,623.26	\$ 35,244.89	\$ 28,621.64

Esta tabla se ve reflejado un resumen de toda la tabla de amortización en donde se detallan valores que forman parte del capital que otorga la entidad financiera, con interés anual que va disminuyendo, cuotas mensuales que son fijas de \$ 11,748.30 y el capital pagado del préstamo solicitando un periodo de 60 meses plazo (cinco años), dando como resultado de pago de \$28,621.64.

5.14.4. Estados financieros

Tabla 64

Estado de situación financiera proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo	\$ 31,760.44	\$ 63,703.59	\$ 72,420.90	\$ 87,859.57	\$ 122,899.75	\$ 165,743.77
Corriente	\$ 20,111.54	\$ 53,626.73	\$ 63,916.08	\$ 80,869.30	\$ 116,915.69	\$ 160,765.92
Caja/bancos	\$ 20,111.54	\$ 53,626.73	\$ 63,916.08	\$ 80,869.30	\$ 116,915.69	\$ 160,765.92
Fijo	\$ 11,510.10	\$ 9,949.82	\$ 8,389.53	\$ 6,886.75	\$ 5,892.30	\$ 4,897.85
Edificio	\$ 108.80	\$ 108.80	\$ 108.80	\$ 108.80	\$ 108.80	\$ 108.80
Dep. ac. edificio		-\$ 5.44	-\$ 10.88	-\$ 16.32	-\$ 21.76	-\$ 27.20
Vehículo	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Dep. ac. vehículo		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Maquinaria y equipos	\$ 8,002.50	\$ 8,002.50	\$ 8,002.50	\$ 8,002.50	\$ 8,002.50	\$ 8,002.50
Dep. ac. maq. equip		-\$ 800.25	-\$ 1,600.50	-\$ 2,400.75	-\$ 3,201.00	-\$ 4,001.25
Herramientas	\$ 128.80	\$ 128.80	\$ 128.80	\$ 128.80	\$ 128.80	\$ 128.80
Dep. ac. herramient.		-\$ 25.76	-\$ 51.52	-\$ 77.28	-\$ 103.04	-\$ 128.80
Equip de computo	\$ 1,525.00	\$ 1,525.00	\$ 1,525.00	\$ 1,525.00	\$ 1,525.00	\$ 1,525.00
Dep. ac. equip de computo		-\$ 508.33	-\$ 1,016.67	-\$ 1,525.00	-\$ 1,525.00	-\$ 1,525.00
Equipos de oficina	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Dep. ac. equipos de oficina		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
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	\$ 115.00	\$ 115.00	\$ 115.00	\$ 115.00	\$ 115.00	\$ 115.00
Dep. ac. otros Activos fijos		-\$ 57.50	-\$ 115.00	-\$ 115.00	-\$ 115.00	-\$ 115.00
Diferido	\$ 58.80	\$ 47.04	\$ 35.28	\$ 23.52	\$ 11.76	\$ 0.00
Gast. constitución	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80	\$ 58.80
Amort. ac. gasto de constitución		-\$ 11.76	-\$ 23.52	-\$ 35.28	-\$ 47.04	-\$ 58.80
Otros activos	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00				
Marcas y patentes / software	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00	\$ 1,180.00
Pasivo	\$ 28,621.64	\$ 5,243.06	\$ 9,965.46	\$ 14,851.45	\$ 19,771.55	\$ 24,282.20
Pasivo corrientes	-	-	-	-	-	-
15% empleados		2,169.54	4,123.64	6,145.43	8,181.33	10,047.81
Imp. renta 25%		3,073.52	5,841.82	8,706.02	11,590.22	14,234.39

Pasivo no corrientes	\$ 28,621.64	\$ 20,379.26	\$ 10,900.54	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Prest.largo plazo	\$ 28,621.64	\$ 20,379.26	\$ 10,900.54	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Patrimonio	\$ 3,138.80	\$ 12,359.35	\$ 29,884.82	\$ 56,002.89	\$ 90,773.55	\$ 133,476.72
Capital social	\$ 3,138.80	\$ 3,138.80	\$ 3,138.80	\$ 3,138.80	\$ 3,138.80	\$ 3,138.80
Utilidad retenida			\$ 9,220.55	\$ 26,746.02	\$ 52,864.09	\$ 87,634.75
Utilidad del ejercicio		\$ 9,220.55	\$ 17,525.47	\$ 26,118.07	\$ 34,770.66	\$ 42,703.18
Pasivo y patrimonio	\$ 31,760.44	\$ 17,602.41	\$ 39,850.28	\$ 70,854.34	\$ 110,545.10	\$ 157,758.92

Toda la información financiera de la microempresa se evidencia que desde el año que inicia con un activo de \$ 31,760.44 y un pasivo de \$ 28,621.64 que representa al crédito financiero, se obtiene \$ 3,138.80 de patrimonio, seguido en el año uno en activos se obtiene una cantidad de \$ 63,703.59, seguido en el año dos con una utilidad retenida de \$ 72,420.90, y una utilidad de ejercicio de \$ 9,220.55.

En el año tres el incremento del activo es de \$ 87,859.57 con una utilidad de ejercicio de \$26,118.07, la cantidad del activo en patrimonio es la misma. Para el año cuatro el activo ascendió a \$ 112,899.75, por lo que se repite la cantidad del pasivo de los años anteriores, el valor de la utilidad retenida es de \$52,864.09 y la utilidad del ejercicio es de \$34,770.66. Para el año cinco se incrementó los activos por un total de \$ 165,743.77, por lo que su utilidad retenida es de \$ 87,634.75, y la utilidad del ejercicio es de \$ 42,703.18, es un análisis de la proyección durante los próximos cinco años.

Tabla 65

Estado de resultado proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operativos	\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15
Ventas	\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15
Gastos operativos	\$ 242,910.46	\$ 239,362.79	\$ 235,809.76	\$ 231,857.29	\$ 228,463.78
Costo variable total	\$ 196,838.71	\$ 193,945.18	\$ 191,094.19	\$ 188,285.10	\$ 185,517.31
Gasto sueldos y salarios	\$ 37,107.60	\$ 36,562.12	\$ 36,024.66	\$ 35,495.09	\$ 34,973.31
Gasto servicios básicos	\$ 780.00	\$ 768.53	\$ 757.24	\$ 746.11	\$ 735.14
Gasto combustible	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto transporte	\$ 336.00	\$ 331.06	\$ 326.19	\$ 321.40	\$ 316.67
Gasto arriendo	\$ 3,600.00	\$ 3,547.08	\$ 3,494.94	\$ 3,443.56	\$ 3,392.94
Gasto publicidad	\$ 1,380.00	\$ 1,359.71	\$ 1,339.73	\$ 1,320.03	\$ 1,300.63
Otros gastos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gastos imprevistos	\$ 1,296.11	\$ 1,277.06	\$ 1,258.28	\$ 1,239.79	\$ 1,221.56
Gasto depreciación	\$ 1,560.28	\$ 1,560.28	\$ 1,502.78	\$ 994.45	\$ 994.45
Gasto amortización	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
Utilidad/Pérdida operativa	\$ 17,969.54	\$ 29,760.50	\$ 41,817.28	\$ 54,542.21	\$ 66,985.37
Gasto financiero	\$ 3,505.93	\$ 2,269.57	\$ 847.76	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad/Pérdida bruta	\$ 14,463.61	\$ 27,490.93	\$ 40,969.52	\$ 54,542.21	\$ 66,985.37
15% empleados	\$ 2,169.54	\$ 4,123.64	\$ 6,145.43	\$ 8,181.33	\$ 10,047.81
Impuesto a la renta 25%	\$ 3,073.52	\$ 5,841.82	\$ 8,706.02	\$ 11,590.22	\$ 14,234.39
Utilidad/Pérdida del ejercicio	\$ 9,220.55	\$ 17,525.47	\$ 26,118.07	\$ 34,770.66	\$ 42,703.18

Mediante la tabla proyectada se detalla a continuación las ventas del primer año hacia el quinto año que ascienden por la cantidad de \$ 260,880.00 a \$ 295,449.15 Sin embargo los gastos operativos que se registra en el año uno al cinco es de \$242,910.46 como de \$ 228,463,78, todas estas cantidades calculadas y planteadas abarcan los diferentes gastos que realizará el emprendimiento en un periodo establecido de cinco años. La utilidad operativa del ejercicio entre el año uno y el cinco, se incrementa en más del 100%.

5.14.5. Flujo de efectivo

Tabla 66

Flujo de fondo proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fuentes	\$ 31,760.44	\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15
Ventas		\$ 260,880.00	\$ 269,123.29	\$ 277,627.04	\$ 286,399.50	\$ 295,449.15
Aporte de capital	\$ 3,138.80					
Préstamo	\$ 28,621.64					
Usos	\$ 31,760.44	\$ 250,087.40	\$ 259,504.50	\$ 260,894.97	\$ 250,622.63	\$ 251,739.77
para inversión	\$ 31,760.44	\$ 0.00				
Capital de trabajo	\$ 20,111.54	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo fijo	\$ 11,510.10	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo diferido	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Otros activos	\$ 80.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Para costos y gastos		\$ 250,087.40	\$ 259,504.50	\$ 260,894.97	\$ 250,622.63	\$ 251,739.77
Costo variable total		\$ 196,838.71	\$ 193,945.18	\$ 191,094.19	\$ 188,285.10	\$ 185,517.31
Gasto sueldos y salarios		\$ 37,107.60	\$ 36,562.12	\$ 36,024.66	\$ 35,495.09	\$ 34,973.31
Gasto servicios básicos		\$ 780.00	\$ 768.53	\$ 757.24	\$ 746.11	\$ 735.14
Gasto combustible		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00

Gasto transporte		\$ 336.00	\$ 331.06	\$ 326.19	\$ 321.40	\$ 316.67
Gasto arriendo		\$ 3,600.00	\$ 3,547.08	\$ 3,494.94	\$ 3,443.56	\$ 3,392.94
Gasto publicidad		\$ 1,380.00	\$ 1,359.71	\$ 1,339.73	\$ 1,320.03	\$ 1,300.63
Otros gastos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Gasto imprevistos		\$ 1,296.11	\$ 1,277.06	\$ 1,258.28	\$ 1,239.79	\$ 1,221.56
Gasto financiero		\$ 3,505.93	\$ 2,269.57	\$ 847.76	\$ 0.00	\$ 0.00
15% empleados		\$ 2,169.54	\$ 4,123.64	\$ 6,145.43	\$ 8,181.33	\$ 10,047.81
Impuesto a la renta 25%		\$ 3,073.52	\$ 5,841.82	\$ 8,706.02	\$ 11,590.22	\$ 14,234.39
Pago de capital préstamo			\$ 9,478.73	\$ 10,900.54	\$ 0.00	\$ 0.00
Flujo de efectivo	\$ 0.00	\$ 10,792.60	\$ 9,618.78	\$ 16,732.08	\$ 35,776.87	\$ 43,709.39
Efectivo inicial	\$ 20,111.54	\$ 20,111.54	\$ 30,904.13	\$ 40,522.91	\$ 57,254.99	\$ 93,031.86
Efectivo final	\$ 20,111.54	\$ 30,904.13	\$ 40,522.91	\$ 57,254.99	\$ 93,031.86	\$ 136,741.24

El inicio del proyecto se realiza un préstamo de \$ \$ 28,621.64 para la inversión la cual se obtuvo un efectivo inicial y final de \$ 20,111.54, en el año dos con ocho meses se cancela el préstamo. Entre el año uno y cinco las ventas fueron incrementando, los costos y gastos fueron disminuyendo, obteniendo en el año cinco un flujo de efectivo de \$ 43,709.39

5.14.6. Evaluación económica

Tabla 67

Punto de nivelación terno deportivo

Punto de nivelación anual	Ternos deportivos
Volumen	11968
Ingreso	\$ 329,131.00
Precio	\$ 50.27
Capacidad utilizada	712.40%

Tabla 68

Punto de nivelación calentadores

Punto de nivelación anual	Calentadores
Volumen	7269
Ingreso	\$ 89,835.70
Precio	\$ 32.42
Capacidad utilizada	302.87%

Tabla 69

Punto de nivelación camisetas

Punto de nivelación anual	Camisetas
Volumen	9478
Ingreso	\$ 142,171.59
Precio	\$ 19.58
Capacidad utilizada	197.46%

Tabla 70

Punto de nivelación pantalonetas

Punto de nivelación anual	Pantalonetas
Volumen	13113
Ingreso	\$ 196,698.28
Precio	\$ 20.88
Capacidad utilizada	273.19%

Tabla 71

Punto de nivelación lycras

Punto de nivelación anual	Lycras
Volumen	17478
Ingreso	\$ 235,956.82
Precio	\$ 37.44
Capacidad utilizada	1040.37%

En las cinco tablas anteriores se observa el punto de nivelación de las prendas deportivas que proporciona la microempresa Almy's con el respectivo volumen de ventas, ingresos generados, precio establecido y la capacidad utilizada.

Tabla 72

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Ingresos por ventas	\$ 260,880.00
Costo Variable	\$ 196,838.91
Costo Fijo	\$ 44,499.71
Costo Total	\$ 241,338.42
Ingreso Anual	\$ 51,793.50
Ingreso Mensual	\$ 4,316.12
Ingreso Diario	\$ 143.87
Unidades	2,846

Se puede observar el punto de equilibrio es donde la microempresa empieza a auto sustentarse, referencia cual va a ser el ingreso anual de \$ 51,793.50, un ingreso mensual de \$4,316.12 e ingresos diarios de \$ 143.87 que genera en ventas de prendas deportivas con la finalidad de cubrir todos sus costos y gastos fijos sin perder dinero, estos valores en base al cálculo indican que la empresa sobrepasa del punto de equilibrio.

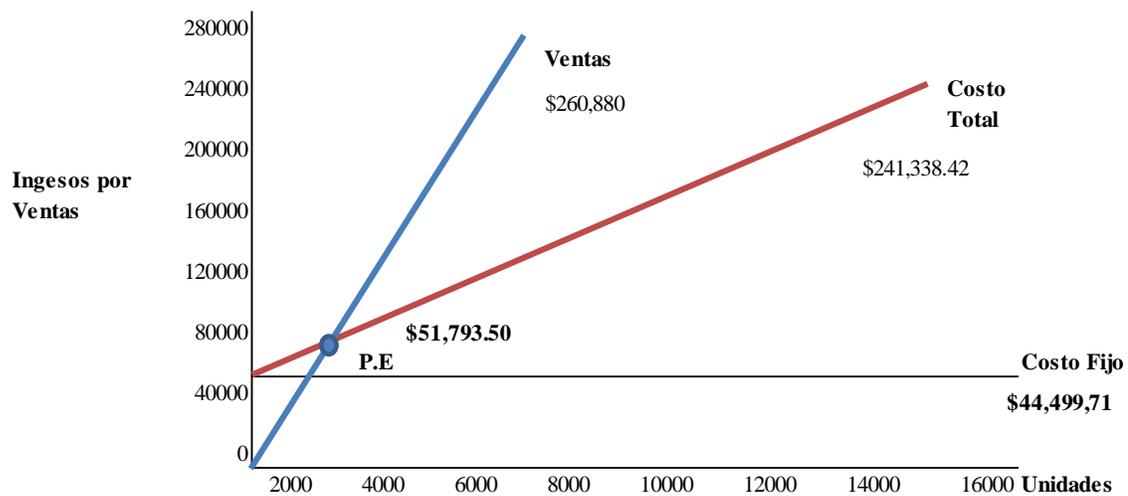


Figura 36. Punto de equilibrio

5.14.7. Evaluación financiera

Tabla 73

Flujo de fondos proyectados

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Desventaja	-\$ 31,760.44							
Ventaja	\$ 0.00	\$ 10,792.60	\$ 9,618.78	\$ 16,732.08	\$ 35,776.87	\$ 43,709.39		
Valor residual						\$ 6,077.85		
Flujo neto	-\$ 31,760.44	\$ 10,792.60	\$ 9,618.78	\$ 16,732.08	\$ 35,776.87	\$ 49,787.24		
Flujo actualizado	-\$ 31,760.44	\$ 10,186.50	\$ 8,568.76	\$ 14,068.47	\$ 28,392.16	\$ 37,291.79		
					VAN	\$ 66,747.25		
					B/C	3.10158497		
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Desventaja	-\$ 31,760.44							
Ventaja	\$ 0.00	\$ 14,298.52	\$ 11,888.35	\$ 17,579.84	\$ 35,776.87	\$ 43,709.39		
Valor residual						\$ 6,077.85		
Flujo neto	-\$ 31,760.44	\$ 14,298.52	\$ 11,888.35	\$ 17,579.84	\$ 35,776.87	\$ 49,787.24		
Flujo actualizado	-\$ 31,760.44	\$ 9,341.38	\$ 5,074.13	\$ 4,902.01	\$ 6,517.51	\$ 5,925.40	\$ 0.00	VAN
					TIR	53.07%		

Periodo de recuperación de la inversión (años)

2 Años

8 Meses

Valor actual neto

Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia. (Puga Muñoz, 2009) Para ello el proyecto muestra que es totalmente viable recuperando la inversión en dos años, ocho meses.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} + \frac{Q3}{(1+K)^3} \cdots \cdots \frac{QN}{(1+K)^n} \\ \text{VAN} &= -31,760.44 + \frac{10,792.60}{(1+0.0595)^1} + \frac{9,618.78}{(1+0.0595)^2} + \frac{16,732.08}{(1+0.0595)^3} \\ &\quad + \frac{35,776.87}{(1+0.0595)^4} + \frac{49,787.24}{(1+0.0595)^5} \\ \text{VAN} &= -31,760.44 + \frac{10,792.60}{1.0595} + \frac{9,618.78}{1.12254025} + \frac{16,732.08}{1.189331395} + \frac{35,776.87}{1.260096613} \\ &\quad + \frac{49,787.24}{1.335072361} \\ \text{VAN} &= -31,760.44 + 10,186.50 + 8,568.76 + 14,068.47 + 28,392.16 \\ &\quad + 37,291.79 \end{aligned}$$

n

$$\text{VAN} = 66,747.25$$

Se puede identificar que el VAN del proyecto es considerable, con un resultado positivo, ya que al ser mayor a cero se considera rentable, disminuyendo los riesgos para realizar la inversión.

Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno es uno de los métodos de evaluación de proyectos de inversión más utilizados en empresas. Sirve para determinar la viabilidad a la hora de encarar alternativas de inversión. (González, 2019)

$$\text{TIR} = -A + \frac{Q1}{(1 + \text{TIR})^1} + \frac{Q2}{(1 + \text{TIR})^2} + \frac{Q3}{(1 + \text{TIR})^3} \dots \dots \frac{QN}{(1 + \text{TIR})^n} = 0$$

$$\begin{aligned} \text{TIR} = & -31,760.44 + \frac{14,298.52}{(1 + 53.07\%)^1} + \frac{11,888.35}{(1 + 53.07\%)^2} + \frac{17,579.84}{(1 + 53.07\%)^3} \\ & + \frac{35,776.87}{(1 + 53.07\%)^4} + \frac{49,787.24}{(1 + 53.07\%)^5} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{TIR} = & -31,760.44 + \frac{14,298.52}{1.5307} + \frac{11,888.35}{2.34304249} + \frac{17,579.84}{3.586495139} + \frac{35,776.87}{5.48984811} \\ & + \frac{49,787.24}{8.403310502} \end{aligned}$$

$$\text{TIR} = -31,760.44 + 9,341.16 + 5,073.90 + 4,901.68 + 6,516.91 + 5,924.72$$

$$\text{TIR} = -31,760.44 + 34,760.44$$

$$\text{TIR} = 0$$

$$\text{TIR} = 53.07 \%$$

5.14.8. Relación beneficio/costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Es decir, un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. (Váquiro, 2010)

$$\frac{\text{VNA}(\text{Tasa de Descuento}; (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$\frac{\text{VNA}(\text{Tasa de Descuento}; (10,186.50 + 8,568.76 + 14,068.47 + 28,392.16 + 37,291.79))}{-31,760.44}$$

VNA(Tasa de Descuento; (98,507.68)

-31,760.44

$$\mathbf{R} \frac{\mathbf{B}}{\mathbf{C}} = 3.10$$

El estudio de relación beneficio/costo nos refleja que el proyecto es rentable ya que su índice es de 3.10 dando como resultado un proyecto económicamente viable.

5.14.9. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite calcular diferentes escenarios que pueden acontecer durante el ciclo operativo del proyecto, con el fin de evaluar el impacto que tendría la inversión.

Tabla 74.

Escenarios

	Pesimista 6%		Moderado 12%		Optimista 18%
TIR	49.89	TIR	53.07%	TIR	56.25
VAN	\$ 62,742.42	VAN	\$ 66,747.25	VAN	\$ 70,752.09
RB/C	\$ 2.91	RB/C	\$ 3.10	RB/C	\$ 3.28

En la tabla refleja un escenario pesimista con un TIR bajo, por ende, son ingresos desfavorables; por otro lado, un escenario optimista que genera alta rentabilidad; considerando para la creación de la microempresa “Almy’s” un escenario moderado con una tasa de crecimiento del 12%.

Indicadores o ratios financieros.

Un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del balance o del estado de ganancias y pérdidas. Las ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno. (Aching Guzman, 2005)

Grado de apalancamiento operativo (GAO).

$$\text{GAO} = \frac{\text{ventas} - \text{costos variable}}{\text{ventas} - \text{costos variables} - \text{Costos fijos}}$$

$$\text{GAO} = \frac{\$ 64,041.29}{\$ 260,880.00 - \$ 196,838.71 - \$ 44,499.71}$$

$$GAO = \frac{\$ 64,041.29}{\$ 19,541.58}$$

$$GAO = 3.27718076$$

El grado de apalancamiento operativo establece que por cada unidad que se incremente en las ventas de prendas, los beneficios de la microempresa se beneficiarán en un 3.28%.

Grado de apalancamiento financiero (GAF).

$$GAF = \frac{\text{utilidad antes del impuesto e intereses}}{\text{utilidad antes del impuesto e interés} - \text{intereses}}$$

$$GAF = \frac{\$ 17,969.54}{\$ 17,969.54 - \$ 6,623.26}$$

$$GAF = \frac{\$ 17,969.54}{\$ 11,346.28}$$

$$GAF = 1.58$$

Como resultado en el grado de apalancamiento financiero se fija que por cada 1% que incrementan las utilidades antes del impuesto e interés pues la utilidad en el proyecto Almy's sube por acción 1.58%.

Grado de apalancamiento total (GAT).

$$GAT = \frac{\text{ventas} - \text{costos variables}}{\text{ventas} - \text{costo variable} - \text{costos fijos} - \text{intereses}}$$

$$GAT = \frac{\$ 64,041.29}{\$ 260,880.00 - 196,838.71 - 44,499.71 - 6,623.26}$$

$$GAT = \frac{\$ 64,041.29}{\$ 12,918.32}$$

$$GAT = 4.96$$

Este resultado del grado de apalancamiento total indica que por cada 1% que aumentan las ventas, la utilidad igual en una acción de 4.96% convirtiendo rentable el proyecto.

Rotación de activos totales.

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\text{ventas}}{\text{activos totales}}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = \frac{\$ 260,880.00}{\$ 31,760.44}$$

$$\text{Rotación de activos totales} = 8.21$$

La rotación de activos totales permite calcular la eficiencia que tiene la microempresa para generar ingresos en base a los activos, dando como resultado una rotación de activos de 8.52 veces durante el primer año del proyecto.

Índice de endeudamiento.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{nivel del pasivo}}{\text{total de activos}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\$ 28,621.64}{\$ 31,760.44}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 0.90$$

El índice de endeudamiento determina en un 90% la solvencia de la microempresa frente a sus pasivos.

Margen de utilidad bruta.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\$ 14,463.61}{\$ 260,880.00}$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 0.055441$$

Dicho margen de utilidad bruta indica que por cada \$1.00 de ventas se obtiene el 5.54 % de rentabilidad, contando con el capital necesario para afrontar los gastos, o inversiones a futuro.

Margen de utilidad operativa.

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{utilidad operativa}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\$ 17,969.54}{\$ 260,880.00}$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = 0.0688$$

El margen de utilidad operativa muestra que por cada \$1,00 de ventas se obtiene el 6.88% de ingresos en ventas.

Margen de utilidad neta.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\$ 9,220.45}{\$ 260,880.00}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 0.0353$$

Mediante el cálculo del margen de utilidad neta se obtiene una utilidad de 3.53% debido a las ventas generadas.

Rentabilidad económica (ROA).

$$\text{ROA} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{total de activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 9,220.45}{\$ 31,760.44}$$

$$\text{ROA} = 0.2903$$

La rentabilidad económica de la microempresa es positiva con un porcentaje de 29.03% en cuanto a su crecimiento.

Rentabilidad financiera (ROE).

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{patrimonio de los accionistas}}$$

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\$ 9,220.45}{\$ 3,138.80}$$

$$\text{Rentabilidad financiera} = 2.94$$

La rentabilidad financiera se evidencia en un 2.94% como beneficio directamente para la microempresa en base a sus recursos.

5.15. Importancia

El presente proyecto de pre factibilidad, es de suma importancia porque permite previamente evaluar el impacto de las decisiones que prácticamente podrá satisfacer las exigencias de los clientes, al momento de su debida apertura.

De esta manera la microempresa de ropa deportiva Almy's, puede contar con la inversión necesaria para solucionar la demanda de sus consumidores, teniendo en cuenta que se contará con las maquinas e implementos necesarios que facilitar la confección de este tipo de prendas deportivas, cabe recalcar que la adquisición de los implementos necesarios tanto materiales como tecnológicos para su adecuada producción es que va a optimizar dichos procesos reduciendo de esta manera los costos, cooperando con la población de Huaquillas y fomentando la economía que es relevante para generar nuevas oportunidades de desarrollo de emprendimientos.

5.16. Metas del proyecto

- Conseguir los recursos financieros que permita iniciar el proyecto.
- Cumplir con los requerimientos de estilo en el segmento de mercado.
- Ofrecer una prenda de calidad como garantía para el éxito.

5.17. Finalidad de la propuesta

La presente propuesta tiene como finalidad poner la ejecución el plan en base a los estudios realizados, dando como resultado un proyecto viable, enfocado en la confección de ropa deportiva con textiles anti fluidos Almy's, una marca sostenible, impulsa y creada por gente ecuatoriana, de gran aporte para el cuidado personal en este tiempo de crisis sanitaria. Sin duda poder aplicar todo tipo de estrategia y mejora continua durante su proceso de operación.

5.18. Conclusión

Finalmente, es el capítulo del estudio financiero se muestra resultados muy favorables en base a los indicadores económicos y financieros con un VAN de \$ 66,747.25 y una tasa interna de retorno de 53.07% demostrando que es rentable y viable que sobre todo se enfoca en una recuperación de inversión de dos años y ocho meses, tiempo muy propicio.

Bibliografía

Abascal, E., & Grande, I. (2013). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC.

Aching Guzman, C. (2005). *Ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia*.

Obtenido de

http://perfeccionate.urp.edu.pe/econtinua/FINANZAS/LIBRO_RATIOS%20FINANCIEROS_MAT_DE_LA_MERCADOTECNIA.pdf

Araujo Sánchez, W. (03 de septiembre de 2018). *Repositorio Universidad Católica*

Santiago de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11797/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-MD-212.pdf>

Arévalo Orejuela, S. (25 de Julio de 2012). Recuperado el 03 de Octubre de 2020, de

<http://arevaloorejuelasrapatricia7am.blogspot.com/2012/07/ropa-dportiva-concepto-tipos.html>

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson

Educación.

Balestrini. (15 de 06 de 2002). *Virtual urbe*. Obtenido de Virtual urbe:

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093381/cap03.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2010). *La economía ecuatoriana luego de 10 años de dolarización*. Obtenido de

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anos.pdf>

Banco Central del Ecuador. (30 de septiembre de 2019). *Banco Central del Ecuador*.

Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1206-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.

Burgos, A. (2017). *Expertstraining.com*. Obtenido de Estudio económico:

http://www.xprttraining.com/proyectos_inversion/estudio_economico.html

Cabezas Mejía, E., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la Investigación científica*. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

- Camirra, H., & Cartaya, S. (2009). *Guía para la investigación académica*. Caracas: McGraw Hill. Obtenido de https://pedagogicoiupma.files.wordpress.com/2019/02/camirra_cartaya_guia_investigacion_iupma.pdf
- Carrillo Flores, A. (septiembre de 2015). <http://ri.uaemex.mx/>. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Castillo, L. (2004). *Biblioteconomía*. Obtenido de <https://www.uv.es/macas/T5.pdf>
- Código de Comercio Ecuador. (29 de mayo de 2019). *Supercias*. Obtenido de Código de Comercio Ecuador: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. (29 de diciembre de 2010). *Correos del Ecuador .gob.ec*. Obtenido de Código orgánico de la producción, comercio e inversiones: <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Colmenares, A. (2011). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Revista Latinoamericana de Educación*, 3(1), 102-115.

Comisión Económico de América Latina. (02 de marzo de 2018). *Economía preliminar*.

Obtenido de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44326/124/BPE2018_Ecuador_es.pdf

Constitución de la República del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *oas.org*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador:

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Data, M. (2021). *Google imagery*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1NM7SI2rCXDcnLP8dmTJcljHso0o&ie=UTF8&hl=en&msa=0&ll=-1.9703192420945799%2C-79.34044990278397&spn=10.965381%2C20.610352&t=h&z=7&source=embed>

Dávila, R. (11 de mayo de 2013). *Scribd*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/140819439/Marathon-Sports>

Diario El Universo. (12 de diciembre de 2018). *El universo el mayor diario nacional*.

Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/12/nota/7094586/compradores-llenar-hoteles-huaquillas/>

Díaz, L. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación educ. médica vol.2 no.7* .

Escales, X. (20 de 04 de 2017). *Ieuniversity*. Obtenido de

<https://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm>

Escales, X. (17 de 04 de 2020). Obtenido de La ropa deportiva se abre paso:

<https://www.ie.edu/insights/es/articulos/la-ropa-deportiva-se-abre-paso-negocio-la-moda/>

Esparza Ontiveros, M. (junio de 2010). *Efdeportes.com*. Obtenido de La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad:

<https://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm>

Fidias, & Arias. (2006). *El proyecto de Investigación*. Episteme.

Flores, J. (10 de 07 de 2018). *Derecho Ecuador*. Obtenido de Derecho Ecuador:

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

Gad Municipal Huaquillas. (2019). *Plan de desarrollo de ordenamiento territorial*

Huaquillas. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/07600006900)

[link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000690001_PDyOT%20HUAQUILLAS%20FINAL_14-03-2015_12-42-18.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000690001_PDyOT%20HUAQUILLAS%20FINAL_14-03-2015_12-42-18.pdf)

Gobierno descentralizado de Huaquillas. (20 de 04 de 2021). *Gob.ec*. Obtenido de

<https://www.gob.ec/gadmc-huaquillas/tramites/patente-municipal-canton-huaquillas>

Gómez Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red tercer milenio

S.C.

Gonzales Urbina, P. (2016). *Gestión de la inversión y el financiamiento*. México:

Instituto mexicano de contadores públicos.

Gonzalez, A. (29 de 10 de 2011). *Portal Pyme*. Obtenido de <http://www.ipyme.org/es-ES/creaciondelaempresa/Paginas/Creaciondelaempresa.aspx#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa,sociedades%20mercantiles%2C%20de%20forma%20telem%C3%A1tica.&text=Asimismo%2C%20se%20proporciona%20informaci%C3%B3n%20de,adminis>

González, I. (24 de 01 de 2019). *La universidad en internet UNIR*. Obtenido de <https://www.unir.net/empresa/revista/como-calculatir-tasa-interna-retorno/>

Hernández, S., & Rodríguez. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México: Pearson educación.

INEC. (2010). *Población Machala*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/page/3/?s=poblaci%C3%B3n>

INEC. (2020). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (septiembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//base-censo-2010/>

Jileana. (27 de enero de 2020). *Web y empresas*. Obtenido de

<https://www.webyempresas.com/recursos-economicos/>

Jimenez, C. (27 de 08 de 2020). *Lifener*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Kaplan, R., & Norton, D. (2002). *Cuadro de Mando Integral*. Barcelona: Gestión 2000.

Kaplan, R., & Norton, D. (2002). *Cuadro de Mano Integral (The Balanced Scorecard)*.

Barcelona: Gestión 2000.

Kinnear, & Taylor. (1993). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*.

Interamericana S.A: McGraw-Hill.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global*

y empresarial. México: Copyright .

Kotler, & Amstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.

Labajo González, E. (2015). *Ucm el método pericial*. Obtenido de

<https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2016-02-17->

[EI%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2016-02-17-EI%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico.pdf)

Ley de Compañías . (20 de 05 de 2014). *Supercias* . Obtenido de

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

Ley de Compañías. (28 de 02 de 2020). *Derecho Ecuador* . Obtenido de

<https://www.derechoecuador.com/ley-de-companias>

Ley de Defensa del Artesano. (23 de mayo de 1997). *artesanos.gob.ec*. Obtenido de Ley

de Defensa del Artesano: [http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-](http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf)

[content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-](http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf)

[1.pdf](http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf)

Luna, R., & Chaves, D. (marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de*

proyectos ecoturísticos. Obtenido de

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV->

[04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

Mejía Jervis, T. (27 de agosto de 2010). *Lifeder.com*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>

Mejía, M. (2014). Estudio del comportamiento del consumo de prendas de vestir en tela de punto en el cantón Sucre. *Universidad de las Fuerzas Armadas*.

Méndez Morales, J. S. (2005). *Fundamentos de economía*. México: Interamericana Editores.

Merino, M., & Pérez, J. (2015). *Definición de prefactibilidad*. Obtenido de

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

Meza Orozco, J. (2014). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Buena Semilla.

Morales, C. (2013). *Historia de la ropa deportiva*. Obtenido de

<https://es.calameo.com/books/003186920f10896b9b9e8>

Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Machala: UTMACH.

Orozco, J. (2013). *Evaluacion financiera de proyectos*. ecoediciones.

- Páez, F. (23 de octubre de 2012). *El cuadro de mando integral*. Obtenido de <https://cmigestion.es/2012/10/23/el-cuadro-de-mando-integral-i-que-es-y-para-que-sirve/>
- Palacios Rivera, A. (2015). *Ensayo academico Huaquillas la vida en la frontera*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10579/1/UPS-CT005455.pdf>
- Pasaca. (2010). *Elaboración y evaluación de proyectos de inversión*. Loja: Ecuador.
- Peña, A., & Pinta, F. (16 de octubre de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>
- Pérez, A., & Guzmán, M. (15 de diciembre de 2014). *Facultad de ciencias sociales* . Obtenido de Universidad de Chile: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/53/perez.html>
- Pesantes, K. (24 de 09 de 2015). *Lafayette Uniforme*. Obtenido de <https://uniformelafayette.com/siempre-escuchas-hablar-de-anti-fluido-y-no-sabes-que-es/>

Pimienta, J., & De la Orden, A. (2016). *Metodología de la investigación*. México:

Always Learning Pearson.

Plan Nacional de Desarrollo . (2017). *Observatorio Regional de Planificación para el*

Desarrollo. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo :

[https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-](https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador)

[2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador](https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador)

Porras, A. (2014). Tipos de Muestreo. *Centro de Investigación en Geografía y*

Geomática.

Puga Muñoz, M. (2009). *Acción educa*. Obtenido de Universidad Arturo Prat del Estado

de Chile: [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf)

[neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf)

Quinteros, J. (2018). Influencia del marketing mix (4Ps) en el desempeño organizacional

en las empresas. *Universidad San Ignacio de Loyola*.

Render, B., & Heizer, J. (2007). *Administración de la producción*. México: Pearson

educación.

Renderos Palomo, C. (febrero de 2009). <https://webquery.ujmd.edu.sv/>. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADRS0000666/C4.pdf>

Revista Expansión. (23 de 12 de 2014). *Las 10 empresas más responsables en México*. Obtenido de <https://expansion.mx/negocios/2014/12/16/las-10-empresas-mas-responsables-en-mexico>

Rizo, J. (2015). *Técnicas de Investigación Documental*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua: <https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf>

Roscancio, G. (20 de noviembre de 2018). *Cuadro de Mando Integral*. Obtenido de <https://gestion.pensem.com/que-es-el-balanced-scorecard-o-cuadro-de-mando-integral-un-resumen>

Sampieri, R., & Fernández. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta edición ed.). México: McGraw Hill. Obtenido de http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf

Sánchez Bueno, M. J. (2008). *Proceso Innovador y Tecnológico*. Madrid: Netbiblo.

Sanchez Galan , J. (25 de 03 de 2019). *Startup Guide ionos*. Obtenido de

<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/estudio-de-mercado/>

Sánchez, G. (11 de enero de 2005). *Biblioteca consejo latinoamericano de ciencias*

sociales. Obtenido de

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20101013121047/estay.pdf>

Sapag. (2012). Preparación y evaluación de proyectos.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile:

Pearson.

Servicios de Rentas Internas. (2021). *Sri.gob.ec*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>

Silvestrini Ruíz, M., & Vargas, J. (enero de 2008). *Ponce.inter.edu*. Obtenido de

<https://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

Siso, J. M. (12 de diciembre de 2002). *El proyecto factible: una modalidad de*

investigación. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41030203.pdf>

Stracuzzi, S., & Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*.

Caracas: Pedagógica de Venezuela.

studlycorp . (26 de julio de 2011). *scribd*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/60986976/QUE-ES-EL-PLAN-DE-INVESTIGACION>

Suárez, P. (2011). *Población de estudio y muestra*. Obtenido de

http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf

Tamayo, & Tamayo. (2006). *El proceso de la Investigación*. Limusa.

Tancara, C. (2019). *Investifación Documental*. Obtenido de

<http://scielo.org.bo/pdf/rts/n17/n17a08.pdf>

Thompson, B. (2017). *Prefactibilidad. En Proyectos de Inversión*. México: México.

Torres, M. (13 de mayo de 2020). *Rankia.cl*. Obtenido de

<https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Ukessays. (01 de enero de 2015). *TRUSTED BY STUDENTS SINCE 2003*. Obtenido de <https://www.ukessays.com/essays/foreign-language/el-estudio-de-proyectos.php>

Urbina. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Valencia Meza, R., & Reyes Pérez, W. (01 de 2016). *Bibliotecadigital.usbcali*. Obtenido de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/3714/1/Tecnicas_realizar_evaluacion_reyes_2016.pdf

Van Beck, P. (10 de diciembre de 2019). *La evolución de la ropa deportiva*. Obtenido de <https://pietervanbeck.es/la-evolucion-de-la-ropa-deportiva/>

Van, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de administracion financiera*. México: Pearson prentice hall. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ziiCVbfGK3UC&pg=PA341&dq=van,+tir+vpn&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjQ1PO8kKjsAhUiHbkGHb_JAVgQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q=van%20tir%20vpn&f=false

Váquiro, J. (23 de 02 de 2010). *Pymesfuturo*. Obtenido de Relación beneficio costo: <https://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Varela Villegas, R. (25 de octubre de 1987). *Publicaciones ICESI*. Obtenido de

https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=razon+beneficio+costo&btnG=

Velayos Morales, V. (15 de junio de 2014). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Workflow. (08 de octubre de 2018). *Isol*. Obtenido de [https://isol.mx/pago-a-](https://isol.mx/pago-a-proveedores/#:~:text=Una%20gesti%C3%B3n%20de%20pagos%20eficiente,condiciones%20financieras%20de%20las%20operaciones.&text=Si%20una%20compa%C3%B1a%20tiene%20un,la%20fecha%20de%20vencimiento%20final.)

[proveedores/#:~:text=Una%20gesti%C3%B3n%20de%20pagos%20eficiente,condiciones%20financieras%20de%20las%20operaciones.&text=Si%20una%20compa%C3%B1a%20tiene%20un,la%20fecha%20de%20vencimiento%20final.](https://isol.mx/pago-a-proveedores/#:~:text=Una%20gesti%C3%B3n%20de%20pagos%20eficiente,condiciones%20financieras%20de%20las%20operaciones.&text=Si%20una%20compa%C3%B1a%20tiene%20un,la%20fecha%20de%20vencimiento%20final.)

Xunta de Galicia. (2020). *Guía de rse para el sector textil*. Obtenido de

<https://libraria.xunta.gal/sites/default/files/documents/13-0117.pdf>

Yida, A. (30 de 01 de 2021). *Concepto definicion*. Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/insumo/>

Apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE HUAQUILLAS

Propósito: Analizar el nivel de aceptación que tendrá la creación de la microempresa de ropa deportiva con textiles antilfluidos, en el cantón Huaquillas.

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 gentil se solicita que usted responda, las siguientes preguntas que van a servir para determinar la viabilidad que tendría crear una microempresa “Almy’s”.

Atentamente,
Ramírez Malla Estefanía Jacqueline
Tello Parra Yuliana Michelle

Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Cuestionario

Instrucciones a observar:

- Primero proceda a leer detenidamente todas las preguntas.
- Reflexione y analice las respuestas.
- Escoja una sola alternativa por pregunta, marcado con un (√) su respuesta.
- Variable dependiente: Creación de microempresa de ropa deportiva.

1. ¿Le gusta vestir prendas deportivas?

Sí

No

2. ¿Considera Ud. que la ropa deportiva es:

Solo para hacer deportes

Uso cotidiano

Ambas

3. ¿Compra usted prendas deportivas?

Sí

No

4. ¿Qué prenda deportiva es de preferencia al momento de la compra?

Ternos deportivos

Calentadores

Camisetas

Pantalonetas

Lycras

5. ¿Dentro de los tonos de las prendas prefieres:

Tonos encendidos

tonos neutros

todos los tonos

6. ¿Qué es lo que le motiva a comprar ropa deportiva?

Comodidad

Calidad

Moda

Precio

7. ¿En dónde generalmente realiza la compra de su prenda deportiva?

Centro Comercial

Local propio

Tienda Online

8. ¿Cómo acostumbra a pagar su compra?

Al contado

Tarjeta de crédito

9. ¿Cuánto dinero estima que gasta al mes en ropa deportiva?

\$15 a \$25

\$26 a \$35

36 en adelante

10. ¿En general suele estar satisfecho con la ropa deportiva que compra?

Sí

No

11. ¿Con qué frecuencia renovaría su ropa deportiva?

Cada 15 días

Todos los meses

Cada temporada

Una vez al año

Cuando me hace falta

12. ¿Conoce la ropa deportiva con textiles anti fluidos?

Sí

No

13. ¿Señale los medios publicitarios que capten su atención en la promoción de prendas de vestir deportivas?

Anuncios en redes

Vallas publicitarias

Revistas

Televisión

14. ¿Te gustaría visitar y aprovechar nuestras prendas en promociones?

Sí

No

15. ¿Qué tipo de promociones te gustaría en nuestras prendas?

Descuentos

Regalos de compra

Cupones

Otros

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar este cuestionario.

Ramírez Malla Estefania Jacqueline
C.C. 0705722379

Tello Parra Yuliana Michelle
C.C. 0929894608