



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, COMO AGENTE DE
DESARROLLO ECONÓMICO EN EL SECTOR ARTESANAL DEL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTOR:

Edinson Javier Apolinario Yagual.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019



“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, COMO AGENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO EN EL SECTOR ARTESANAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”

AUTOR: APOLINARIO YAGUAL EDINSON JAVIER.

TUTOR: ING. ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA, MBA.

Resumen

La creación de microempresas en el país, se la considera como un eje que involucra diferentes aspectos, como el empleo a la colectividad, rentabilidad oportuna para el crecimiento de las microempresas, con ello también se toma en cuenta los gustos y preferencias de los clientes. El emprendimiento en la provincia de Santa Elena se fomenta a diario, muchas personas crean sus propios negocios con la finalidad de obtener ingresos que les permitan generar recursos para sus hogares y sobre todo generar recursos que aporten a la economía local. El presente trabajo se realiza con la finalidad de conocer la viabilidad técnica y económica-financiera de la idea de negocio que se pretende ejecutar. El objetivo principal se basa en determinar cómo la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón la libertad, provincia de Santa Elena, año 2018. La metodología que se utilizó en el desarrollo del trabajo es de tipo descriptiva con idea a defender, documental, de campo y cualitativa. También se consideró el método inductivo-deductivo, analítico-sintético, empírico y matemático; los mismos que permitieron generar un tema óptimo para el trabajo. Como resultado se obtuvo que la creación de una microempresa va a contribuir como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia.

Palabras claves: microempresa, emprendimiento, viabilidad, agente económico



“CREATION OF A MICROENTERPRISE FOR THE PREPARATION AND COMMERCIALIZATION OF SPORTS CLOTHING, AS AN AGENT OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE CRAFT INDUSTRY OF THE CANTON LA LIBERTAD, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2018”

AUTHOR: APOLINARIO YAGUAL EDINSON JAVIER.

TUTOR: ING. ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA, MBA.

Abstract

The creation of microenterprises in the country is considered as an axis that involves different aspects such as employment to the community, timely profitability for the growth of micro-enterprises, with this also taking into account the tastes and preferences of the customers. Entrepreneurship in the province of Santa Elena is encouraged every day, many people create their own businesses in order to obtain income that allows them to generate resources for their homes and above all generate resources that contribute to the local economy. The present work is carried out in order to know the technical and economic-financial viability of the business idea that is intended to be executed. The main objective is to determine how the creation of a microenterprise dedicated to the manufacture and marketing of sportswear will contribute as agent of economic development in the artisanal sector of the canton of La Libertad, province of Santa Elena, 2018. The methodology used in the development of the work is of descriptive type with idea to defend, documentary, field and qualitative. The Inductive-Deductive, Analytical-Synthetic, Empirical and Mathematical Method was also considered; the same ones that allowed generating an optimal theme for the work. As a result, it was obtained that the creation of a microenterprise will contribute as an agent of economic development in the artisan sector of the province.

Keywords: microenterprise, entrepreneurship, viability, economic agent.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, COMO AGENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO EN EL SECTOR ARTESANAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018", elaborado por el Sr. Edinson Javier Apolinario Yagual, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Ing. Adrián Valencia Medranda, MBA.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación denominado **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, COMO AGENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO EN EL SECTOR ARTESANAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”**, elaborado por **Apolinario Yagual Edinson Javier** declara que la concepción, análisis y resultados obtenidos son verídicos, aportando a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencias de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **Facultad de Ciencias Administrativas** de la carrera **Administración de Empresas**, pasan a propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



APOLINARIO YAGUAL EDINSON JAVIER.

C.C. No: 2400207029.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios, por brindarme sabiduría durante mi permanencia en la carrera universitaria. A mi querida madre, Sra. Mercy Yagual Malavé; quien me ha guiado durante mi vida, persona a quien debo todo lo que he logrado en la vida, siendo ella mi motor e inspiración para cumplir con mis objetivos y planes que me he trazado en la vida. Agradezco de manera afectuosa a todos los docentes que han sido partícipes de mi formación académica, aportando con semillas de conocimiento para formarme como un gran profesional, y destacarme en el mundo laboral siendo una persona competitiva y eficiente.

Agradezco de manera general a todas las personas de mi círculo familiar y laboral, quienes me han apoyado de manera anímica y motivadora para que concluya con mi carrera profesional, gracias a ellos no he decaído en conseguir lo que me propuse, ser un profesional en ingeniería de administración de empresas.

Finalmente, al MBA. Adrián Valencia Medranda, por aportar con conocimiento para la realización de mi trabajo de titulación realizando un excelente trabajo como tutor, direccionándome de buena manera para la culminación oportuna de mi tesis.

Edinson Apolinario Yagual.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por brindarme la oportunidad de seguir una carrera universitaria y con ello bendecirme en la obtención de un título profesional como ingeniero en administración de empresas.

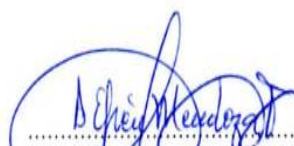
A mi madre, por apoyarme constantemente y estar pendiente de mí, que logre mis objetivos, sin duda el apoyo de una madre es fundamental para el cumplimiento de metas, dedico este título también a todos los docentes que han participado en mi formación académica desde la escuela, hasta docentes que participaron en la formación académica en la universidad.

A personas cercanas a mí que sin duda me han apoyado en lo necesario para el cumplimiento de objetivos, el apoyo humano sin duda refleja cuán importante es la colaboración de una persona para la obtención de algún logro.

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc
**DECANO (e) DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



.....
Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc
**DIRECTOR (e) DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



.....
Ing. Adrián Valencia Medranda, MBA.
PROFESOR TUTOR



.....
Ing. Isauro Domo Mendoza, MBA.
PROFESOR/A DE ÁREA



.....
Ab. Victor Manuel Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (e)

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	II
ABSTRACT.....	III
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
TRIBUNAL DE GRADO.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
ÍNDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVI
ÍNDICE DE CUADROS	XVII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIX
ÍNDICE DE ANEXOS	XX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Revisión de la literatura.	10
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.	13
1.2.1. Creación de una microempresa.	13
1.2.1.1. Microempresa.	13
1.2.1.2. Creación de microempresa.	14
1.2.1.3. Recursos de las microempresas.....	15
1.2.1.4. Emprendimiento.....	16
1.2.1.5. Emprendedor.....	17
1.2.1.6. Mercado.	17
1.2.1.7. Oferta.....	17
1.2.1.8. Demanda.	18
1.2.1.9. Cliente.	18

1.2.1.10. Marketing mix.....	19
1.2.1.10.1 Producto.....	19
1.2.1.10.2. Plaza.....	19
1.2.1.10.3. Promoción.....	20
1.2.1.10.4. Precio.....	20
1.2.1.11. Ventas.....	21
1.2.1.12. Comercialización.....	21
1.2.1.13. Confección de prendas deportivas.....	22
1.2.1.14. Actividad artesanal.....	22
1.2.1.15. Sector artesanal.....	23
1.2.2. Desarrollo.....	23
1.2.2.1. Agentes de desarrollo económico.....	24
1.3. Fundamentos, sociales, psicológicos, filosóficos y legales.....	24
1.3.1. Fundamentos sociales.....	24
1.3.2. Fundamentos filosóficos.....	25
1.3.3. Fundamentos psicológicos.....	26
1.3.4. Fundamentación legal.....	26
1.3.4.1. Constitución de la República.....	27
1.3.4.2. Ley de Registro Único de Contribuyentes.....	28
1.3.4.3. Ordenanzas municipales.....	29
1.3.4.4. Organismos de control.....	29
1.3.4.5. Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2021.....	30
1.3.4.6. Ley de Compañías.....	31
1.3.4.7. Ley de Fomento Artesanal.....	31
1.3.4.8. Código de la producción, comercio e inversiones.....	32
CAPÍTULO II.....	33
MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
2.1 Tipos de investigación.....	33
2.1.1. Investigación descriptiva.....	33

2.1.2. Investigación documental.....	34
2.1.3. Investigación de campo.	35
2.1.4. Investigación cuantitativa.....	35
2.1.5. Investigación cualitativa.....	36
2.2. Métodos de la investigación.....	37
2.2.1. Método teórico.....	37
2.2.1.1. Método deductivo - inductivo.....	37
2.2.1.2. Método analítico – sintético.....	37
2.2.2. Método empírico.	37
2.2.2.1. Encuesta.....	37
2.2.2.2. Entrevista.....	38
2.2.3. Método matemático.....	38
2.3 Diseño de muestreo.....	38
2.3.1. Población.....	38
2.3.1.1. Muestra.....	39
2.3.1.2. Tipo de muestreo.....	40
2.4. Diseño de recolección de datos.....	41
2.4.1 Instrumentos de recolección de datos.....	41
2.4.1.1 Encuesta.....	41
2.4.1.2. Entrevista.....	42
CAPÍTULO III.....	43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
3.1. Análisis de datos (encuesta).....	43
3.2. Análisis de entrevista.....	59
3.3. LIMITACIONES.....	61
3.4. Resultados.....	62
3.5. Propuesta.....	64
3.5.1. Naturaleza del negocio.....	64
3.5.1.1. Descripción de la idea de negocio.....	64

3.5.1.2. Justificación de la empresa o producto.....	64
3.5.1.3. Nombre de la empresa.	66
3.5.1.4. Descripción de la empresa.	67
3.5.1.5. Análisis foda.....	68
3.5.1.6. Análisis foda.	69
3.5.1.7. Matriz estratégica foda.	70
3.5.2. Filosofía empresarial.	71
3.5.2.1. Misión.....	71
3.5.2.2. Visión.	71
3.5.2.3. Objetivos.....	71
3.5.2.3.1. Largo plazo.	71
3.5.2.3.2. Mediano plazo.	72
3.5.2.3.3. Corto plazo.....	72
3.5.2.4. Ventajas competitivas.	72
3.5.3. Mercado.....	73
3.5.3.1. Objetivos del mercado.	73
3.5.3.2. Análisis de la situación actual del mercado.....	73
3.5.3.3. Tamaño del mercado.....	74
3.5.3.4. Segmentación del mercado.....	75
3.5.3.5. Ingreso mensual aproximado.	75
3.5.3.6. Consumo aparente.	76
3.5.3.7. Participación de la competencia en el mercado.....	78
3.5.3.8. Marketing mix.	79
3.5.3.9. Determinación del precio.....	80
3.6. Proceso de producción.....	82
3.6.1. Objetivos del área de producción.....	82
3.6.2. Descripción del proceso de producción.	83
3.6.3. Diagrama de flujo de producción y entrega del bien.	83
3.6.4. Identificación de proveedores.....	85

3.6.5. Equipos a utilizar y características.	86
3.6.6. Diseño y distribución de planta y oficina (layout).....	87
3.6.7. Cronograma de producción.	87
3.7. Organización.	88
3.7.1. Objetivos del área de organización.	88
3.7.2. Estructura organizacional.	88
3.7.2.1. Manual de funciones.	89
3.7.2.2. Desarrollo del personal.....	93
3.7.2.3 Políticas institucionales.	94
3.7.2.4. Marco legal de la organización.....	95
3.7.3. Finanzas.	99
3.7.3.1. Objetivos del área de finanzas.	99
3.7.3.2. Sistema contable de la empresa.	100
3.7.3.3. Catálogo de cuentas.	101
3.7.3.4. Costos y gastos.	103
3.7.3.5. Capital social.....	105
3.7.3.6. Inversión total.	105
3.7.3.7. Financiamiento.	105
3.7.3.8. Aportación de capital.	106
3.7.3.9. Amortización de la deuda.....	106
3.7.3.10. Fijación de precios.....	107
3.7.3.11. Proyección de producción y ventas en unidades y dólares.	108
3.7.3.12. Estado de resultados proyectado.	110
3.7.3.13. Flujo de efectivo proyectado.....	110
3.7.3.14. Balance general proyectado.	110
3.7.3.15. Evaluación financiera del proyecto.	114
3.7.3.16. Indicadores financieros.....	116
CONCLUSIONES	117
RECOMENDACIONES	118

BIBLIOGRAFÍA119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género.....	43
Tabla 2: Edad.	44
Tabla 3: Ingreso Mensual.....	45
Tabla 4: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.	46
Tabla 5: Número de familiares que usan ropa deportiva.	47
Tabla 6: Demanda de ropa deportiva.	48
Tabla 7: Marca de ropa deportiva.	49
Tabla 8: Oferta actual de ropa deportiva.....	50
Tabla 9: Beneficios de oferta.	51
Tabla 10: Compraría ropa deportiva.	52
Tabla 11: Lugar de compra.	53
Tabla 12: Establecimiento de compra.	54
Tabla 13: Promedio de gasto en ropa deportiva.....	55
Tabla 14: Medios de comunicación para publicidad.....	56
Tabla 15: Venta por catalogo.	57
Tabla 16: Viabilidad de la microempresa.	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	43
Gráfico 2: Edad	44
Gráfico 3: Ingreso Mensual.....	45
Gráfico 4: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.....	46
Gráfico 5: Número de familiares que usan ropa deportiva.	47
Gráfico 6: Demanda de ropa deportiva.	48
Gráfico 7: Marcas de ropa deportiva.....	49
Gráfico 8: Oferta actual de ropa deportiva.....	50
Gráfico 9: Beneficios de oferta.	51
Gráfico 10: Compraría ropa deportiva.	52
Gráfico 11: Lugar de compra.	53
Gráfico 12: Establecimiento de compra.	54
Gráfico 13: Promedio de gasto en ropa deportiva.....	55
Gráfico 14: Medios de comunicación para publicidad.	56
Gráfico 15: Venta por catálogo.	57
Gráfico 16: Viabilidad de la microempresa.	58

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: PEA de la provincia de Santa Elena.....	38
Cuadro 2: Número de encuestas aplicadas por cantón.....	41
Cuadro 3: Nombre de la empresa.....	66
Cuadro 4: Análisis FODA.....	69
Cuadro 5: Matriz FODA.....	70
Cuadro 6: Consumo Aparente.....	76
Cuadro 7: Participación de la competencia en el mercado.....	78
Cuadro 8: Líneas de prendas deportivas.....	79
Cuadro 9: Determinación del precio.....	80
Cuadro 10: Cuña radial.....	82
Cuadro 11: Simbología de los flujogramas.....	83
Cuadro 12: Identificación de proveedores.....	85
Cuadro 13: Equipos a utilizar y características.....	86
Cuadro 14: Cronograma de producción.....	87
Cuadro 15: Manual de funciones del Administrador.....	89
Cuadro 16: Manual de funciones del Director de Marketing y Ventas.....	90
Cuadro 17: Manual de funciones del Vendedor/es.....	91
Cuadro 18: Manual de funciones del Contador.....	92
Cuadro 19: Horario de Trabajo.....	94
Cuadro 20: Catálogo de cuentas.....	101
Cuadro 21: Costos y Gastos.....	104
Cuadro 22: Capital de trabajo.....	105
Cuadro 23: Inversión Total.....	105
Cuadro 24: Financiamiento.....	106
Cuadro 25: Aportación de capital.....	106
Cuadro 26: Tabla de Amortización.....	107
Cuadro 27: Fijación de precios.....	108
Cuadro 28: Fijación de precios.....	108

Cuadro 29: Producción en unidades.....	109
Cuadro 30: Producción en Dólares.	109
Cuadro 31: Ventas en unidades.....	109
Cuadro 32: Venta en dólares.....	110
Cuadro 33: Estados de Resultados.	111
Cuadro 34: Flujo de efectivo.....	112
Cuadro 35: Balance General.	113
Cuadro 36: Tasa Interna de Retorno.	115
Cuadro 37: Recuperación de la Inversión.	115
Cuadro 38: Indicadores Financieros.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localización.....	68
Figura 2: Logotipo.....	80
Figura 3: Flujograma del proceso de producción.....	84
Figura 4: Diseño y distribución de planta y oficina.	87
Figura 5: Estructura organizacional.	88
Figura 6: Organigrama de la microempresa.....	100

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia	124
Anexo N° 2: Encuesta	125
Anexo N° 3: Entrevista	130
Anexo N° 4: Reservar el nombre de la empresa.	132
Anexo N° 5: Minuta de constitución de la empresa. (Estatuto).....	135
Anexo N° 6: Solicitud de validación de los instrumentos de recolección	138
Anexo N° 7: Calificación de los instrumentos de recolección	140
Anexo N° 8: Aplicación de encuesta.	141
Anexo N° 9: Aplicación de entrevista.....	141
Anexo N° 10: Tarjeta de presentación	142

INTRODUCCIÓN.

En el mundo y sobre todo en nuestro país aportar a la economía es primordial y es precisamente lo que busca la economía popular y solidaria, mediante emprendimientos donde participan las micro, pequeñas y medianas empresas que se crean y laboran dentro de todo el territorio ecuatoriano, siendo estas las principales generadoras de desarrollo y oportunidades de ingresos para familias, convirtiéndose de esta manera en fuentes de empleo y garantizando solvencia económica para quienes laboren en ellas.

El trabajo de titulación con relación a emprendimiento tiene como finalidad determinar en qué medida la creación de una nueva microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico dentro de la provincia, de tal manera que imponga un estilo nuevo y juvenil para impactar en el mercado, utilizando diseños netamente únicos y auténticos a gusto y preferencia de cada uno de nuestros clientes.

El sector industrial textil enfocadas a la confección ropa deportiva, es uno de los principales entes económicos del país, con la evolución del tiempo se ido industrializando, es decir en tiempos remotos existía la confección de prendas a base del tejido a base de lana a diferencia de la confección actual que la realizan en máquinas industriales, esto ha permitido que dicho sector se potencialice a nivel mundial, en la actualidad existen tecnologías inmersas en las prendas, por ejemplo existen telas anti humedad que hacen que el sudor no se penetre en las fibras textiles y hacen que la persona que lo esté utilizando se sienta cómodo.

La industria de la ropa deportiva a nivel mundial se ha acrecentado aceleradamente, y esto es favorable para el sector productivo, existen diversas marcas de ropa deportivas que figuran como las principales en este sector, tal es el caso de la marca de ropa deportiva Adidas que es una de las empresas que predomina el mercado, de la misma manera existen marca como Nike, Reebok, Puma, que sin duda toda la población a nivel mundial conoce de ellas y por ende usan algún tipo de indumentaria de estas grandes empresas.

Los equipos deportivos de elite mundial utilizan este tipo de ropa, por ejemplo, el Real Madrid de España utiliza prendas confeccionadas por la empresa Adidas, las actividades como el tenis, golf básquet a escala mundial con figuras de reconocimiento utilizan prendas deportivas fabricadas por la empresa Nike donde los aficionados a este tipo de deportes se sienten atraídos por la marca y la utilicen, esto hace que cada vez se vaya potencializando dicha actividad. Generando gran interés por este tipo de prendas deportivas, favoreciendo a este al sector de fabricación de ropa deportiva.

A nivel nacional una de las empresas que predomina el mercado en la confección de prendas deportivas es Marathon, que básicamente tiene tiendas que ofrecen implementos y prendas deportivas, este tipo de empresas en Ecuador son las ansiadas por niños, jóvenes y personas adultas ya que esta empresa de ropa es auspiciante directo de la marca Barcelona uno de los principales y mejores equipos que tiene el futbol ecuatoriano, sin duda utilizar una camisa o un equipo completo de Barcelona con el sponsor de maratón es mostrar elegancia al vestir.

El sector productivo de ropa deportiva también ha tenido déficit en el mercado, una de las razones es el alza en el precio de materia prima, también la escases de mano de obra calificada ha afectado a este sector, ya que muy pocas personas dominan a la perfección el manejo de máquinas industriales, así mismo existe déficit de personas que se dediquen a realizar estampados y diseños de pintura en las prendas, mientras que otras de las razones por la que se origina un déficit de este sector, es el limitado apoyo por parte de entidades públicas que fortalezcan la producción y a la vez fomenten la fabricación local y nacional.

El fracaso de las empresas dedicadas a estas actividades, tiene que ver con la responsabilidad de cada gestor del proyecto de emprendimiento, esto se debe a que no se realiza un respectivo y correcto análisis de mercado, donde se midan factores económicos, sociales, ecológicos y políticos, lo cual es fundamental para un estudio de factibilidad que favorezca positivamente a un emprendimiento, puesto que existen diversas irregularidades en dichos factores que se tienen que tomar en cuenta para generar para un estudio eficiente y creíble.

En la actualidad se opera en un mercado, el cual cada vez es más competitivo y más exigente, pero que a su vez se encuentran competencias que tienden prontamente al fracaso, esto se debe a que no realizan estudios necesarios que permitan la solvencia del mismo, otros de los motivos del declive de las microempresas es que geográficamente no son bien ubicadas puesto que en su mayoría los dueños abren locales donde ellos creen conveniente, pero no es lo que en realidad el mercado necesita , generando de esta manera un débil sostenimiento en el mercado.

El planeamiento de problema se refleja en la elaboración de proyectos de emprendimiento, los cuales siempre ayudan a la sostenibilidad económica del país, dicho proyecto contara con información veraz y confiable que conlleve a la creación de una microempresa única y auténtica, integrando diseños deportivos únicos, exclusivos y cómodos para un selecto público que lo conforman jóvenes y adultos. Creando diseños y artes deportivas plasmadas en prendas de vestir de alta calidad, consiguiendo de esta manera una marca con un nuevo estilo.

El presente trabajo sirve para encontrar información que aporte al desarrollo de la idea, tomando referencias de empresas grandes del país, de cómo estas han logrado posicionarse dentro del mercado, ya que las grandes empresas de ropa deportiva apuestan a la innovación de este tipo de ropa, de tal manera que el proyecto de emprendimiento contenga estrategias que aseguren la sostenibilidad y el crecimiento de esta nueva microempresa.

En el sector textil basado en la producción de prendas de vestir se ha tenido déficit en ciertos aspectos por diferentes factores que afectan claramente al mismo tales como:

➤ El alza de precios en materia prima, este es uno de los factores que impide el crecimiento de este sector productivo, ya que el elevado precio en telas e insumos para la confección de prendas deportivas afectan directamente en dicho emprendimiento y hace que el inversionista local o extranjera desista en invertir en este amplio sector productivo, como lo es el sector textil.

- La mano de obra capacitada, en el país muy pocas personas se perfeccionan y se profesionalizan en la utilización de máquinas de coser industriales y a su vez también un mínimo de personas se enfoca en prepararse en diseños de imagen sean estos en sublimación, bordados o estampados, las cuales resaltan a las prendas deportivas.
- Escaso apoyo financiero para la generación de proyectos de emprendimientos, en nuestro país existen escasos programas de financiamiento por parte de entidades públicas o privadas, esto hace que muchas ideas de negocio no se ejecuten. (Ministerio de Industria y productividad, 2013).

Existen a su vez otras problemáticas que afectan al sector como lo son el contrabando de prendas, entre ellas las réplicas de ropa de grandes cadenas deportivas que se dedican a la confección y venta de ropa deportiva y que llegan al mercado a muy bajos precios además de adaptarse a la innovación de maquinarias que reflejan trabajos de alta calidad y poseen una mejor contextura para comodidad del cliente.

El problema se centra en generar elementos diferenciadores que permitan a esta nueva microempresa ingresar al mercado sin mayores inconvenientes, sin embargo, el déficit está en que ya existe un mercado que ofrece prendas de vestir a precios muy bajos. La nueva microempresa, va a satisfacer la demanda de clientes que quieren vestir prendas exclusivas y únicas con diseños que ellos mismos deseen a un precio muy cómodo.

Por lo detallado anteriormente se formulan el problema, por medio de la siguiente pregunta que da indicios a una investigación: ¿Cómo la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad?

La sistematización del problema, acontece a las siguientes preguntas que se detallan a continuación:

- ¿Cuáles son las situaciones del mercado que determinan la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva?
- ¿Cuáles serían las estrategias de comercialización adoptadas por la microempresa, para la obtener una mejor rentabilidad en el mercado?
- ¿La creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad?

El objetivo general del presente trabajo consiste en determinar como la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

La idea a defender es la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva y su contribución como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.

Las tareas científicas que aportan a este trabajo se cimientan en la idea a defender que se expone en el párrafo anterior, que son:

- Análisis de las circunstancias actuales que acontecen en el mercado textil, mediante la indagación de información que aporte y fortalezca la ejecución de proyectos de emprendimientos, a su vez revisar materiales bibliográficos que aporten con aquello.
- Desarrollo de estrategias de comercialización para la venta de la ropa deportiva a los clientes y consumidores, que aporten a una oportuna rentabilidad de la microempresa.
- Creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia de Santa Elena.

La justificación del proyecto de emprendimiento se enfoca a personas emprendedoras que se arriesgan a la creación de su propio negocio, siendo este el caso de jóvenes universitarios, que pretendan generar sus propios ingresos mediante la creación de su propia empresa, aprovechando la posibilidad de crecer económicamente, haciendo a su vez que el sector textil se torne un sector más atractivo, de esta manera buscar el éxito como futuros empresarios y es lo que destaca precisamente Staton Etzel Walker, en uno de sus libros denominado Fundamentos de marketing, donde redacta, “el dominio de jóvenes líderes y capaces en la sociedad actual es muy esencial, reconociendo que su aporte en el sector

laboral viene ascendiendo vigorosa rápidamente, puesto que son el ente innovador en el mercado.” (Walker, 2014).

De tal manera que se busca que el talento juvenil provenientes de lúcidas universidades del país y sobre todo de la provincia de Santa Elena emprendan negocios rentables y por su puesto regirse a estudios que faciliten el rendimiento de la misma y no le hagan empíricamente, puesto que están expuestas al fracaso, la moda como tal también juega papel muy importante ya que en la actualidad las personas y sobre todo los deportistas buscan vestirse con prendas elaboradas con telas cómodas y tecnológicas, ya que se exige prendas que no penetre el sudor fácilmente, haciendo que este se vuelva más exigente al momento de realizar una compra de alguna prenda deportiva.

Se analizan varios factores que ayudan al fortalecimiento del emprendimiento, y se deben tomar en cuenta a su vez para la creación de la microempresa, entre ellos destacan, el mercado, sus compradores y sus proveedores, la manera de cómo se van a distribuir los productos y como se van a generar sus ventas, de tal manera también que se tome en cuenta su producción y cuáles serán sus costes, determinando de esta manera la viabilidad financiera para la ejecución del proyecto y con ello también la constitución de la microempresa, la cual fomentara el sector productivo de la provincia y del país, además de fortalecer la economía de quienes colaboren dentro y fuera de la microempresa, siendo estos socios, trabajadores, clientes y proveedores que se beneficien directa o indirectamente de la ejecución del proyecto.

El contexto del proyecto de emprendimiento está compuesto básicamente por capítulos que se detallan a continuación:

El Capítulo I del trabajo de emprendimiento se basa en el marco teórico, la misma que está compuesta por la revisión literaria en el cual destacan el desarrollo y revisión de teorías concernientes a la confección y comercialización de prendas deportivas, además de fundamentos legales, sociales y filosóficos que aportan al tema central del trabajo de emprendimiento.

El Capítulo II del trabajo comprende la metodología de la investigación, en él se detallan los tipos de investigación utilizados en el trabajo, métodos que están aplicando, además del diseño de recolección de datos que se complementan con el muestreo y población, en el que se obtendrá información creíble que aporte con el proyecto.

El Capítulo III contempla los resultados de los instrumentos de recolección de datos, donde se dará detalles y análisis de dichos resultados, a su vez en este capítulo se presentan las limitaciones que acontecen al momento de la ejecución del proyecto en el mercado, de la misma manera se presenta el desarrollo de la propuesta, conformada por naturaleza de la idea de negocio, naturaleza del mercado, procesos que intervienen en la comercialización, organización y parte financiera del proyecto, todo esto para determinar la veracidad del estudio sobre todo mostrar la viabilidad de la nueva microempresa.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1.1. Revisión de la literatura.

Existen diversos trabajos realizados con la misma finalidad, o similares objetivos, que conllevan al emprendimiento de muchos jóvenes universitarios entre ellos resaltan el trabajo de Rebeca León Plùas y Lupe Macías Romero, donde su trabajo de titulación acontecía el tema el estudio para la creación de una empresa dedicada a la confección y distribución de prendas deportivas para féminas, en el cantón La Libertad provincia del 10 de Santa Elena, teniendo en mente siempre el don del emprendimiento y enfocadas a generar sus propios ingresos y no depender de nadie, este trabajo contiene información veraz y sustentable. (Plùas, 2014).

Este trabajo de investigación aporta con datos sobre el mercado puesto que en la provincia existen empresas dedicadas a esta actividad para la nueva microempresa, ya que se establecen factores, económicos, sociales, culturales, ecológicos y financieros que el autor toma en cuenta para la puesta en marcha y ejecución de este nuevo proyecto, se revisó la problemática de dicho trabajo el cual coincide en su mayoría con las problemáticas del emprendimiento, las cuales destacan que existe un mercado competitivo y cambiante, que afectan el mercado ya que, por la abundancia de la actividad muchas empresas optan por bajar los precios de los productos y servicios.

A través de la revisión de la literatura también se optó por estudiar a tesis que pretenden ingresar al mundo de los negocios, tal es el caso que se revisó el trabajo de Leonardo Fernández, quien realizó un estudio denominado plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir con diseños urbanos, (Fernández, 2015) que básicamente tiene relación con lo que está realizando, puesto que la clientela en la actualidad además de solo optar por diseños de estampados netamente únicos y de calidad también personalizan al arte urbano, y es plasmado en diferentes prendas deportivas en su mayoría en jóvenes, y es básicamente lo que se busca mediante este estudio, dicha referencia ayudará a un mejor manejo de dificultades que tienen las microempresas al momento de ingresar al mercado y por su puesto el posesionarse en el mismo.

También se han realizado estudios dentro de la provincia de Santa Elena enfatizan la creación de una microempresa dedicada a la confección y distribución de prendas de vestir en tallas plus en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena, realizado por el estudiante de la Upse Carlos Alfredo villa de la Cruz, (Villa, 2014) trabajo que sirve como revisión literario ya que para la creación de este tipo de microempresas es necesario un estudio previo para no fracasar en el mundo de los negocios, destacan las problemáticas que existen en la provincia al momento de generar una compra de algún tipo de prenda de vestir ya sea para hombre o mujer, o indistintamente el status que cada persona posea. De dicho trabajo también se rescata la importancia de generar empleo en el sector ya que como emprendedores debemos ser generadores de oficio para la sociedad y de tal manera que aporte a la economía del país.

Dicho trabajo también contribuye con la revisión de desfases por parte de las microempresas dentro de la provincia, del porque no crezcan y dejan de ser microempresas, a pequeñas, medianas y porque no decir ser una de las grandes empresas de textiles del país y del mundo, rompiendo barreras que hacen que el emprendedor genere el siguiente paso para el éxito.

De la misma manera existen más trabajos de titulación que han realizado estudiantes del alma mater peninsular tal es el caso de la señorita Lissette Tomalá Tigreiro, graduada en administración de empresas, quien en base a su trabajo de titulación realizó el estudio para la creación de una empresa de confección de prendas de vestir con serigrafía, ubicada en el cantón La Libertad, (Tigreiro, 2013). Existen diversos parámetros para lograr el realce de las microempresas y precisamente en este estudio que el autor destaca cuáles son esas virtudes para triunfar dentro del mercado.

Una de las razones para triunfar en el mercado es la constancia y perseverancia de una nueva marca, tal es el caso, donde se logró y hoy en la actualidad se ven reflejados los indicios de este estudio, podemos observar la ejecución del proyecto en el cantón La Libertad, que confecciona prendas de vestir direccionado al mundo deportivo, con diseños temáticos para instituciones públicas o privadas, a su vez también ofrece diseños en serigrafía únicos que el cliente desee.

Cada uno de los diferentes estudios revisados, tienen una misma finalidad, como lo es la viabilidad del proyecto y que este se ejecute en el menor tiempo posible, y generen emprendimiento veraces y creíbles y que sean ejemplo para los demás

jóvenes universitarios emprendedores para que ejecuten sus ideas y sean partícipes de la contribución del sector económico del país, con ello es necesario la revisión de la literatura, pues nos permite reflejar y tener nociones del negocio que se desee emprender y de la misma forma, no cometer errores al momento de realizar el estudio y aun mas no cometer falencias cuando estemos ejecutando dicho emprendimiento.

1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos.

Para trabajar la temática de teorías y conceptos, revisaremos textos de autores reconocidos que expresen conocimientos reales y veraces con la finalidad de que este tipo de conceptos se enlace con lo que ve vive en la actualidad en el mundo de los negocios, de esta manera fortalecer el emprendimiento en la provincia., entre ellos revisaremos diferentes conceptos de términos como:

1.2.1. Creación de una microempresa.

1.2.1.1. Microempresa.

Uno de los principales conceptos que se debe conocer es el de microempresa, y es precisamente lo que detalla el autor a continuación.

Una microempresa es una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación. (Monteros, 2005)

Microempresa se considera a la reunión mínima de personas enfocadas a una misma actividad económica con tienen como finalidad satisfacer necesidades de las personas (Dominguez, 2015).

Sin duda la creación de una microempresa en la actualidad, es el inicio para la creación de grandes empresas, de tal manera que para conseguir grandes cosas se debe empezar por algo pequeño y es el caso de los pequeños comerciales, que basados a una microempresa emprenden camino al éxito. Existen proyectos de microempresas ya ejecutados, se consideran dentro de las microempresas entre 1 a 6 integrantes, sin duda son creadas para la obtención de rentabilidades e ingresos propios por los dueños, de tal manera que muestran sus habilidades y destrezas en pequeños negocios, que posteriormente serán grandes empresas, si cumplen con lo establecido y crecen constantemente.

La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100.000,00 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño, no está demás mencionar que también se rige a diferentes institutos del estado, uno de ellos es la cámara de microempresas, donde se debe registrar para su respectivo reconocimiento como tal (Cámara de microempresas, 2014).

1.2.1.2. Creación de microempresa.

Para iniciar un negocio es primordial generar una filosofía empresarial idónea, el autor menciona que creación de microempresa se denomina a la actividad comercial

sea empírica o profesional, que genere una rentabilidad para quienes la conforman. (Vaquero, 2007).

La creación de microempresas es la ejecución de un proyecto basados en la sustentabilidad y sostenibilidad generados de manera profesional o emperica, donde se busca la generación de ingresos y rentabilidad (Portter, 2013).

La creación de negocios es la ejecución de proyectos comerciales pequeños, que tienen como finalidad generar recursos financieros, y su vez aportar con la economía de un país (Marquez, 2015).

En la actualidad crear negocios es una tarea muy complicada y difícil, pero los autores destacan lo frágil que es, siendo una tarea sencilla, de tal manera que la describen como la ejecución de proyectos, que van a generar ingresos para quienes trabajen en su fortalecimiento, además de contribuir con una economía sostenible y sustentable para un país, es decir que de esta manera generar fuentes económicas para las naciones.

1.2.1.3. Recursos de las microempresas.

Los recursos que se necesitan en las microempresas básicamente están basados a los insumos y al capital humano que opere en las microempresas, siendo estas las fundamentales para el correcto funcionamiento de las mismas (Ledezma, 2014).

Los recursos que se emplean en las microempresas son recursos humanos, que son generados por el capital humano que se posee, las materias o materias, que son las materias primas, maquinarias y suplementos que aporten como insumos en la

actividad de la microempresa, y finalmente recursos financieros, que toda entidad necesita para la ejecución de sus proyectos (Arreaga, 2016).

Para la ejecución de ideas de negocios es necesario la utilización de recursos que aporten al desarrollo de la microempresa los autores destacan que los primordiales son los recursos humanos, materiales y financieros, y son precisamente aquellos que harán que proyectos micro-empresariales se cristalicen, puesto que a falta de uno de ellos se tendrá complicaciones al momento de la ejecución de las mismas.

1.2.1.4. Emprendimiento.

El emprendimiento es la persistencia que tiene una persona al momento de la ejecución de un negocio, teniendo conocimientos póstumos, eficientes y veraces que permitan obtener ingresos, y a su vez la obtención de una buena rentabilidad, generado a través de venas eficientes (Sotomayor, 2015).

El emprendimiento es la actividad empresarial que permite a los individuos identificar necesidades en los mercados, las cuales van hacer satisfechas por la generación de ideas nuevas de negocios, con la finalidad de generar economía en el entorno, aportando de esta manera con la sostenibilidad y sustentabilidad del país (Mata, 2016).

La actividad de emprendimiento está basada ideas de negocios que surgen de los individuos, con la finalidad de satisfacer necesidades del mercado, buscando siempre obtener una rentabilidad oportuna que permita la evolución y crecimiento económico de la misma.

1.2.1.5. Emprendedor.

Emprendedor es aquel individuo que ve en el mercado la importancia de generar recursos, imponiendo una nueva idea de negocio, la cual le permita incursionar en el mercado, ofertando productos y servicios totalmente nuevos (López, 2016).

Se considera a un emprendedor aquella persona, que posee conocimientos bastos, que le permitan generar y ejecutar una idea de negocio, siendo esta innovadora, con caracteres nuevos que le facilite entrar al mercado de una manera rápida y eficaz (Kirberg, 2014).

1.2.1.6. Mercado.

Mercado en el escenario donde se concentran actividades económicas, donde se ofrecen productos o servicios a cambio de dinero, estos pueden ser tiendas, almacenes, etc., todas ellas aportan a la economía de un país (Larrea, 2015).

Mercado, es el lugar donde se intercambian bienes y servicios, mediante la oferta y demanda existente por algún producto, a cambio de recursos monetarios, que hacen que la economía evolucione cada día, de tal manera que el entorno mercantil crezca de una manera acelerada (Morán, 2014).

1.2.1.7. Oferta.

Conjunto de bienes o servicios que se ofrecen al mercado por parte de una empresa, destinados a satisfacer las necesidades existentes en el mercado. Es decir, donde los ofertantes ponen una cierta cantidad de mercadería a disposición de los clientes,

quienes podrán disponer dichos bienes o servicios, priorizando la necesidad que desea satisfacer (Pérez, 2013).

Cantidades de bienes y servicios que los productores están dispuestos ofertar en el mercado, teniendo en cuenta los ingresos percibidos por los clientes, quienes tomarán la decisión de adquirirlos o no, considerando en cuenta las necesidades a satisfacer (Espejo, 2013).

1.2.1.8. Demanda.

Personas interesadas en adquirir un producto o servicio que brinda una empresa, quienes están dispuestas a pagar una cantidad de dinero para adquirir cierta cantidad de bienes o servicios que les permita satisfacer las necesidades existentes, tomando en consideración su ingreso monetario, el cual le permita demandar este bien o servicio (Pérez, 2013).

La demanda está representada por la cantidad de productos y servicios que una o varias personas están dispuestas a adquirir en el mercado local o extranjero en un tiempo determinado, teniendo en consideración las condiciones que se presentan en el entorno, por ejemplo: precio, ingresos mensuales, gustos y preferencias, inflación, necesidades a satisfacer, entre otros (Herrera, 2013).

1.2.1.9. Cliente.

Es aquella persona que adquiere un bien, con el fin de satisfacer su necesidad, es considerado como la razón de ser de cualquier empresa, porque sin él, la empresa no podría mantenerse en el mercado, debido a que es quien adquiere el bien o

servicio, y que, para ello, debe cancelar una cierta cantidad de dinero, que se convierte para la organización en la utilidad (ganancia), (Muñiz, 2016).

Persona que pretende satisfacer una necesidad o deseo en particular mediante la adquisición de un producto o la prestación de un servicio y que para ello debe cancelar un determinado valor monetario (García, 2013).

1.2.1.10. Marketing Mix.

1.2.1.10.1 Producto.

El producto es aquel bien o servicio que una empresa oferta en el mercado, para ello debe pasar por un proceso de transformación, hasta llegar a concebirse como un producto final, que está destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores (Pérez, 2013).

El producto es considerado como aquella propuesta de valor que brinda una empresa al mercado, destinado a satisfacer una necesidad, deseo o exigencia por parte del consumidor. Para ello se combinan factores físicos, tecnológicos, financieros, materiales, entre otros, para darle un acabado de calidad (Monferrer, 2013).

1.2.1.10.2. Plaza.

El objetivo de la plaza en el mercado es el de poner a disposición de los clientes los diferentes productos o servicios que una empresa oferta en el mercado, en los lugares idóneos y adecuados que la organización así los considere, con la finalidad de satisfacer las necesidades existentes dentro del mismo (Pérez, 2013).

La plaza son planes o estrategias que propone una empresa, con el objeto de hacer llegar los productos o servicios que ofrece a los clientes, en tiempo, cantidad y lugar adecuado, para que este tenga la oportunidad de demandarlos, de tal manera, que la organización se vea favorecida por la venta de dichos productos (Monferrer, 2013).

1.2.1.10.3. Promoción.

La promoción es aquella estrategia de marketing que una empresa aplica y que sirve como estímulo para atraer al cliente de manera constante, a través de las diversas promociones que pueda disponer una organización (Pérez, 2013).

Conjunto de actividades considerados como incentivos para los consumidores o miembros de los canales de distribución que emplea una empresa para incrementar o aumentar las ventas a corto plazo, por ello recurre a la promoción de sus productos o servicios, que sirve como estrategia para atraer clientes potenciales (Monferrer, 2013).

1.2.1.10.4. Precio.

Es el dinero que debe pagar el cliente por la adquisición de un producto o servicio. En otras palabras, representa el valor monetario que una persona está dispuesta a cancelar para hacer uso de un servicio o bien (Pérez, 2013).

Cantidad de dinero que un cliente está dispuesto a pagar por el consumo de un producto o servicio, con la finalidad de satisfacer sus necesidades. Indica el valor monetario que un cliente deberá cancelar para cubrir dicha necesidad, teniendo en

consideración el ingreso mensual que percibe, es decir, si está o no en la capacidad económica de adquirirlo (Monferrer, 2013).

1.2.1.11. Ventas.

Proceso que consiste en traspasar la propiedad de un bien o servicio de una persona a otra, mediante el cual el comprador desea satisfacer sus necesidades y para lograr aquello, adquiere un bien o servicio al vendedor, la finalidad de este proceso es que ambas partes se vean beneficiadas, (American Marketing Association).

Es la acción y el proceso mediante el cual el vendedor ofrece un producto al comprador (cliente), y para adquirirlo es necesario cancelar cierta cantidad de dinero, que será destinado exclusivamente al ofertante (vendedor), (Diccionario del Marketing Cultural).

1.2.1.12. Comercialización.

Es la fase mediante la cual una empresa da a conocer los productos o servicios que ofrece a los consumidores, con el fin de que estos los adquieran o demanden, generando utilidad para la empresa, mediante la venta de dichos productos o la prestación de servicios (Madero, 2017)

Se basa en la búsqueda de canales o puntos de distribución o venta idóneos para ofertar un producto. Por lo general, este trabajo lo realizan expertos en el área del marketing, quienes analizan diferentes sectores para encontrar un nicho de mercado dónde ofrecer los productos o servicios que brinda la empresa para beneficio del cliente. (Madero, 2017).

1.2.1.13. Confección de prendas deportivas.

La confección de ropa deportiva se la denomina a la ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad (Ramírez, 2015).

La confección de ropa deportiva se la denomina a la actividad de fabricación de prendas de vestir, que serán utilizadas para la práctica de algún deporte. Estas prendas se las realiza a base de telas sport que permiten la agilidad en quienes las utilicen (Arèvalo, 2014).

La confección de prendas deportivas en el mercado actual es uno de los índices económicos más altos poniendo al sector textil en uno de los primeros.

Se destaca que la elaboración de piezas de ropa sport ya sea para niños, jóvenes o adultos que cubren su cuerpo, y es aquí el aporte de nosotros como microempresas de mejorar este concepto para realizar y confeccionar prendas deportivas únicas y cómodas, que hagan que el cliente se sienta a gusto y con prendas de calidad y por su puesto se identifique con nuestra marca, convenciéndolo de esa manera para que se fidelice los productos que se ofrece.

1.2.1.14. Actividad artesanal.

La actividad artesanal es el proceso en el que se aplican técnicas y prácticas artesanales, tradicionales y contemporáneas, como proceso productivo que provee medios de vida al artesano (Navarro, 2014).

La actividad artesanal se planea como las costumbres de la población, basadas a procesos autóctonos y que con el pasar del tiempo se ha ido perfeccionando, con la finalidad de generar productos de alta calidad, fortaleciendo de esta manera a la actividad artesanal (Mosquera, 2014).

La actividad artesanal en la provincia crece constantemente y es precisamente lo que destaca el autor, que dicho sector sirve para el desenvolvimiento de los seres humanos, tanto en lo intelectual y como personas de negocios y trabajadoras, dichas costumbres y tradiciones son heredadas por familias y generaciones, que de una u otra mañanera fortalecen el sector artesanal, con el pasar del tiempo.

1.2.1.15. Sector artesanal.

Sector artesanal es la conformación de rasgos distintivos de nuestra identidad, como individuos y como colectivo. Este proceso ha estado determinado por el medio ambiente y la realidad cultural, social y económica (Mosquera, 2014).

Existen diversos sectores artesanales dentro de la convivencia humana, por ejemplo, tenemos el sector artesanal de la pesca, el sector artesanal de ganadería y agricultura y diversos sectores, que sin duda aportan a la economía y hacen que crezca considerablemente (Gómez, 2015).

1.2.2. Desarrollo.

El desarrollo se define como el progreso que se obtiene a partir de una determinada situación, es decir, es aquel cambio que se presenta en la sociedad, a partir de las necesidades que se presentan en la actualidad (Martínez Velásquez, 2012).

1.2.2.1. Agentes de desarrollo económico.

Agentes de desarrollo económico son actores que intervienen en la economía, bajo un determinado sistema económico y conjunto de reglas económicas. Estos toman decisiones buscando optimizar su bienestar y el porvenir de la sociedad (Carbajal, 2014).

Los agentes de desarrollo económico son medios que se involucran en la economía, mediante sistemas económicos, que buscan siempre se tomen las mejores decisiones con la finalidad que se fomente el desarrollo local (Gómez, 2015).

Los agentes de desarrollo económico, en la actualidad y para el Ecuador son considerados por autores, como entes de bienestar social, ya que mediante ello las personas y las empresas mediante sus ingresos y trabajo aportan a la sociedad y al país para el crecimiento del mismo.

Para el sector artesanal que se beneficiará del proyecto, aportar con la economía del país es fundamental, ya que con pequeños emprendimientos también se aporta con economía, no en números altos como las grandes empresas, pero sí como un ente de viabilidad económica para el crecimiento constante del país.

1.3. Fundamentos, sociales, psicológicos, filosóficos y legales.

1.3.1. Fundamentos Sociales.

El sector textil en el Ecuador genera más de 50.000 empleos directos, según una publicación realizada en abril del 2015 por diario "El Universo". Esta industria se

ha favorecido por las salvaguardias aplicadas en el gobierno del economista Rafael Correa.

Con la creación de la microempresa de ropa deportiva se aportará con el cambio de la matriz productiva, que fue uno de los mayores aportes que se dieron durante el gobierno antes en mención, y que prevalece en la actualidad. Esto se debe a que se elaborarán prendas de calidad, a un precio accesible para que los clientes puedan demandar del producto. Para realizar dicha actividad se va a necesitar de personas que tengan conocimientos y experiencia adquirida en cuanto a la elaboración y comercialización de ropa deportiva, brindando oportunidades de empleo a la población que radica en el cantón La Libertad, en la provincia y en el país.

1.3.2. Fundamentos Filosóficos.

Las contribuciones brindadas por filósofos son imprescindibles aplicarlos en el estudio que se desea abarcar, es por esta razón que, se ha tomado como referencia la teoría proporcionada por Aristóteles, quien afirma que, la investigación debe tener un centro de estudio.

A partir de aquello define que, el objeto de estudio del presente proyecto se basa en conocer la aceptación que tendría la implementación de la microempresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva, por tal razón se tomará en consideración la opinión brindada por las personas que radican en el cantón La Libertad, pues es en este sector donde se desea implementar la microempresa, ya que es considerada el factor económico de la provincia por la afluencia de personas.

1.3.3. Fundamentos Psicológicos.

La creación de una microempresa de ropa deportiva se forja como una idea de emprender un negocio por parte del autor del presente proyecto, donde se aplicarán habilidades y conocimientos propios, que permitan desarrollar el trabajo de manera correcta.

La confianza en sí mismo y la habilidad de comandar un negocio propio son factores psicológicos claves que se tomaron como inicio de esta gran idea, dando una perspectiva propia de lo que realmente se hará, de qué manera se realizará, y que se conseguirá con aquello.

Contar con habilidades y destrezas permitirán que la ejecución del proyecto se lleve a cabo y de esta manera contribuir con el desarrollo de la provincia y del país.

1.3.4. Fundamentación legal.

El trabajo de emprendimiento para la creación de la microempresa de confección de prendas deportivas, se genera con la finalidad de brindarle al cliente prendas únicas que son diseñadas y estampadas en base a gustos y preferencias, existen empresas del mismo tipo pero que se han creado empíricamente y básicamente fracasan, además de ello se debe tomar en cuenta ciertos fundamentos legales para conllevar una microempresa idónea y que no tengan problemas con las entidades de control y por su puesto cumplan con las diferentes normas que existen.

Para la creación de esta microempresa se considerará la constitución de una compañía limitada, los lineamientos de la ley de compañías; y la obtención de

permisos que le permitan operar dentro del marco de la ley en el territorio nacional ecuatoriano.

1.3.4.1. Constitución de la República.

Sección Octava: Trabajo y Seguridad Social.

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

Sección Novena: Personas usuarias y consumidoras.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Por lo cual para el buen funcionamiento de la microempresa se requiere:

- RUC o registro único de contribuyentes.
- Patente Municipal.

- Permiso de funcionamiento del municipio.
- Permiso del cuerpo de bomberos.

1.3.4.2. Ley de Registro Único de Contribuyentes.

RUC.

Art. 2.- De los sujetos de inscripción. - Se encuentran obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes, todas las personas naturales y las sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador o que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos, conforme lo dispuesto en el Art. 3 y en los casos detallados en el Art. 10 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes codificada.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, el Director General del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión.

1.3.4.3. Ordenanzas Municipales.

Patente Municipal. - Para obtener los debidos permisos de funcionamiento que rige el gobierno autónomo descentralizado del canto de la libertad de la provincia de santa Elena debe de contar con las siguientes documentaciones.

- Patente municipal (tasa).
- Copia del RUC (Registro Único Contribuyente).
- Copia de cedula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Permiso del cuerpo de bomberos.

1.3.4.4. Organismos de Control.

Se necesitará la base legal y los permisos correspondientes:

GAD Municipal del cantón La Libertad: Esta institución se encargará de la vigilancia, control y cumplimiento de permisos de funcionamiento para el buen resultado de la empresa.

Servicio de Rentas Interna (SRI): Este organismo se encarga de fiscalizar todo proceso tributario de la empresa.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS): Esta entidad pública se encargará de controlar y vigilar el cumplimiento en el área social-laboral para el bienestar de los empleados de la empresa.

1.3.4.5. Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2021.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

Mediante este objetivo en plan nacional del buen vivir se garantiza un trabajo digno, aportando a una sostenibilidad económica para todos los habitantes del país, de esta manera se busca aportar con economía a quienes conformen la microempresa y sobre todo a quienes colaboren dentro de ella.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

El objetivo 9 del plan nacional del buen vivir refiere a que mediante emprendimientos pequeños se aporta y se fortalece la productividad en el país, y de esta manera se crece constantemente en el sector económico, aporta con las

capacidades y potencialidades de la ciudadanía, generando de esta manera autoempleo en cada uno de sus habitantes y que esta a su vez genere empleo a las demás personas de la sociedad con la finalidad de mantener una sostenibilidad económica a largo plazo.

1.3.4.6. Ley de Compañías.

Sección V: De la Compañía de Responsabilidad Limitada.

1. Disposiciones Generales.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada”.

1.3.4.7. Ley de Fomento Artesanal.

Título I: Generalidades.

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos, edificios, el monto señalado por la Ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

a) Artesano maestro de taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio público.

b) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

1.3.4.8. Código de la Producción, Comercio e Inversiones.

Título I: Del Fomento a las Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Capítulo I: Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).

Capítulo II: De las Unidades Económicas Populares.

Art. 75.- Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. - Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS.

2.1 Tipos de investigación.

El presente proyecto se realizó una investigación de campo, ya se trabajará con datos que se obtendrán de personas que probablemente adquieran los productos, de la misma manera estará basada en una investigación de tipo descriptiva, donde involucran el comportamiento de los consumidores, que prefieren y cuáles son sus gustos con relación a la adquisición de ropa deportiva, además de conocer sus competidores dentro del mercado, de tal manera que se emplearan investigación:

2.1.1. Investigación Descriptiva.

La investigación descriptiva busca especificar características, factores y propiedades de un fenómeno en particular para someterlo al análisis respectivo donde se mide y recoge información oportuna sobre conceptos y teorías que se están estudiando (Sampieri, 2014).

El desarrollo del presente trabajo se realizó a través de la investigación descriptiva, que ayudó a delimitar las características principales del problema planteado, en base a aquello se pudo describir la situación actual del mercado, y los factores claves a considerar para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva y la manera que aporten como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de provincia.

El planteamiento de la propuesta se cataloga como la idea a defender en el desarrollo del proyecto de titulación, el autor se debe enfocar en los aspectos generales de la microempresa, es decir, desde las partes importantes del negocio como tal hasta su factibilidad, que permitan conocer la veracidad del negocio que se pretende implementar.

2.1.2. Investigación Documental.

Se forja como el proceso que se basa en la búsqueda, análisis e interpretación de información o datos secundarios, es decir, los que se obtienen en otras investigaciones mediante fuentes documentales, impresas, electrónicas, etc.; con el fin de que esta información aporte con conocimientos necesarios para el desarrollo del tema planteado (Arias, 2012).

Es necesario considerar teorías expuestas y desarrolladas por otros autores, lo que va a permitir que el presente estudio tenga la fundamentación teórica adecuada; por tal razón, se convierte en una necesidad la búsqueda de información en fuentes bibliográficas como libros, revistas científicas, medios electrónicos, etc.; recabando la información más relevante en cuanto a la variable independiente, que es la creación de una microempresa confeccionista y comercializadora de ropa deportiva, y la variable dependiente, que es agente de desarrollo económico del sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Estas teorías y conceptos van a servir como base para el planteamiento de una propuesta óptima, basada en premisas que fueron manifestadas por varios autores.

2.1.3. Investigación de Campo.

Radica en la recolección de información a aquellas personas que intervienen en una investigación que se está desarrollando a partir del tema objeto de estudio. El investigador obtiene esta información de manera verídica, es decir, sin alterar su idea, por lo que no puede inferir sobre un hecho o fenómeno en particular (Arias, 2012).

La investigación de campo en el presente proyecto de titulación va a servir como fuente para la recolección de datos, donde el investigador se verá en la necesidad de indagar la información oportuna y relevante en el lugar donde ocurren o suscitan los hechos o fenómenos a estudiar. Por tal razón, se ve en la necesidad de aplicar tanto encuestas como entrevistas, a las personas inmersas en el problema objeto de estudio, que en este caso son los clientes potenciales y los productores que se dedican a esta actividad comercial. Esto permitió recabar información real y verídica, dando validez al estudio realizado.

2.1.4. Investigación Cuantitativa.

Se centra en la recolección de datos para comprobar la hipótesis o idea a defender de la investigación, en base al análisis de la información cuantitativa, es decir, datos numéricos que aportan de manera significativa al correcto desarrollo del trabajo a ejecutarse por parte del investigador (Hernández Sampieri, Pilar Baptista, & Fernández Collado, 2014).

El Método Cuantitativo permite identificar datos estadísticos que ayudaron a determinar la población objeto de estudio, para posterior a ello conocer la muestra (parte de la población) a la cual se realizó la respectiva encuesta. Este método también se ve reflejado en la aplicación de la fórmula para calcular la muestra, el resultado que se obtenga al final será el número de encuestas que el investigador debe aplicar. La información estadística fue obtenida mediante el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010.

2.1.5. Investigación Cualitativa.

El enfoque cualitativo busca analizar información enfocada en teorías y conceptos proporcionadas por diferentes autores en sus textos, que permitan argumentar de mejor manera el tema que se está abordando para fundamentar la investigación (Hernández Sampieri, Pilar Baptista, & Fernández Collado, 2014).

Se utilizó el Método Cualitativo, basado en el análisis de teorías, conceptos y definiciones de varios autores, consultadas en documentos, libros y revistas, que sirvieron para comprender de mejor manera las variables que forman parte del presente estudio.

La investigación cualitativa permite una mayor profundidad de la información obtenida que se empleó en la investigación, es decir, riqueza interpretativa o diversos puntos de vista flexibles sobre el fenómeno a estudiar.

2.2. Métodos de la investigación.

2.2.1. Método teórico.

2.2.1.1. Método deductivo - inductivo.

Este método se ve reflejado en que en primera instancia se creó un posible hecho, en otros términos, se refiere a que se realizó una hipótesis, pero esta se verá evidenciada en el momento de aplicar los diferentes instrumentos de investigación.

2.2.1.2. Método Analítico – Sintético.

El Método Analítico – Sintético ayudó al investigador al análisis respectivo de las teorías citadas en el presente trabajo de investigación por parte de diversos autores, mismas que sirvieron para fundamentar el proyecto de titulación, basada en la descomposición de dichas teorías, que permitieron al investigador comprender de mejor manera las conceptualizaciones proporcionadas por los autores, específicamente en el marco teórico.

2.2.2. Método empírico.

2.2.2.1. Encuesta.

Esta herramienta de investigación nos ayudó a través de un cuestionario de preguntas, a conocer la opinión de los posibles clientes para la deportiva, respondiendo preguntas abiertas que contiene información veraz y estas su vez aporten a la viabilidad del proyecto.

2.2.2.2. Entrevista.

La utilización de esta herramienta permitió conocer opiniones, de personas que estén inmersas en el ámbito de empresas de ropa deportivas, fomentando y fortaleciendo las teorías de autores. Aportan también con información actual de acontecimientos empresariales que se estén suscitando en la actualidad.

2.2.3. Método Matemático.

Mediante el programa SPSS se obtuvo resultados de las encuestas realizadas a la muestra de la población, el cual permitirá analizar si la creación de la microempresa, será viable para su ejecución.

2.3 Diseño de muestreo.

2.3.1. Población.

Para la obtener la población, se consideró la población económicamente activa (PEA), y que precisamente son quienes podrían adquirir prendas de esta nueva marca de ropa deportiva, dichos datos se tomarán del último censo realizado en el 2010, por el INEC, teniendo como población los habitantes que son parte del PEA en la provincia de Santa Elena, que se compone de 28.892 mujeres y 80.038 hombres. Generando un total de la población económicamente activa de 108.930.

Cuadro 1: PEA de la provincia de Santa Elena.

PEA	DATOS	PORCENTAJE
Mujeres	28.892	26,5%
Hombre	80.038	73,5%
TOTAL PEA	108.930	100%

Fuente: Censo INEC, 2010.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

2.3.1.1. Muestra.

Con respecto a la formulación del problema, se estableció que la población que se va a investigar es finita, puesto que se realizó las encuestas a individuos a personas que fluctúan de 16 a 50 años, que comúnmente es la que mayoritariamente emplea tiempo para practicar deportes y por ende tienen ingresos económicos.

Se consideró la fórmula del modelo probabilístico para determinar el correcto tamaño de la muestra, donde se analizó la información emitidas por personas que fluctúan en edades de 16 a 50 años, tomando en cuenta el margen de error que será del 5%.

Formula.

- $n = ?$ Tamaño de la muestra.
- $z = 1.96$ (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error).
- $N=108930$ (universo).
- $p = 0,5$ posible que ocurra un evento.
- $q = 0,5$ posible que no ocurra un evento.
- $e = 5\% = 0,05$ error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Fórmula

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{z^2 \cdot p \cdot q + N e^2}$$

Remplazando fórmula:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{z^2 \cdot p \cdot q + N e^2} =$$
$$\frac{108930 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (1 - 0,5)}{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (1 - 0,5) + 108930(0,05)^2} =$$
$$\frac{104616,37}{273,2854} = 282,81 = 383$$

2.3.1.2. Tipo de muestreo.

Se trabajó con el muestreo probabilístico, ya que se ha trabajado con el tipo de investigación descriptiva, que prácticamente todo individuo considerado en el PEA provincial, puede ser partícipe de las encuestas realizadas.

De dicho muestreo probabilístico, proviene el muestreo aleatorio simple, donde la metodología que se procede es encuestar a individuos al azar, además de aquello cada individuo perteneciente al PEA, dentro de la provincia de Santa Elena, los cuales podrán intervenir en el estudio y ser partícipe de las encuestas, para el desarrollo óptimo del presente trabajo.

Para la ejecución de las encuestas se trabajó con el número total emitida por la fórmula que dio como resultado 383 individuos, dichas encuestas se realizaron en lugares donde la personas suelen hacer deportes como canchas y parques, otros de los lugares donde se procedió a realizar encuestas fue en lugares aledaños a casas deportivas. Las encuestas se realizaron en los 3 cantones de la provincia:

Cuadro 2: Número de encuestas aplicadas por cantón.

CANTONES	PERSONAS ENCUESTADAS
La Libertad	140
Santa Elena	130
Salinas	113

Fuente: Encuestas aplicadas por cantón

Elaborado por: Édison Apolinario Yagual.

2.4. Diseño de recolección de datos.

Para la recolección de datos, se recurrió a la utilización de fuentes primarias, ya que se necesitó realizar encuestas a personas que residen dentro de la provincia de Santa Elena, y por supuesto conocen sobre prendas deportivas.

Fortaleciendo a la información primaria se optó por realizar o complementar con la investigación con fuentes secundarias, que conllevan a la revisión de libros, informes y demás materiales bibliográficos que aporten a la validez del proyecto.

2.4.1 Instrumentos de recolección de datos.

Los instrumentos empleados en la recolección de datos fueron encuestas y entrevistas, el cual permitirá obtener información veraz y confiable para aportar con la viabilidad del proyecto, las encuestas están conformadas por 8 de preguntas, donde se reflejará si las personas están dispuestas o no aceptar en el mercado una nueva marca de ropa deportiva.

2.4.1.1 Encuesta.

El procesamiento de la información pertinente se la realizó a través de una encuesta cuyo instrumento es el cuestionario que está compuesto por 13 preguntas donde las

personas deberán responder a las interrogantes de acuerdo a su perspectiva, es decir, a la opinión que él tenga en relación al cuestionamiento planteado. Las preguntas están estructuradas de forma clara y precisa que permita comprender con mayor profundidad cada una de las interrogantes y responder de forma rápida y coherente en relación a la pregunta planteada.

Las interrogantes permitió obtener resultados que posteriormente se analicen de manera correcta, para una mejor comprensión, además de aquello en la parte inicial del cuestionario se añaden 3 ítems, donde el encuestado nos hace saber su género, edad y el ingreso mensual que percibe.

Por medio de este instrumento de recolección de datos, el investigador va a obtener información importante y relevante en cuanto a la temática que se está abordando, lo que le va a permitir desarrollar un trabajo adecuado, acorde a la problemática planteada.

2.4.1.2. Entrevista.

La guía de entrevista está compuesta por 9 preguntas que están estructuradas de forma abierta, es decir, se acepta la libre opinión de cada uno de los productores que se dedican a la elaboración de ropa deportiva, pues son ellos quienes pueden dar información verídica de la situación actual que se presenta en el sector, en cuanto a la actividad económica a la que se dedican.

Se realizó la entrevista a 2 personas que se dediquen a la fabricación ropa deportiva, quienes en ese momento se convirtieron en un aporte fundamental para el desarrollo del presente proyecto de emprendimiento.

CAPÍTULO III.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

3.1 Análisis de Datos (Encuesta).

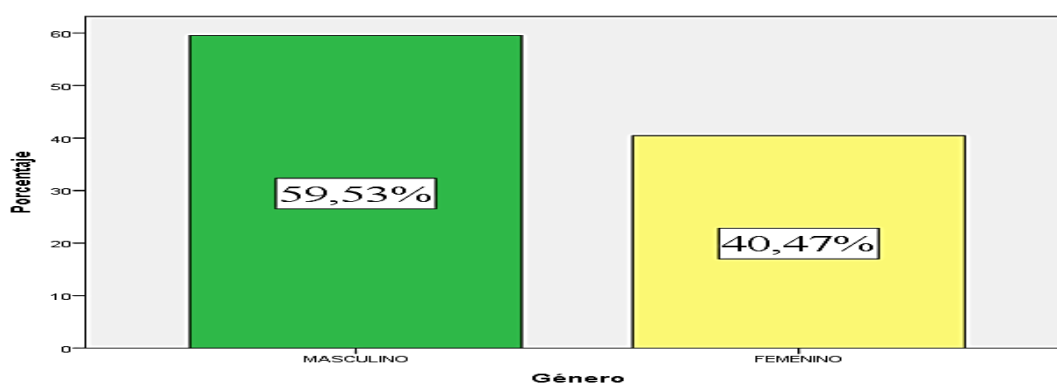
Tabla 1: Género.

Género				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	228	59,5	59,5	59,5
Válidos FEMENINO	155	40,5	40,5	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 1: Género.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, se determinó que la mayor parte de la población corresponde al género masculino, mientras que la menor parte de dicha población corresponde al género femenino. Esto da como referencia que se aplicó las encuestas en su mayoría a hombres pertenecientes a la población económicamente activa de la provincia.

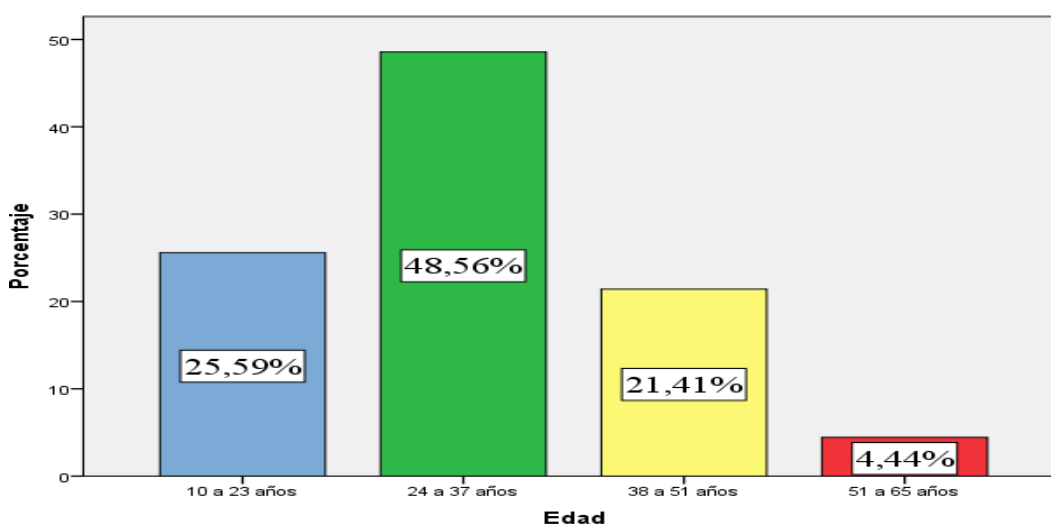
Tabla 2: Edad.

Edad				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10 a 23 años	98	25,6	25,6	25,6
24 a 37 años	186	48,6	48,6	74,2
Válidos 38 a 51 años	82	21,4	21,4	95,6
51 a 65 años	17	4,4	4,4	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 2: Edad



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

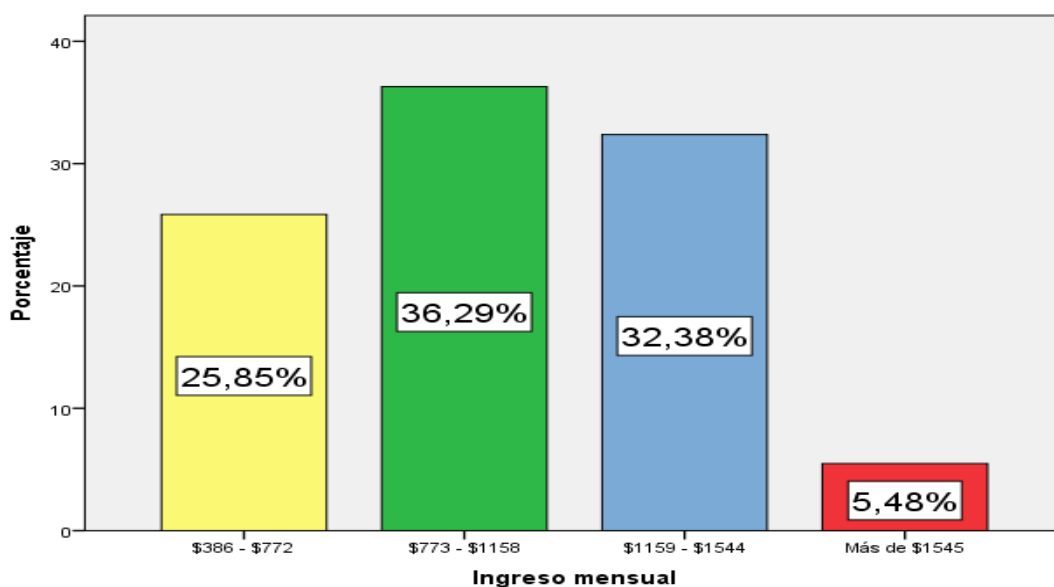
De los resultados obtenidos se visualizó que, la mayor parte de la población encuestada corresponde a las edades de 24 a 37 años, en un rango considerable se presentan edades de 10 a 23 años. De la misma manera con rango inferior tenemos edades que oscilan entre 38 a 51 años, mientras que la menor parte de esta población oscila entre las edades de 51 a 65 años. Con ello se determinó que las personas mayores de edad son quienes más se interesan por responder preguntas concernientes a la creación de una nueva empresa.

Tabla 3: Ingreso Mensual.

Ingreso mensual				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
\$386 - \$772	99	25,8	25,8	25,8
\$773 - \$1158	139	36,3	36,3	62,1
Válidos \$1159 - \$1544	124	32,4	32,4	94,5
Más de \$1545	21	5,5	5,5	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 3: Ingreso Mensual.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

En el siguiente gráfico se muestra que la mayor parte de los encuestados reciben un sueldo mensual entre \$773 a \$1158. También se observa en una población considerable que reciben mensualmente ingresos entre \$1159 a \$1544. Por otro lado, con un mínimo de porcentaje, son quienes ganan más de \$1545, de tal manera que la población encuestada está en la absoluta capacidad de adquirir los productos.

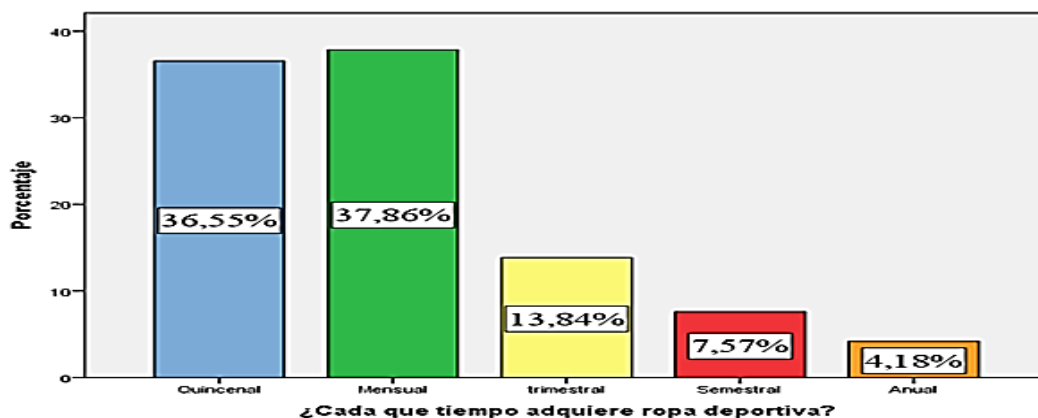
Tabla 4: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.

¿Cada que tiempo adquiere ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Quincenal	140	36,6	36,6
	Mensual	145	37,9	74,4
	trimestral	53	13,8	88,3
	Semestral	29	7,6	95,8
	Anual	16	4,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 4: Tiempo de adquisición de ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Según los resultados obtenidos se observó que, existe en su mayoría personas que adquieren ropa deportiva cada mes, el cual es favorable para nuestro proyecto. De la misma manera con una población considerable, lo hacen quincenalmente, el cual beneficia a la ejecución del proyecto. Mientras que con una población neutra adquieren ropa deportiva trimestralmente. De la misma manera se tuvo con un porcentaje mínimo lo realizan anualmente. Por tal razón se puede indicar que, en el mercado local podría tener acogida la implantación de una nueva microempresa que se dedique a la elaboración y venta de ropa deportiva.

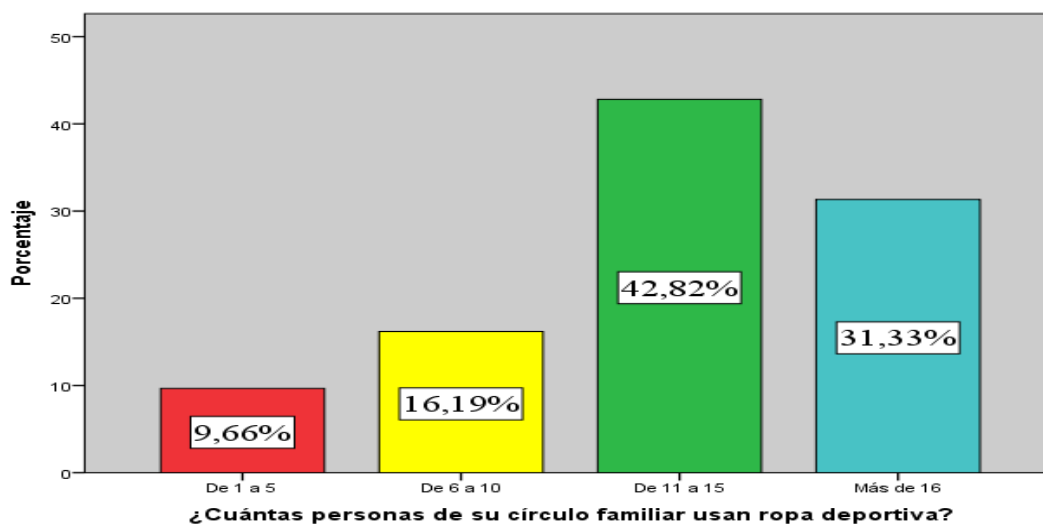
Tabla 5: Número de familiares que usan ropa deportiva.

¿Cuántas personas de su círculo familiar usan ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1 a 5	37	9,7	9,7	9,7
De 6 a 10	62	16,2	16,2	25,8
Válidos De 11 a 15	164	42,8	42,8	68,7
Más de 16	120	31,3	31,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
 Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 5: Número de familiares que usan ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
 Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados se obtuvo que la mayoría de encuestados son quienes manifiestan que en sus familias de 11 a 15 miembros usan ropa deportiva. En un rango medio indican que tienen más de 16 familiares que usan este tipo de ropa. En cambio, un porcentaje neutral, manifiestan que 6 a 10 integrantes utilizan este tipo de ropa, mientras que la menor parte de esta población manifiestan que tienen de 1 a 5 integrantes de las familias que utilizan ropa deportiva, en consecuencia queda determinado que el uso de ropa deportiva tiene gran demanda en nuestra provincia.

Tabla 6: Demanda de ropa deportiva.

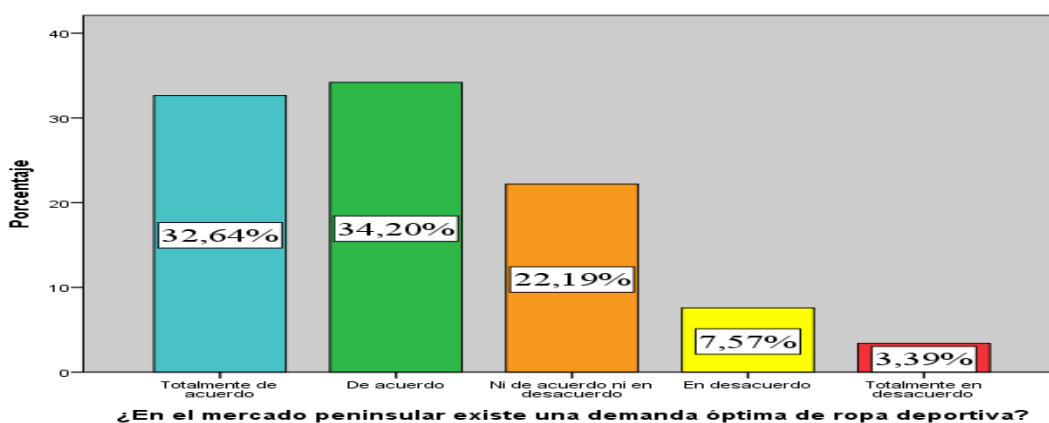
¿En el mercado peninsular existe una demanda óptima de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	125	32,6	32,6	32,6
De acuerdo	131	34,2	34,2	66,8
Válidos Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	22,2	22,2	89,0
En desacuerdo	29	7,6	7,6	96,6
Totalmente en desacuerdo	13	3,4	3,4	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 6: Demanda de ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados obtenidos la mayoría de encuestados, manifiestan que están de acuerdo que existe una demanda óptima de ropa deportiva. Un porcentaje moderado de los encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo con la demanda actual de dicha ropa. Mientras que la parte neutral de la población está en desacuerdo. La menor parte de esta población está totalmente en desacuerdo con la demanda actual de ropa deportiva en la provincia de Santa Elena. Por lo tanto se aprecia que existe una gran oportunidad en el mercado peninsular.

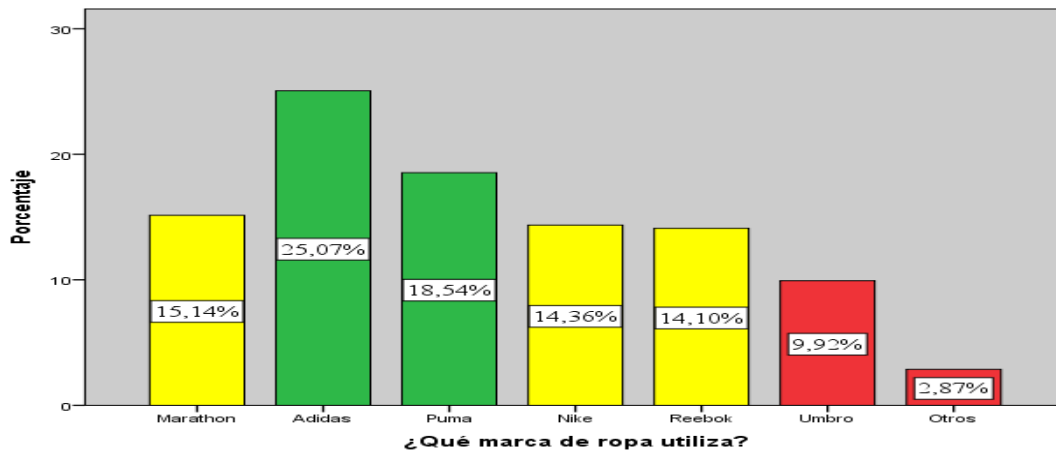
Tabla 7: Marca de ropa deportiva.

¿Qué marca de ropa utiliza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Marathon	58	15,1	15,1
	Adidas	96	25,1	40,2
	Puma	71	18,5	58,7
	Nike	55	14,4	73,1
	Reebok	54	14,1	87,2
	Umbro	38	9,9	97,1
	Otros	11	2,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 7: Marcas de ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De la obtención de resultados de las encuestas se muestra que la mayor marca utilizada en el territorio peninsular es Adidas y puma con un rango medio en uso tenemos a las Marathon, Nike y Reebok, mientras que en su minoría se obtuvo a Umbro además de la utilización de otras marcas conocidas dentro del mercado. En merito la tendencia se aprecia la gran demanda de las marca Adidas y Nike.

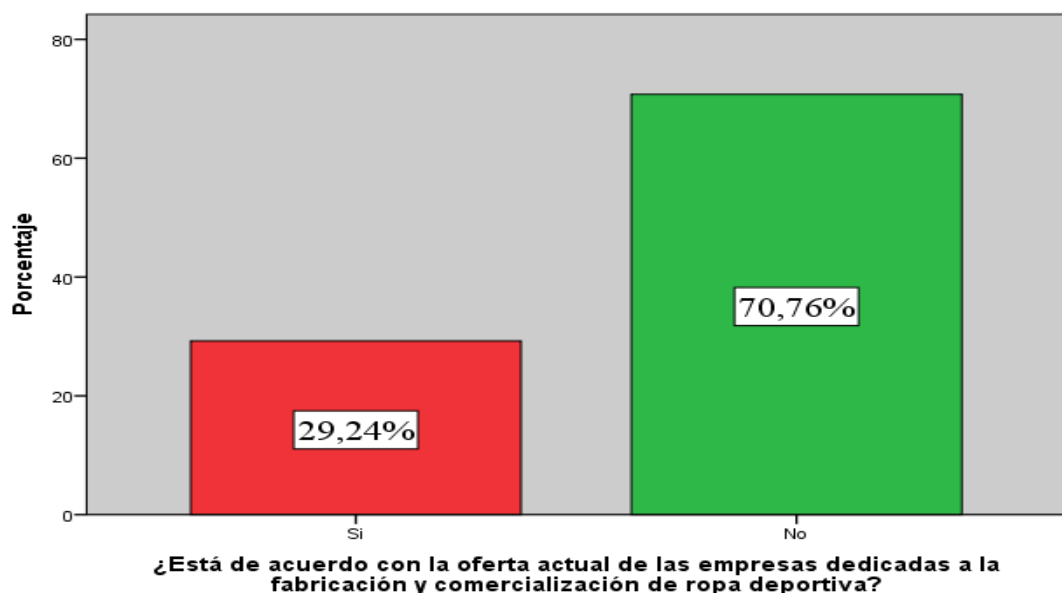
Tabla 8: Oferta actual de ropa deportiva.

¿Está de acuerdo con la oferta actual de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	112	29,2	29,2	29,2
Válidos No	271	70,8	70,8	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 8: Oferta actual de ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados obtenidos la mayor parte indican que no se encuentran satisfechos con la actual oferta de las empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de ropa deportiva. Mientras que menor parte de los encuestados manifiestan que si están de acuerdo. De tal manera se pretende ofertar al mercado productos de calidad, y que de esta manera satisfagan las necesidades de los clientes avizorando buenos resultados por la potencial demanda.

Tabla 9: Beneficios de oferta.

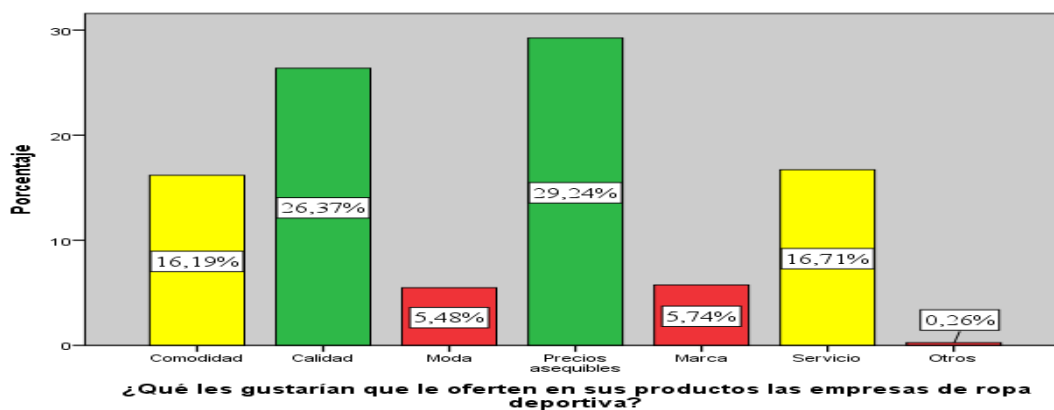
¿Qué les gustaría que le oferten en sus productos las empresas de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comodidad	62	16,2	16,2
	Calidad	101	26,4	42,6
	Moda	21	5,5	48,0
	Precios asequibles	112	29,2	77,3
	Marca	22	5,7	83,0
	Servicio	64	16,7	99,7
	Otros	1	,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 9: Beneficios de oferta.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Según los resultados de las encuestas, la mayor parte de la población manifiesta que les gustaría que le oferten productos de óptima calidad y con precios asequibles, son los beneficios más adecuados que deben tener las empresas de confección y comercialización de ropa deportiva, en cambio un selecto porcentaje de encuestados prefieren el servicio y la comodidad respectivamente. En cambio, con un porcentaje mínimo otros clientes solo pretenden en los productos que sean de marca y que estén a la moda. Lo que representaría un reto para el emprendedor a efectos de proporcionar productos de calidad a un precio adecuado con la realidad local.

Tabla 10: Compraría ropa deportiva.

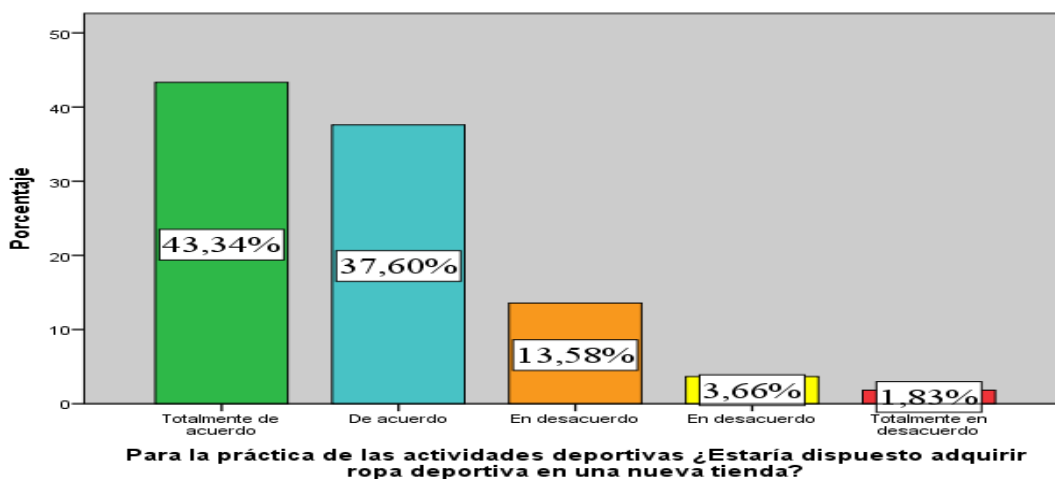
Para la práctica de las actividades deportivas ¿Estaría dispuesto adquirir ropa deportiva en una nueva tienda?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	166	43,3	43,3	43,3
De acuerdo	144	37,6	37,6	80,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	13,6	13,6	94,5
En desacuerdo	14	3,7	3,7	98,2
Totalmente en desacuerdo	7	1,8	1,8	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 10: Compraría ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: El autor.

De acuerdo a los resultados la mayoría de encuestados, manifiestan que están totalmente de acuerdo en adquirir ropa deportiva en una nueva tienda. Una población considerable está de acuerdo con la nueva tienda de ropa. Mientras que la parte neutral de la población está en desacuerdo. La menor parte de esta población de encuestados están totalmente en desacuerdo en adquirir ropa deportiva en una nueva tienda. Estos resultados confirman que incursionar con una nueva empresa de ropa deportiva confirmaría su éxito.

Tabla 11: Lugar de compra.

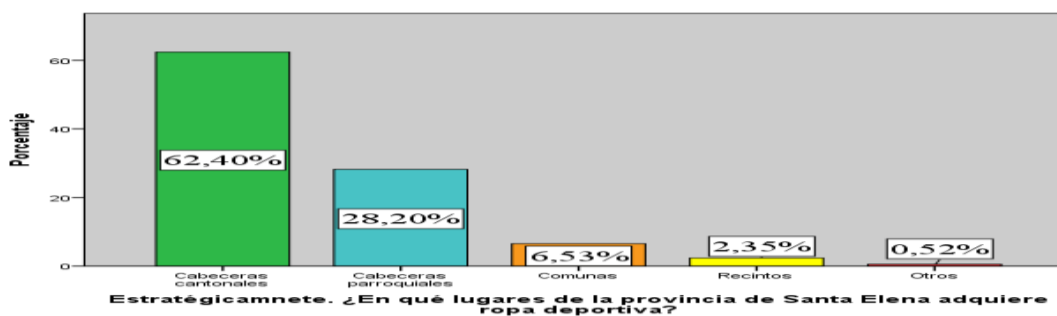
Estratégicamente. ¿En qué lugares de la provincia de Santa Elena adquiere ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cabeceras cantonales	239	62,4	62,4
	Cabeceras parroquiales	108	28,2	90,6
	Comunas	25	6,5	97,1
	Recintos	9	2,3	99,5
	Otros	2	,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 11: Lugar de compra.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: El autor.

De los resultados obtenidos apreciamos que las personas adquieren ropa deportiva en las cabeceras cantonales de la provincia. Otra parte de la población prefiere comprar en las cabeceras parroquiales de la provincia. Mientras que la parte neutral de la población lo hacen en comunas. En cambio, en la minoría las adquieren en los principales recintos de provincia de Santa Elena, siendo las cabeceras cantonales las idóneas para la implantación de la microempresa. Resultados que se convierten en una fortaleza para la microempresa que será implementada en el cantón la libertad.

Tabla 12: Establecimiento de compra.

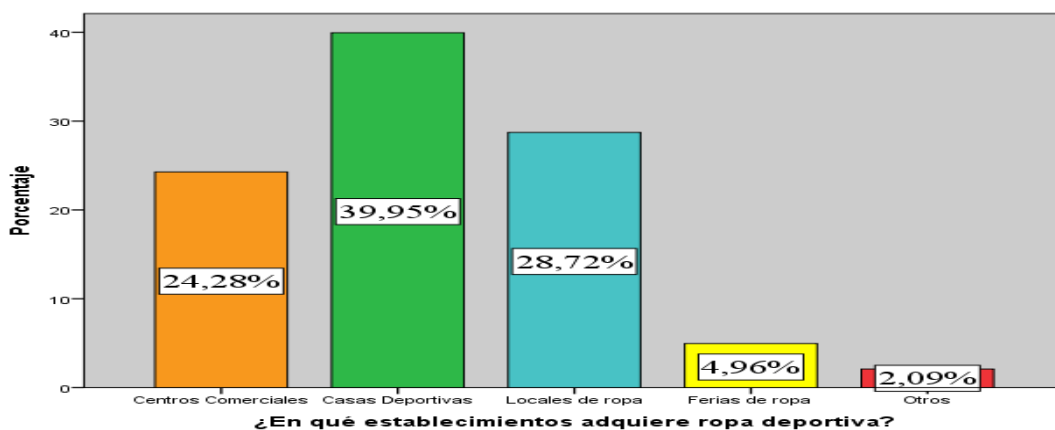
¿En qué establecimientos adquiere ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Centros Comerciales	93	24,3	24,3	24,3
Casas Deportivas	153	39,9	39,9	64,2
Válidos Locales de ropa	110	28,7	28,7	93,0
Ferias de ropa	19	5,0	5,0	97,9
Otros	8	2,1	2,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 12: Establecimiento de compra.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: El autor.

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados adquiere ropa deportiva en centros comerciales y casas deportivas. Otra parte de la población realiza sus compras en locales de ropa. La parte neutral de la población compra en centros comerciales. La minoría de la población las adquiere en ferias de y otros lugares. Con estos resultados podemos apreciar que la creación de una empresa especializada en venta de ropa deportiva sería lo adecuado para que se pueda satisfacer la demanda de los potenciales clientes.

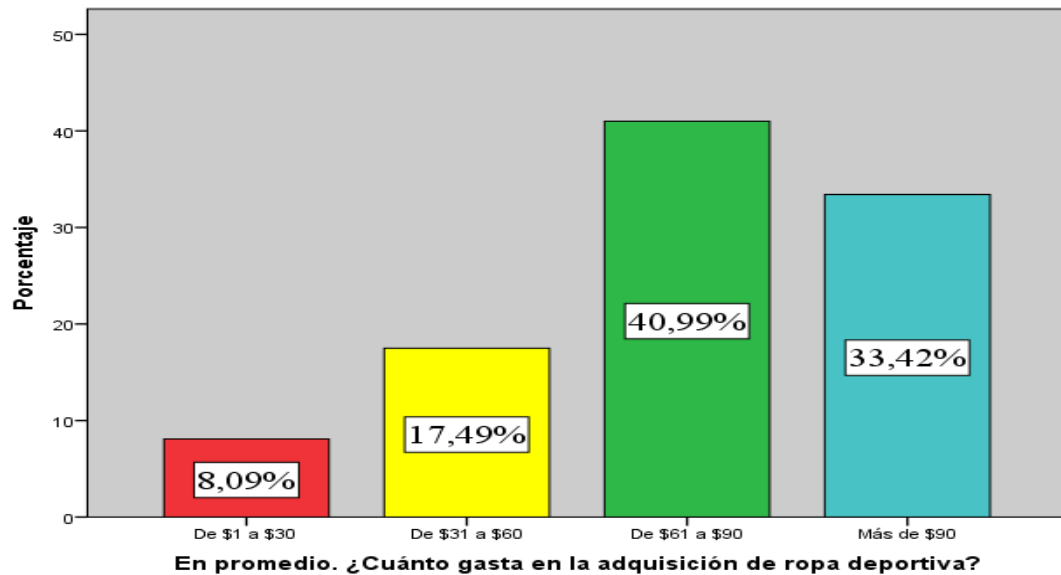
Tabla 13: Promedio de gasto en ropa deportiva.

En promedio. ¿Cuánto gasta en la adquisición de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$1 a \$30	31	8,1	8,1	8,1
De \$31 a \$60	67	17,5	17,5	25,6
Válidos De \$61 a \$90	157	41,0	41,0	66,6
Más de \$90	128	33,4	33,4	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 13: Promedio de gasto en ropa deportiva.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: El autor.

De los resultados se muestra que la mayoría de personas está dispuesta a pagar entre \$61,00 a \$90,00 dólares por ropa deportiva. Una población considerable pagaría más de \$90,00, en la adquisición de ropa deportiva. Una parte de la población está dispuesta a pagar entre \$31,00 a \$60,00 dólares. Mientras que, la minoría de individuos pagarían entre \$1,00 a \$30,00 dólares. Lo cual es favorable para la ejecución del proyecto.

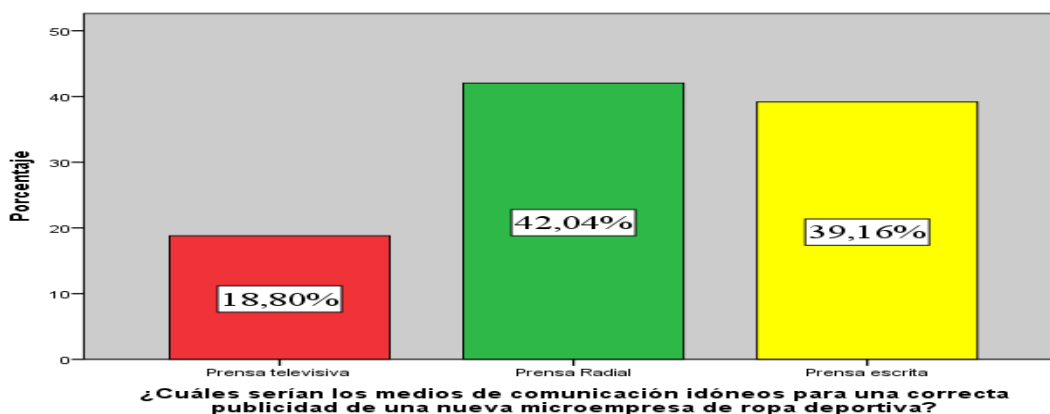
Tabla 14: Medios de comunicación para publicidad.

¿Cuáles serían los medios de comunicación idóneos para una correcta publicidad de una nueva microempresa de ropa deportiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prensa televisiva	72	18,8	18,8	18,8
Prensa Radial	161	42,0	42,0	60,8
Prensa escrita	150	39,2	39,2	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 14: Medios de comunicación para publicidad.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados se obtuvo que la mayoría de encuestados manifiesta que una publicidad idónea para la microempresa de ropa deportiva es por medio de la prensa radial. Con un rango medio indican que lo ideal es recibir publicidad por la prensa escrita periódicos, revistas entre otros. En su minoría los encuestados consideran que una buena publicidad televisiva es lo necesario para la microempresa de ropa deportiva. Lo que indica el público objetivo es parte de la audiencia de la prensa radial, que es un medio de comunicación masivo y de bajo costo, lo que representa una fortaleza al momento de comunicarnos con el cliente.

Tabla 15: Venta por catálogo.

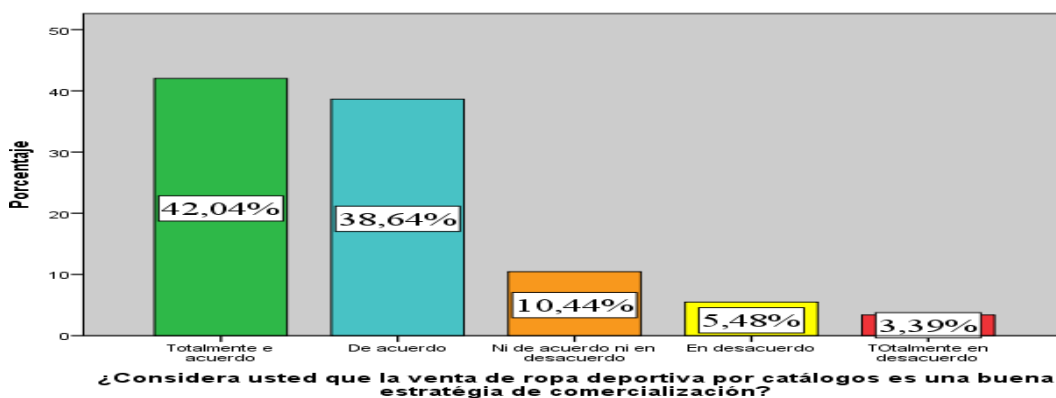
¿Considera usted que la venta de ropa deportiva por catálogos es una buena estrategia de comercialización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	161	42,0	42,0	42,0
De acuerdo	148	38,6	38,6	80,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	10,4	10,4	91,1
En desacuerdo	21	5,5	5,5	96,6
Totalmente en desacuerdo	13	3,4	3,4	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 15: Venta por catálogo.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

La mayoría de encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo que una buena estrategia de comercialización de ropa deportiva sea por catálogo. Una población considerable está de acuerdo con dicha estrategia. Mientras que la parte neutral de la población está en desacuerdo. La menor parte de esta población está totalmente en desacuerdo con que la estrategia de comercialización por catálogo sea idónea para la venta de los productos. Lo que se considera favorable para la empresa en el sentido que tendría a disposición una herramienta de comercialización efectiva.

Tabla 16: Viabilidad de la microempresa.

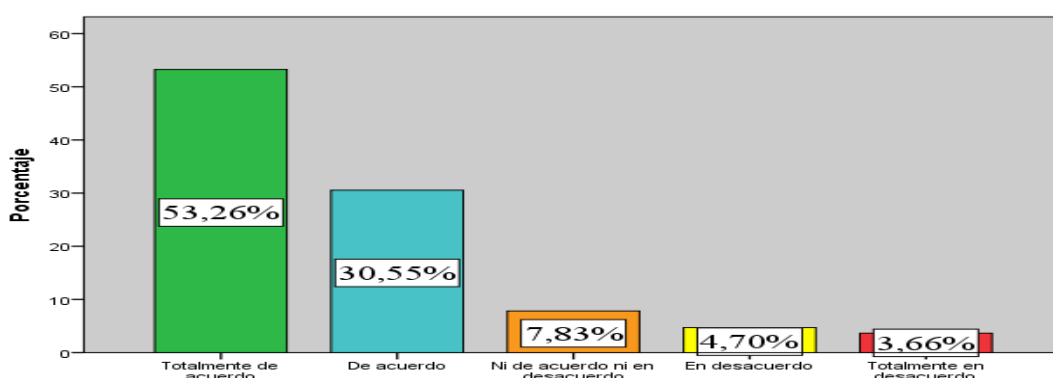
¿Considera viable la creación de una microempresa de confección de prendas deportivas, para fomentar el crecimiento económico en la provincia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	204	53,3	53,3	53,3
De acuerdo	117	30,5	30,5	83,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	7,8	7,8	91,6
En desacuerdo	18	4,7	4,7	96,3
Totalmente en desacuerdo	14	3,7	3,7	100,0
Total	383	100,0	100,0	

Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Gráfico 16: Viabilidad de la microempresa.



Fuente: PEA de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

De los resultados obtenidos la mayoría de encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo en que es viable la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva. Una parte de la población está de acuerdo con la viabilidad de la microempresa; Mientras que la parte neutral de la población está en desacuerdo, con dicha mención, por otro lado la menor parte de esta población está totalmente en desacuerdo con que la implantación de la microempresa no es viable. Estos resultados confirman que es viable la iniciativa de la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva en el cantón la libertad.

3.2. Análisis de Entrevista.

Objetivo: Determinar en qué medida la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia de Santa Elena.

1. ¿Cómo observa usted el emprendimiento en la Provincia de Santa Elena?

El emprendimiento en la provincia de Santa Elena es muy escaso, pese a que personas poseen ideas brillantes de negocios, sin embargo, se debe fortalecer el emprendimiento, para que de esta manera la provincia crezca económicamente.

2. ¿Qué opina sobre la actividad comercial en la provincia de Santa Elena?

La actividad económica en la provincia es muy dinámica, en especial en el cantón la libertad, donde se la conoce como la capital económica de la provincia, es donde se centra el sector productivo y comercial que hacen que la provincia se vea como un ente económico a nivel nacional.

3. ¿Existe en el mercado actual la oportunidad para emprender una microempresa de confección y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

Las oportunidades en el mercado están, deben ser cristalizarlas y ejecutarlas, una empresa de confección y comercialización de ropa deportiva, le vendría bien a la provincia para aportar con la producción de la misma.

4. ¿Cuál es su percepción acerca de la implementación de una microempresa de confección y comercialización de prendas deportivas en el cantón la provincia de Santa Elena?

Al implementar este tipo de microempresa en la provincia, se tiene una percepción positiva, ya que además de generar empleo, también se aportará con la sostenibilidad y sustentabilidad del entorno.

5. ¿La creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva aportará con el crecimiento económico de la provincia de Santa Elena?

Toda microempresa que se cree va aportar con el crecimiento económico de la provincia, sobre toda esta empresa productora de prendas, será primordial para aquello.

6. ¿El emprendimiento como tal, generara nuevas fuentes de empleos e ingresos, para fortalecer la economía en el país?

El emprendimiento a nivel nacional y mundial, siempre serán generadoras de empleos, con aquello se fortalece la economía de cada nación.

7. ¿Cree usted que las autoridades competentes deben crear programas de financiamiento para los nuevos emprendimientos que se ejecutan en colegios y universidades?

Las entidades públicas y privadas deben aportar con conocimientos y programas de financiamiento para que las nuevas ideas de negocios que existen en el mercado por parte de emprendedores se cristalicen y estas a su vez generen recursos.

8. ¿Qué tipo de estrategias de comercialización de productos deportivos utilizan los microempresarios en la provincia?

Las estrategias que se utilizan esta actividad es mostrar innovación en cada uno de los diseños de prendas que el cliente adquiriera para que de esta manera el cliente se sienta atraído por este tipo de producto.

9. ¿Cuáles serían las estrategias de comercialización idóneas para microempresas que se dediquen a la venta de ropa deportiva?

Las estrategias de comercialización óptimas para este tipo de empresas serían, ventas por catálogo, genera ventas a través de acción puerta a puerta de quienes conforman la empresa además de abaratar costes para emplear precios que estén al alcance de los clientes.

Las microempresas que se dedican a la fabricación y comercialización de ropa deportiva en la provincia de Santa Elena ha ido fortaleciendo su producción con el pasar del tiempo, los dueños de estos locales destacan que es una nueva y buena forma de acrecentar ingresos para los peninsulares, además de mostrar artes en el estampado destacan la buena calidad de los productos, esto se da con la correcta implantación estrategias y canales de distribución.

3.3. Limitaciones.

Las limitaciones son consideradas como barreras o problemáticas que se presentaron al momento de realizar el trabajo de titulación, son percibidas por personas inmersas en la investigación, pero no deben convertirse en un impedimento para el correcto desarrollo del proyecto planteado.

Una de las mayores limitaciones que se pudo evidenciar en el desarrollo del presente trabajo fue el factor tiempo de personas que participaron en el trabajo, pues esto dificultó, en ciertas ocasiones, la entrega del proyecto en el tiempo planificado, pero claro está, que no incidió en la obtención de los resultados finales.

Otro factor a ser considerado es el económico, debido a que el autor del presente proyecto no cuenta con los recursos monetarios que incurren dentro del proceso de dicho trabajo, por tal razón se vio en la necesidad de realizar préstamos para solventar dichos gastos.

De igual manera, la escasa información especializada para realizar el presente estudio es considerada como otra limitación, esto conllevó al autor a indagar en diversos libros, tesis y artículos científicos para tener una idea más clara en cuanto al desarrollo del trabajo de titulación.

Vale la pena recalcar que estas limitaciones no fueron impedimento para culminar con éxito el trabajo de emprendimiento, al contrario, se trató de convertir estas amenazas en oportunidades para motivar al autor a conseguir buenos resultados una vez finalizado el proyecto de titulación.

3.4. Resultados.

Es importante recalcar que la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva se convierte en una opción para el crecimiento y desarrollo del sector artesanal de la provincia, de esta manera se conlleva a la implantación y ejecución de proyectos de emprendimiento. .

La idea a defender que se planteó en el presente estudio se pudo comprobar mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de información, que en este caso fueron: la encuesta y entrevista, donde se obtuvo los siguientes resultados:

➤ La aplicación de un estudio de viabilidad que permita conocer la factibilidad del proyecto, considerando el aspecto organizacional, de mercado, técnico y económico-financiero, para la correcta toma de decisiones.

➤ La creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva busca dinamizar la producción local, adquiriendo el bien dentro del territorio peninsular, generando de esta manera que exista la competitividad leal. Con esto se pretende que los productos elaborados sean reconocidos en el mercado nacional.

➤ El desarrollo del sector artesanal del cantón La Libertad se verá favorecido, debido a que se generarán ingresos económicos por la compra del producto a los gestores del proyecto, pagando un precio justo, que represente el esfuerzo y trabajo que estos invierten al momento de elaborar y confeccionar ropa deportiva. Además, permitirá que se abran nuevas fuentes de empleo para los artesanos dedicados a esta actividad económica.

La creación de una nueva microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva fortalecerá la economía local, a través de la generación de ingresos, a su vez generado nuevas oportunidades de empleo para los peninsulares, de esta manera se aportara para el desarrollo venturoso de la provincia de Santa Elena, con la finalidad de constituirnos como una masa económica que fortalezca al país.

3.5. Propuesta.

Objetivo.

Crear una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva, que aporte con la economía local, mediante la generación de un plan de negocios que fortalezca el desarrollo del sector artesanal del cantón la libertad.

3.5.1. Naturaleza del negocio.

3.5.1.1. Descripción de la idea de negocio.

La microempresa ofrecerá en el mercado productos elaborados a base de textiles en conjunto con otros materiales como: hilos, moldes, agujas, y plantillas que hacen que esta actividad surja oportunamente dentro del mercado.

También se utilizan maquinarias industriales, entre las cuales se encuentran: costura recta, overlock, y recubridora, además de tijeras y cortadoras de telas que agilitan el trabajo de la industria textil, con este tipo de máquinas industriales la microempresa entregara los pedidos a los clientes de manera rápida y ágil, ya que se aprovechan recursos.

3.5.1.1. Justificación de la empresa o producto.

La provincia de Santa Elena es una localidad que cuenta con una industria de ropa deportiva que no satisface en su totalidad las necesidades de los clientes, lo que provoca que las microempresas que se dedican a la venta de prendas deportivas los adquieran fuera de la provincia, y muchas veces, fuera del país.

En el cantón La Libertad, se encuentran ubicadas varias microempresas dedicadas a la elaboración y comercialización de prendas deportivas, siendo estas de tipo familiar y grupos de empresas o asociaciones que han visto en esta actividad, una manera de obtener ingresos económicos., que les ayude en el diario vivir. Los productos que se elaboran en este lugar se comercializan de manera directa, no solo en la provincia de Santa Elena, sino en otros lugares del país.

La creación de una microempresa de ropa deportiva nace de la idea de emprender un negocio por parte del autor de la Carrera Administración Empresas de la UPSE, quien ha visionado aquello a partir de la inexistencia de una microempresa, cuyo objeto sea la fabricación y comercialización de ropa deportiva dentro del cantón La Libertad, considerado como la capital económica y comercial de la provincia de Santa Elena.

Se tomó la decisión de la creación de esta empresa en el cantón La Libertad en razón que, es en esta ciudad donde se concentra la mayor parte del comercio y se desea aprovechar esta oportunidad implementando la microempresa de ropa deportiva, con la finalidad de que los productos a ofrecer tengan una mayor demanda por parte de los clientes.

Se pretende aprovechar esta oportunidad y transformarla en una fortaleza, que permita que la microempresa de ropa deportiva se posiciones en este sector, atrayendo así clientela, que esté dispuesta a adquirir los productos que se van a ofrecer, garantizando modelos de prendas innovadoras y a la moda, donde el cliente se sienta a gusto y cómodo.

3.5.1.2. Nombre de la empresa.

Para la generación óptima de un nombre idónea para la microempresa crear se utilizó la estrategia de “lluvia de ideas”, que consiste en proponer varios nombres al azar, para al final seleccionar uno sólo, que cumpla con las características y aspectos propuestos.

En el siguiente cuadro se podrá observar varios de los nombres propuestos, donde se dará una puntuación a cada uno de los atributos, aspectos que han sido considerados debido al impacto que pueden generar en los futuros clientes, siendo 5 la puntuación mayor y 1 la puntuación menor.

Cuadro 3: Nombre de la empresa

Nombre/atrib	Atractivo	innovador	Claro	significativo	Total
Elegancia	3	3	3	3	12
Sportmania	4	3	4	3	14
Textil sport	5	4	5	4	18

Fuente: Lluvia de ideas

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Textil sport fue escogido como el nombre de la microempresa que se pretende crear, puesto que conlleva la puntuación más alta entre los atributos que se consideró. La palabra textil sport tiene su significado, textil que hace referencia a telas con los que serán fabricados los productos y sport, que se refiere a deportes. Con ello da el nombre de TEXTIL SPORT.

3.5.1.3. Descripción de la empresa.

Tipo de microempresa.

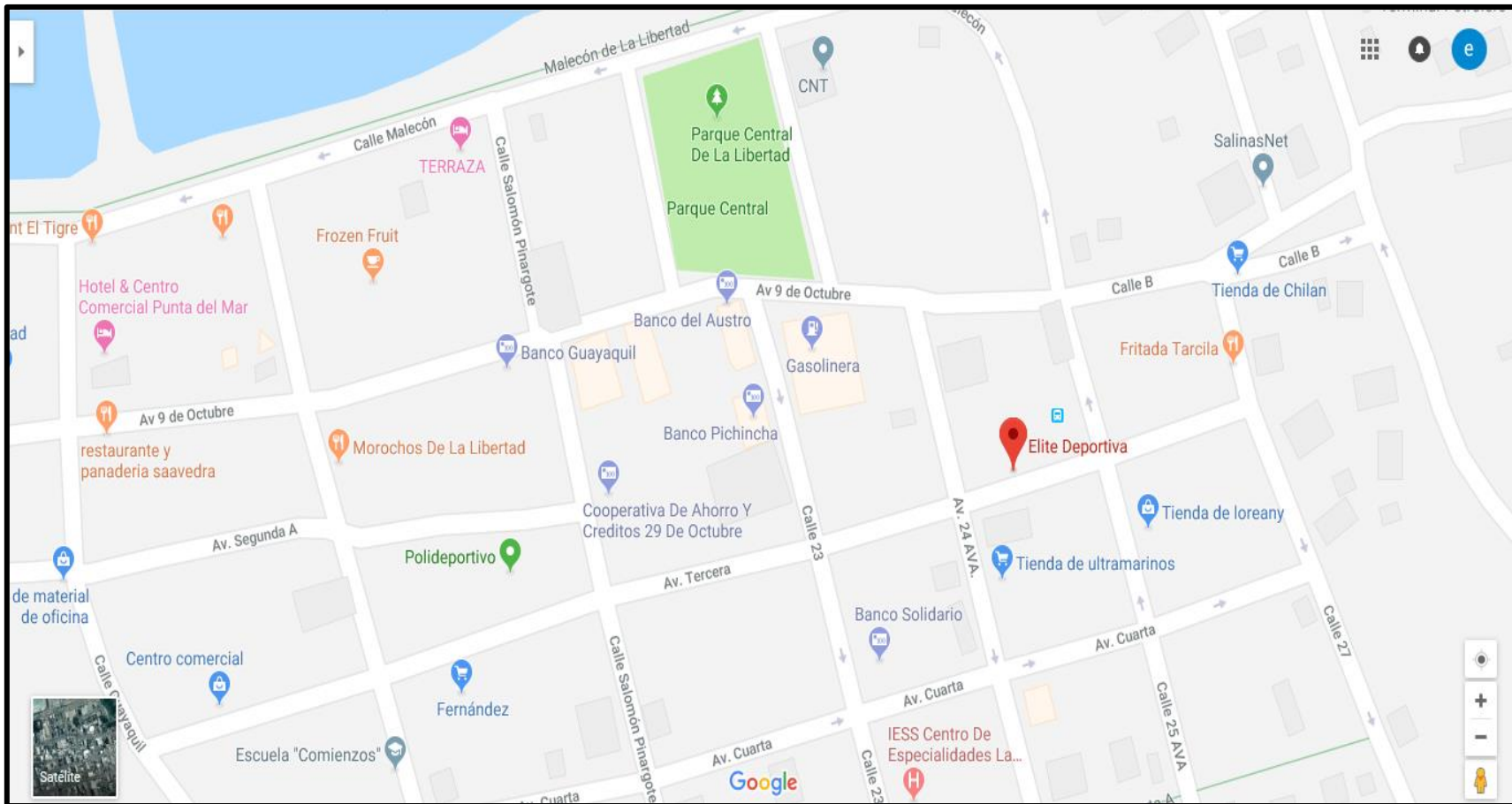
Textil sport se va a constituir como una organización de Responsabilidad Limitada (CIA. LTDA.), cuyo objeto social será la elaboración y comercialización de ropa deportiva, ofreciendo al mercado una gama de productos de calidad, fabricado por personas con vastos conocimientos y experiencia dentro de esta rama. De conformidad a lo dispuesto en la ley de compañías.

Ubicación y tamaño de la microempresa.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA estará ubicada en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena específicamente en la Av. 9 de octubre y av. 24 AVA se escogió esta localidad por ser un sitio estratégico, donde se concentra la mayor parte de la actividad comercial dedicada a la comercialización de ropa deportiva, que muy a menudo es visitada por las personas. Es muy importante generar una microempresa en un sitio estratégico y comercial, puesto que se obtiene una mejor perspectiva, y básicamente a simple vista va hacer rentable con el simple hecho de estar ubicado en el casco comercial de una provincia como lo es el cantón la libertad considerada como casco económico de la provincia de santa Elena.

La microempresa como tal, es un nuevo ente dentro del mercado, con ello se verá reflejado la generación de nuevos procesos de ventas, el cual con el pasar de los días va ir mejorando, también se considera relevante el mejoramiento del ámbito de la gestión, pues va a permitir el correcto manejo de la microempresa. Por lo expuesto. Se considera oportuno una correcta ubicación estratégica de TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Con la finalidad que aporte con desarrollo de la misma, en un tiempo óptimo.

Figura 1: Localización



Fuente: Google maps
3.4.1.2. Análisis FODA.

Cuadro 4: Análisis FODA.

3.5.1.4. Análisis FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">➤ Amplia experiencia en el ramo por parte del autor. (promotor).➤ Personal de apoyo experimentado y con amplio conocimiento en la fabricación de ropa deportiva.➤ Precios competitivos➤ Conocimientos en gestión empresarial.➤ Ubicación estratégica.➤ Amplio portafolio de productos	<ul style="list-style-type: none">➤ Empresa ubicada en la capital económica de la provincia.➤ Canales de distribución existentes.➤ Accesos a créditos.➤ Amplia cultura en la práctica deportiva. (futbol, indor, básquet, etc.)➤ Potenciales convenios empresariales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">➤ Dificultad para encontrar proveedores de materia prima.➤ No ser reconocidos en el mercado.➤ Acceso a nuevas tecnologías, en el arte del estampado de las prendas deportivas.	<ul style="list-style-type: none">➤ Comerciantes mayoristas y minoristas.➤ Marcas posicionadas en el mercado.➤ Fidelidad de los clientes hacia una empresa.

Fuente: FODA.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.5.1.5. Matriz Estratégica FODA.

Cuadro 5: Matriz FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1) Existencia de canales de comunicación para la publicidad del producto 2) Entidad bancaria para financiar el proyecto. 3) Demanda existente. 4) Programas ofertados por el gobierno para exportar el producto. 5) Precios elevados de la competencia.	1) Comerciantes mayoristas y minoristas. 2) Marcas posicionadas en el mercado. 3) Rechazo de los clientes. 4) Fidelidad de los clientes hacia una empresa. 5) Inflación de precios.
1) Productos elaborados por personas con experiencia y conocimientos 2) Precios accesibles. 3) Proyecto rentable, según análisis VAN Y TIR. 4) Estrategias de comercialización 5) Producto de exportación.	1) F1; O3: Ofrecer productos de calidad. 2) (F2; O5). Mantener un precio estable. 3) (F3; O2). Presentar el proyecto a la entidad bancaria para acceder al financiamiento. 4) (F4; O1). Aplicar estrategias de comercialización para posicionar el producto. 5) (F5; O4). Exportar el producto a través de los programas que ofrece el gobierno.	1) (F1; A1): Ofertar los productos a dueños de locales comerciales 2) (F4; A4): Aplicar estrategias de comercialización para fidelizar a los clientes. 3) (F2; A5): Mantener una estabilidad en el precio. 4) (F5; A2): Posicionar la marca “TEXTIL SPORT” en el mercado. 5) (F3; A3): Determinar la segmentación de mercado.
1) Dificultad para encontrar proveedores de materia prima. 2) Dificultad para acceder a fuentes de financiamiento. 3) No ser reconocidos en el mercado. 4) Escasa implementación de Tecnología. 5) Escasa experiencia en la comercialización de calzado.	1) (D1; O5): Contar con proveedores de materia prima. 2) (D2; O2): Financiar el proyecto mediante un préstamo bancario. 3) (D3; O4): Acceder a programas del gobierno para comercializar el producto. 4) (D4; O1): Crear cuentas oficiales de la empresa a través de las redes sociales. 5) (D5; O3): Capacitar al personal de venta para la buena atención al cliente.	1) (D3; A1): Realizar alianzas estratégicas con mayoristas y minoristas para que distribuyan el producto. 2) (D4; A4): Realizar promociones para fidelizar a los clientes. 3) (D1; A5) Determinar un precio factible para la venta del producto final. 4) (D2; O3): Determinar la rentabilidad del proyecto, es decir, su viabilidad. 5) (D5; O2): Comercializar la ropa deportiva en el mercado local.

Fuente: Análisis FODA.

Elaborado por: El autor

3.5.2. Filosofía empresarial.

3.5.2.1. Misión.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva, con la finalidad de satisfacer las necesidades en el mercado de ropa, brindando prendas deportivas de calidad, para ello cuenta con un personal capacitado, comprometido con la mejora continua de la microempresa.

3.5.2.2. Visión.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA en los próximos diez años posicionarnos como una empresa fabricante y comercializadora de ropa deportiva líder en el territorio peninsular, reconocida por la gama de productos de calidad ofrecidos, precios accesibles y diversificación de diseños y modelos de prendas, generando de esta manera empleo en la provincia de santa Elena.

3.5.2.3. Objetivos.

3.5.2.3.1. Largo plazo.

- Ser una empresa de ropa deportiva reconocida a nivel nacional.
- Apertura de agencias y representaciones tanto a nivel local, provincial y nacional, contando con nuevos locales tanto en el cantón Salinas como en el cantón Santa Elena.
- Aumentar la participación en el mercado cantonal de forma representativa.

3.5.2.3.2. Mediano plazo.

- Diversificar la cartera de productos, introduciendo al mercado nuevos accesorios como: implementos deportivos. Para que el cliente visite constantemente el punto de venta y con ello generar nuevos ingresos para la microempresa.
- Adquirir máquinas industriales y sublimadoras que permitan obtener productos de alta calidad, innovando el proceso productivo de la empresa. Y a la vez se pueda contar con una ventaja competitiva.
- Realizar alianzas estratégicas con dirigentes de centros comerciales de la provincia de Santa Elena, para generar mayores ingresos.

3.5.2.3.3. Corto plazo.

- Emplear estrategias de comercialización, para de esta manera tener mayor demanda.
- Aplicar estrategias de marketing, que permitan una efectiva comunicación entre la empresa, sus clientes y potenciales clientes.
- Administrar de manera adecuada la empresa, con la finalidad de tener una permanencia duradera en el mercado peninsular, mediante la correcta toma de decisiones.

3.5.2.4. Ventajas competitivas.

La comercialización de ropa deportiva se convierte en una ventaja importante de la microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA, debido a que en el mercado local se

ofrece ropa deportiva de poca durabilidad y a precios muy elevados. Es por esta razón que, el producto a ofrecer tiene como finalidad satisfacer completamente las necesidades de los clientes. Ya que la microempresa está en la capacidad de ofrecer un portafolio de productos adecuados, tanto en calidad y precios. Donde resaltan:

- Ropa deportiva peninsular.
- Precios accesibles para los clientes.
- Variedad de diseños de ropa deportiva.
- Producto de calidad.
- Elaborado por personas con conocimientos y experiencia en esta actividad.

3.5.3. Mercado.

3.5.3.1. Objetivos del mercado.

- Realizar un análisis de la competencia en el mercado para conocer las acciones y estrategias que estas empresas aplican para la venta de sus productos.
- Determinar el consumo aparente del producto en el mercado, a través del análisis realizado en la encuesta aplicada.
- Determinar las estrategias de comercialización óptimas para la microempresa, con el fin de que la ropa deportiva tenga la aceptación esperada.

3.5.3.2. Análisis de la situación actual del Mercado.

El Mercado de la provincia de Santa Elena se encuentra copado de locales comerciales entre ellas tenemos a las empresas que se dedican a la venta de ropa deportiva, sea al por mayor o menor. Uno de los problemas que se presenta es que

este producto no es tan comercializado en el mercado peninsular, debido a la escasa publicidad que se maneja, lo que impide que el cliente conozca que, dentro de la provincia de Santa Elena, se confeccionan prendas deportivas por artesanos a un precio accesible para el consumidor.

Los clientes buscan satisfacer sus necesidades y para ello consideran ciertos factores importantes antes de adquirirlos: calidad, precio, diseño, entre otros. Una vez que han tenido en cuenta lo antes mencionado, toman la decisión final, de adquirir o no. Es por ello que, la empresa “TEXTIL SPORT” CIA. LTDA., busca cumplir con estas exigencias.

3.5.3.3. Tamaño del Mercado.

Actualmente la provincia de Santa Elena cuenta con instituciones de recreación deportivas o también conocidas como escuelas de futbol, públicas y privadas, donde acuden niños, jóvenes y adultos quienes tienen la oportunidad de formarse día a día, desarrollando su capacidad intelectual y física, preparándolos de esta manera como jóvenes saludables y con vocación de deportistas.

Es aquí donde se pretende aprovechar el lanzamiento la ropa deportiva netamente peninsular para que los jóvenes y adultos en general, tengan la oportunidad de lucir ropa de calidad, que vaya acorde a los gustos y preferencias actuales en cuanto a moda, precio y duración.

Para el presente proyecto de emprendimiento, el mercado potencial está conformado por la población de niños, jóvenes y adultos de la provincia de Santa

Elena, pues son estos quienes pueden demandar del calzado a ofrecer, y a su vez, se convierten en clientes potenciales para la empresa que se pretende crear.

3.5.3.4. Segmentación del Mercado.

La segmentación estará dada de la siguiente manera:

➤ Jóvenes y adultos (16 años en adelante).

Está compuesto por jóvenes de sexo femenino y masculino en edad de 16 años en adelante que básicamente se dediquen a la práctica de algún deporte. Hay que considerar que no todos los jóvenes están en la capacidad económica para adquirir ropa deportiva, pues a esta edad aun dependen económicamente de sus padres, pero sin embargo son considerados clientes potenciales. El producto se dirige hacia este segmento puesto que, en esta etapa los jóvenes y adultos eligen su forma de vestir y sobre topa la ropa deportiva que desean lucir, de acuerdo a sus gustos y preferencias. Por tal razón, la microempresa desea destinar al mercado provincial ropa deportiva a la moda, según las tendencias que se presenten en el entorno.

3.5.3.5. Ingreso mensual aproximado.

Es de conocimiento general que, la mayoría de adolescentes no perciben un sueldo mensual fijo, dependen aún de sus padres de familia o representantes legales. En cambio, una persona adulta tiene la posibilidad de optar por buscar una fuente generadora de ingreso, que lo ayude al sustento diario. Las personas que reciban reciben un ingreso económico mensual mayor al Salario Básico Unificado (SBU), es decir, mayor a \$386,00 (tres cientos ochenta y seis) dólares, están en capacidad

de adquirir este tipo de productos, los clientes tendrán la oportunidad de escoger dicho producto, satisfaciendo las necesidades existentes.

3.5.3.6. Consumo aparente.

Las personas que habitan en la provincia de Santa Elena, tienen la necesidad de vestirse, y sobre todo en adquirir ropa deportiva para la práctica de deportes, mismos que pueden ser comprados en el cantón Santa Elena, La Libertad o Salinas, o en otras ciudades del país, dependiendo del lugar más cercano o el más agradable para cada uno de ellos.

Por tal razón, es necesario determinar el consumo aparente de la ropa deportiva, lo que permita a la microempresa “TEXTIL SPORT” comercializar de mejor manera el producto, conociendo las cantidades exactas a ofertar en el mercado y la aceptación que estos tendrán. Para determinar el consumo aparente se ha considerado la siguiente pregunta planteada en la encuesta: ¿Cada cuánto tiempo adquiere ropa deportiva?

Cuadro 6: Consumo Aparente.

FRECUENCIA DE COMPRA	N° DE PERSONAS	COMPRA ANUAL
Quincenal	140	3360
Mensual	145	1740
Trimestral	53	159
Semestral	29	58
Anual	16	32
CONSUMO APARENTE	383	5349

Fuente: Encuesta realizada a la PEA de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual

Se obtuvo como resultado que el consumo aparente de ropa deportiva en un año es de 5.349 prendas, de acuerdo a la opinión de los encuestados que han sido sometidas a este instrumento de recolección de datos, lo cual representa la frecuencia de compra del total de personas, las mismas que han sido objeto de estudio. Este dato es de suma importancia ya que servirá como punto de partida para establecer cuál será el volumen de venta para la empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA.

El consumo aparente para la microempresa se lo realizó en base a las proyecciones financieras que se tiene, ya que es un promedio de consumo por parte de los clientes, es decir promedio de ropa deportiva que van adquirir los clientes potenciales dentro mercado peninsular, es lo que la microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA, pretende cubrir, con prendas innovadoras y cómodas, con la finalidad que los deportistas se sientan a gusto con las prendas que utilicen cuando practiquen algún deporte, a su vez también se fomenta la producción artesanal del cantón la libertad y toda la provincia de Santa Elena.

Dicha información nos ayudara, a tener una perspectiva de la producción de la ropa deportiva, ya que a través de números ya dados, la microempresa producirá la demanda correcta de los productos, se utilizara recursos de manera responsable y optima, con ella se obtendrá mejores beneficios para los consumidores y para quienes colaboren en la microempresa, el consumo aparente para muchas empresas es primordial ya que mediante este proceso no se desperdician recursos y aun mejor se aprovechan al máximo los recursos que se tiene.

3.5.3.7. Participación de la competencia en el mercado.

Cuadro 7: Participación de la competencia en el mercado.

Marca	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?
	Alta	Regular	Poca			
Adidas	X			Deportistas	Comodidad, calidad y variedad de productos.	Centros comerciales, tiendas de ropa.
Nike	X			Deportistas	Durabilidad, calidad, formalidad y exclusividad.	Centros comerciales, almacenes, tiendas de ropa.
Marathon		X		Deportistas	Precios accesibles, elegancia, formalidad y variedad de productos.	Centros comerciales, tiendas de ropa.

Fuente: Análisis de la competencia en el mercado.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

La participación de la competencia en el mercado para la nueva microempresa juega un papel muy importante, ya que mediante el análisis a estas empresas se tomarán en cuenta ciertas falacias que serán tomadas para mejorarlas y así ganar mercado. Las principales marcas que compiten en prendas deportivas son Adidas y Nike a nivel nacional y en el mercado local tenemos a Marathon, empresas que predominan en el mercado.

3.5.3.8. Marketing mix.

Diseño y desarrollo del producto.

Producto.

Se pretende ofertar al mercado de la provincia de Santa Elena prendas de ropa deportiva de calidad, fabricado por personas con arte peninsular y distribuido en todo el territorio peninsular, con el fin de que los clientes tengan la oportunidad de conocer el producto y adquirirlo.

Cuadro 8: Líneas de prendas deportivas.

ROPA DEPORTIVA	
CAMISETAS	PANTALONETAS
	
CHOMPAS	CALENTADORES
	
POLINES	
	

Fuente: Línea de prendas deportivas

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual

Marca.

La empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Lanzará al mercado de ropa deportiva la marca TEXTIL SPORT, la cual llegará al mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

Figura 2: Logotipo



Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual

3.5.3.9. Determinación del precio.

Precio.

Se determinó el precio mediante las fórmulas de costo.

Cuadro 9: Determinación del precio.

PRENDAS	PRECIO
Camisetas	\$ 6,5
Pantalinetas	\$ 5,2
Pares de medias	\$ 1,5
Calentadores	\$ 8,0
Chompas	\$ 9,4

Fuente: Línea de prendas deportivas

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual

Plaza o Distribución (Estrategias de comercialización).

Puntos de Venta.

TEXTIL SPORT CIA LTDA, estará ubicada en el casco comercial del cantón La Libertad, donde se ubicará el principal punto de venta de los productos.

La microempresa ha considerado contar con los siguientes canales de distribución:

- **Redes sociales:** A través de la creación de una página de facebook institucional la microempresa dará a conocer los diferentes productos que ofrecerá, tallas, precios. La dirección de la página de facebook es la siguiente: textil sport
- También es importante considerar que se creará una cuenta en Facebook, para promocionar los productos ya que esta red social tiene millones de usuarios Cuenta en Facebook: Textil Sport.
- **Mayoristas y Minoristas:** Personas que actualmente sean dueños o propietarios de un local en el centro comercial Buenaventura Moreno, puesto que ahí se concentran la mayoría de puntos de venta del cantón.

Comunicación (Publicidad).

Para que los clientes tengan la oportunidad de conocer el calzado escolar a ofrecer en el mercado peninsular, se utilizarán los siguientes medios de comunicación:

- Distribuir tarjetas de presentación dentro del casco comercial de la provincia.
- Creación de una página de Facebook de la microempresa.

- Utilización de una cuña radial en la emisora “Genial FM”, siendo esta una de las más acogidas por los encuestados.

Cuadro 10: Cuña radial.

Emisora	Dial	Horario	Días	Frecuencia
Genial	106.9	08h00 – 10h00	Sábados	4 veces al mes

Fuente: Cuña Radial.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Promoción.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Utilizará las siguientes estrategias de promoción con la finalidad de fidelizar a los clientes por la compra del producto. Entre las cuales se encuentran:

Descuentos: Por la compra de equipo deportivo completo, se aplica el 5% de descuento.

Obsequios: Reconocer la fidelidad de nuestros clientes a través de obsequios como tazas sublimadas con el logotipo de la empresa. Dichos obsequios se entregarán en aniversario de la microempresa o en festividades como navidad.

3.6. Proceso de producción.

3.6.1. Objetivos del área de producción.

- Utilizar insumos de alta calidad para obtener un producto final óptimo que garantice la comodidad de nuestros clientes al momento de realizar deportes.
- Definir los insumos necesarios para la operación de la microempresa.

- Obtener mano de obra especializada y necesaria para la fabricación de prendas deportivas.






3.6.2. Descripción del proceso de producción.

TEXTIL SPORT, es una microempresa que tiene como fin ofrecer productos de calidad, utilizando mano obra especializada, de tal manera que el proceso de producción consiste en.

- Busca contacto con proveedores de telas.
- Analiza oferta de proveedores de teles con garantía
- Compra de telas.
- Fabricación de prendas deportivas.
- Pintado de prendas deportivas, sublimación o estampado.

3.6.3. Diagrama de flujo de producción y entrega del bien.

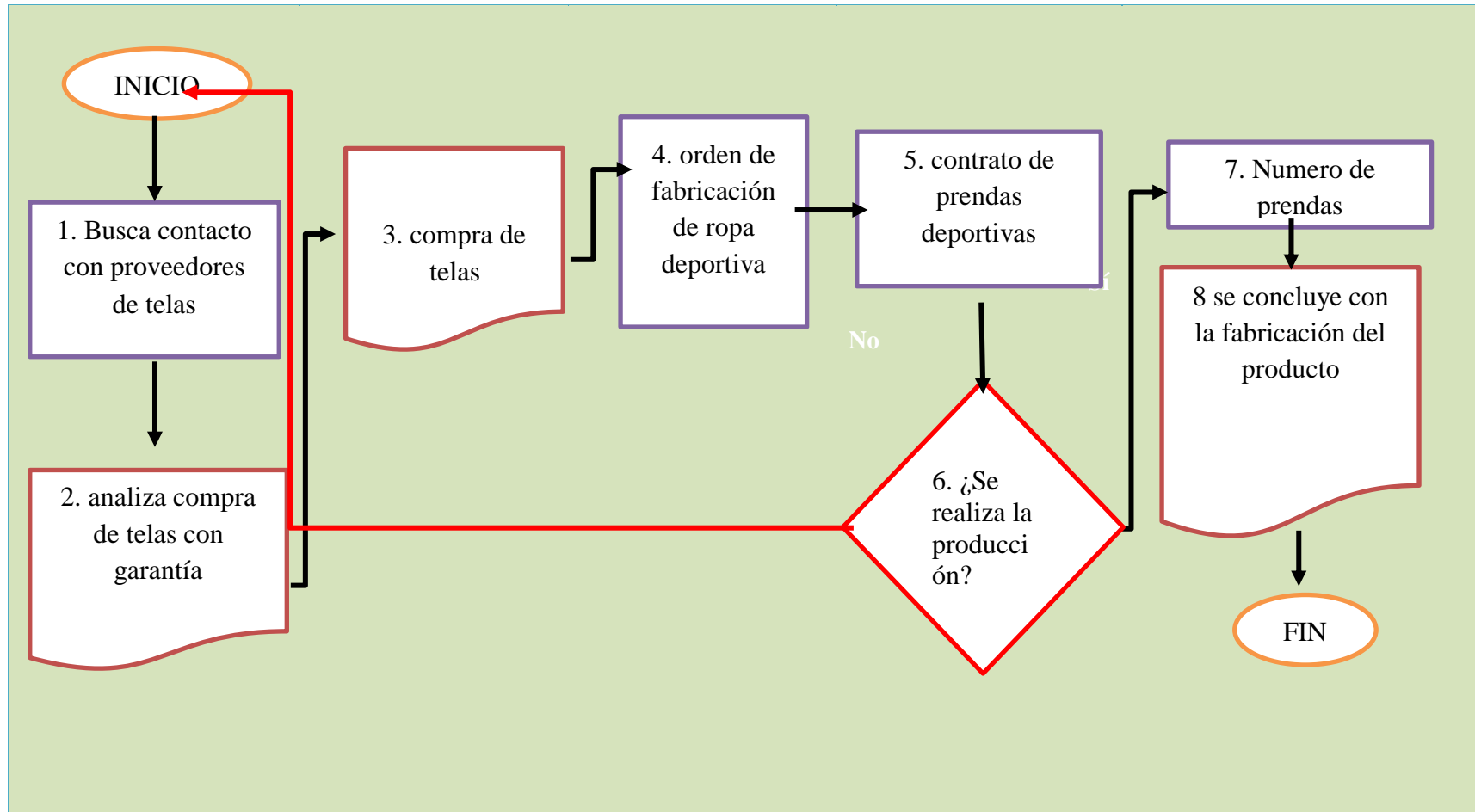
Cuadro 11: Simbología de los flujogramas.

Símbolo	Significado
	Indica el inicio y fin del proceso o flujo
	Actividad a realizar por una o varias personas
	Representa algún documento que se utilice en el proceso
	Toma de decisión
	Indica la relación que existe de un proceso a otro

Fuente: Simbología de los Flujogramas.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Figura 3: Flujograma del proceso de producción.



Fuente: Flujograma del proceso de producción.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.6.4. Identificación de proveedores.

Es importante considerar que, TEXTIL SPORT CIA. LTDA contará con proveedores de la ciudad de Guayaquil, debido a que ofrecen materias primas a bajos costos a diferencias de los proveedores de telas en la península.

Cuadro 12: Identificación de proveedores.

Proveedor	Producto	Contacto	Dirección
Almacenes de telas Rosita	Telas para ropa deportiva	Propietaria, Sra. Rosita Yagual	Guayaquil barrio 9 de octubre
Almacenes de tela Boyacá	Telas para ropa deportiva	Propietaria, Sra. Angélica Sotomayor	Guayaquil barrio 9 de octubre
Maquinas Hidalgo	Provee maquinarias e insumos como hilos	Propietario, Sr. Federico hidalgo	Guayaquil barrio 9 de octubre
Pinturas solmac	Pinturas para sublimación y estampados	Propietario, Sr. Ángel Núñez	Guayaquil barrio 9 de octubre

Fuente: Proveedores de materia prima.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.6.5. Equipos a utilizar y características.

Cuadro 13: Equipos a utilizar y características.

Equipos a utilizar	Características
<p>Máquina overlock</p> 	<p>Sirve como herramienta de costura para la fabricación de prendas.</p>
<p>Maquina recubridora</p> 	<p>Sirve como maquinaria de costura para la fabricación de prendas, existen industriales y caseras</p>
<p>Máquina costura recta</p> 	<p>Sirve como maquinaria de costura para la fabricación de prendas, existen industriales y caseras.</p>
<p>sublimadora</p> 	<p>Sirve para imprimir diseños hechos en programas de cómputo, la impresión se la realiza en telas.</p>
<p>Plancha térmica</p> 	<p>Permite el secado rápido de prendas húmedas por la implantación de estampados.</p>

Fuente: Equipos a utilizar y sus características.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.6.6. Diseño y distribución de planta y oficina (Layout).

Figura 4: Diseño y distribución de planta y oficina.



Fuente: Diseño y distribución de la planta y oficina.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual

3.6.7. Cronograma de producción.

Cuadro 14: Cronograma de producción.

Actividades	Detalles	Periodo
Selección del local, Adecuaciones del local y tecnificación	Acuerdos de alquiler y contratos, Compra de maquinaria, y equipamiento, arreglos del local, decoración, adecuación de las instalaciones	Marzo – abril 2009
Selección de personal	Etapas de selección y reclutamiento del personal	Mayo 2009
Operación – apertura del local	Operaciones Capital de trabajo inicial	Junio 2009

Fuente: cronograma de actividades.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7. Organización.

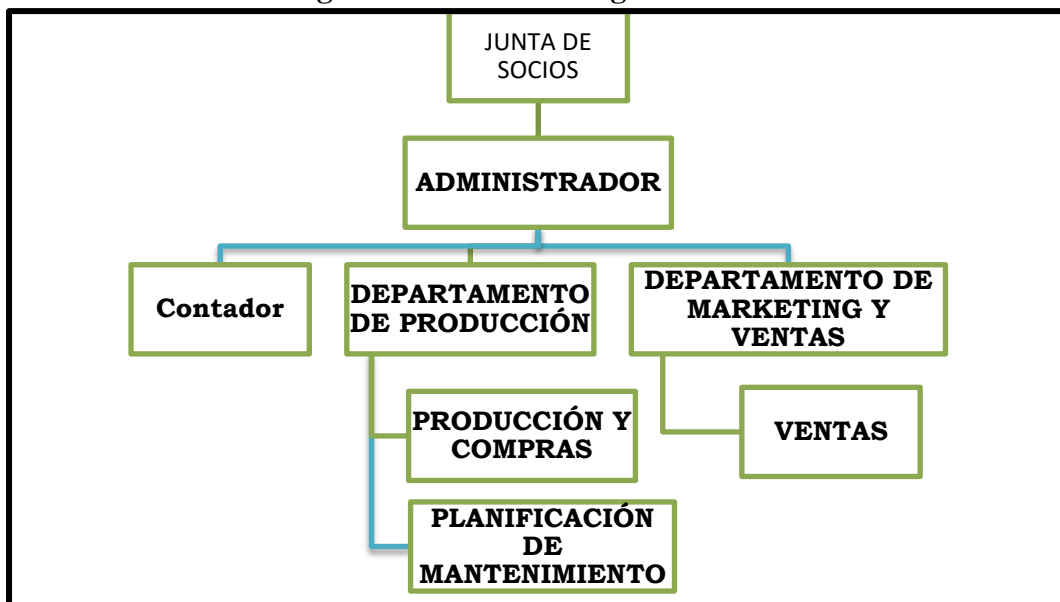
3.7.1. Objetivos del área de organización.

- Especificar las actividades a desempeñar por parte de los colaboradores de la empresa mediante la elaboración de manuales de funciones.
- Determinar el puesto de trabajo a cada colaborador de acuerdo a los conocimientos y habilidades que éste posee.
- Determinar la estructura organizacional óptima para el tipo de empresa que se desea crear.
- Crear un ambiente laboral agradable, donde el personal se sienta a gusto y desempeñe sus funciones de manera eficiente.

3.7.2. Estructura Organizacional.

Organigrama.

Figura 5: Estructura organizacional.



Fuente: Organigrama de TEXTIL SPORT CIA. LTDA
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.2.1. Manual de funciones.

Cuadro 15: Manual de funciones del Administrador.

TEXTIL SPORT	
Denominación del cargo	Administrador
Dirige el cargo	
Dependencia	Junta Directiva
Supervisa a:	Departamento de ventas, Departamento de Compras y Contador.
REQUISITOS DEL CARGO	
Requisitos de Formación	Título profesional de Ingeniero Comercial o Administrador Público.
Requisitos de Experiencia	5 años de experiencia en las áreas relacionadas
OBJETIVO DEL CARGO	
Coordinar y controlar las actividades administrativas de la empresa, mediante los procesos de planeación, organización, dirección y control, con la finalidad de fijar metas para cada área de la organización, que aporten a la consecución de resultados favorables para la empresa.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asegurar el cumplimiento de las políticas organizacionales mediante la supervisión de las actividades realizadas por los departamentos que conforman la empresa. ➤ Capacidad para la toma de decisiones inmediatas, velando por los intereses organizacionales... ➤ Realizar la planificación estratégica que ayude a la empresa a conseguir los objetivos organizacionales. ➤ Capacidad para comunicar los resultados alcanzados en un tiempo determinado, sean estos favorables o desfavorables. 	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 16: Manual de funciones del Director de Marketing y Ventas.

TEXTIL SPORT	
Denominación del cargo	Director Marketing y Ventas
Dirige el cargo	
Dependencia	Administrador
Supervisa a:	Vendedores
REQUISITOS DEL CARGO	
Requisitos de Formación	Título profesional de Ingeniero Comercial, o áreas relacionadas al Marketing.
Requisitos de Experiencia	3 años de experiencia.
OBJETIVO DEL CARGO	
Elaborar, coordinar y supervisar las tareas a realizar por parte del equipo vendedor para alcanzar la meta establecida, lo que permita a la empresa vender el producto que ofrece al mercado, generando así rentabilidad económica.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buscar nuevos clientes en el mercado local, que permita ofertar una mayor cantidad de productos. ➤ Realizar alianzas estratégicas con empresas reconocidas en el medio local, para colocar pequeños stands, donde se exhiba el producto a los clientes. ➤ Elaborar los pronósticos de ventas correspondientes que permita conocer la cantidad de productos a ofrecer en un periodo determinado, sea este diario, semanal o mensual. ➤ Organizar de manera adecuada las rutas a recorrer por parte del distribuidor, lo que permita optimizar su tiempo de trabajo. ➤ Supervisar las acciones o tareas desarrolladas por el equipo vendedor. ➤ Búsqueda de proveedores de calzado escolar y cajas para calzados. 	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 17: Manual de funciones del Vendedor/es.

TEXTIL SPORT	
Denominación del cargo	Vendedor/es.
Dirige el cargo	
Dependencia	Director de Marketing y ventas.
REQUISITOS DEL CARGO	
Requisitos de Formación	Título profesional de Ingeniero en Marketing y Ventas, y áreas a fines.
Requisitos de Experiencia	3 años de experiencia.
OBJETIVO DEL CARGO	
Establecer un nexo entre el cliente y la empresa, mediante la comunicación directa, que admita mantener el vínculo con clientes ya existentes, y atraer clientes nuevos, alineados a los objetivos propuestos por el departamento de marketing.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Concretar la venta de los productos que la empresa ofrece, dando a conocer las características más importantes del producto que se está ofertando. ➤ Facilidad de palabra y correcta expresión, que permita despejar dudas y no confundir al cliente, atrayendo su interés hacia el producto ofrecido. ➤ Llevar un control de las ventas realizadas, sean estas: diarias, semanales o mensuales. ➤ Identifica las necesidades de los clientes para ofrecer un producto o servicio que satisfaga dicha necesidad. ➤ Amabilidad y empatía para con el cliente. 	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 18: Manual de funciones del Contador.

TEXTIL SPORT	
Denominación del cargo	Contador.
Dirige el cargo	
REQUISITOS DEL CARGO	
Requisitos de Formación	Título profesional de Contador Público o áreas a fines.
Requisitos de Experiencia	3 años de experiencia en las áreas relacionadas
OBJETIVO DEL CARGO	
Registrar, analizar y evaluar la información contable de la empresa mediante la elaboración de los Estados Financieros, dicha información debe ser completa y fidedigna, conforme a los principios y normas contables que se encuentran vigentes en el Ecuador.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar las actividades en torno a la función contable, de acuerdo a las normas y reglamentos estipulados por parte de los órganos reguladores, en cuanto a registros financieros. ➤ Encargado de elaborar las facturas para la venta de los productos. ➤ Elaborar los Estados Financieros proyectados para la empresa, lo que permita conocer si la empresa tendrá pérdidas o ganancias en un futuro. ➤ Facilitar la información financiera al Administrador, para que este se encargue de la correcta toma de decisiones, a partir de la revisión de dicha información. ➤ Elaborar los Estados Financieros con ética y responsabilidad, sin beneficiar a terceras personas con actos de corrupción. ➤ Presentar informes financieros cuando la Superintendencia de Compañías lo requiera. ➤ Realiza y proyecta el presupuesto de gastos de la empresa. ➤ Elabora informes que le solicite el Administrador. 	

Fuente: Manual de funciones.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.2.2. Desarrollo del personal.

El desarrollo del personal es un proceso en el cual los trabajadores de una empresa adquieren nuevos conocimientos mediante capacitaciones otorgadas por la entidad a la cual pertenecen, con el fin de aplicarlos en el campo laboral, específicamente en el área donde estos se desenvuelven logrando así alcanzar las metas fijadas por cada departamento, siendo esta una inversión a largo plazo.

Por ello, la microempresa “TEXTIL SPORT” CIA. LTDA. al ser nueva en el mercado ha optado por darle prioridad a los vendedores, quienes serán los encargados de comunicarse de manera directa con los clientes, y que, para ello, deben poseer ciertas habilidades y técnicas de ventas, para lograr atraer al cliente para que forme parte de nuestra empresa.

Por tal razón, se ha visto la necesidad de implementar un plan de capacitación para los vendedores, que consta de las siguientes temáticas:

1. Tema Mentalidad.

- a. ¿Cómo desarrollar una mentalidad ganadora?
- b. Actitud mental positiva.
- c. Elementos de neuro-ventas.

2. Tema: Proceso de venta.

- a. Prospección.
- b. Presentación.
- c. Cierre de ventas.
- d. Atención al cliente.

3. Tema: Tipos de ventas.

- a. Ventas por teléfono.
- b. Ventas online.
- c. Ventas en redes sociales.

4. Tema: Habilidades de ventas.

- a. Lenguaje corporal.
- b. Cómo vender en público

Por medio de este plan de capacitación la empresa pretende que los colaboradores tengan los conocimientos suficientes para ponerlos en práctica al momento de vender el calzado escolar.

3.7.2.3 Políticas Institucionales.

➤ El horario será determinado por la empresa. Se toma en consideración el tiempo de una hora para el almuerzo. Es importante recalcar que, la empresa respetará los días festivos o feriados que se presentan a nivel nacional o local. Por lo tanto, el horario de trabajo queda especificado de la siguiente manera:

Cuadro 19: Horario de Trabajo.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
De 08h30 a 13h00	De 08h30 a 13h00	De 08h30 a 13h00	De 08h30 a 13h00	De 08h30 a 13h00	De 09h00 a 14h00	De 09h00 a 14h00
Almuerzo De 13h00 a 14h00	Almuerzo De 13h00 a 14h00	Almuerzo De 13h00 a 14h00	Almuerzo De 13h00 a 14h00	Almuerzo De 13h00 a 14h00		
De 14h00 a 17h30	De 14h00 a 17h30	De 14h00 a 17h30	De 14h00 a 17h30	De 14h00 a 17h30		

Fuente: Horario de trabajo.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

- Los colaboradores de la empresa deberán utilizar el uniforme respectivo.
- El horario de trabajo aplica para todos los colaboradores de la empresa, es decir, desde el personal administrativo hasta los vendedores.
- Mantener orden y limpieza en las distintas áreas de la empresa.
- Ofrecer trato cordial y ameno tanto con los clientes como con los proveedores.
- Los colaboradores serán asegurados al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) desde el primer día de trabajo, para que puedan gozar de los beneficios que brinda esta entidad.
- Actuar de manera ética y profesional en cuanto a la ejecución de sus actividades.
- Si existe algún problema o inconveniente por parte de un cliente, podrá entablar una conversación con el Administrador, buscando siempre alternativas de solución.

3.7.2.4. Marco Legal de la Organización.

La empresa “TEXTIL SPORT” se va a constituir como una compañía de responsabilidad limitada y para tal efecto, es necesario seguir una serie de requisitos legales para su correcto funcionamiento. Por ello, se deben cumplir los siguientes requisitos:

1. **Reservar un nombre:** El trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías, donde se verifica que no exista alguna otra empresa con el mismo nombre.
2. **Elaborar los estatutos:** Se cataloga como el contrato que regirá a la sociedad y es validado a través de la elaboración de una minuta por parte de un abogado.

3. **Elevar a escritura pública:** Se debe acudir ante un notario público, presentando los siguientes requisitos:

- Copias de cédulas y papeletas de votación de los socios de la empresa.
- Reserva del nombre de la empresa.
- Minuta de constitución de la empresa.
- Realizar pago de derechos en la Notaría.

4. **Aprobar el estatuto:** Se debe llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su debida revisión y aprobación, mediante una resolución.

5. **Publicar la noticia en un diario de amplia circulación:** La Superintendencia de Compañías entregará 4 (cuatro) copias de la resolución y un resumen para publicar dicha información en cualquier diario nacional.

6. **Obtener los permisos municipales:** Entre los principales requisitos municipales se encuentran:

Patente Municipal: Esta patente otorga el derecho que concede la Ley para una persona que crea un producto o brinda un servicio. Para su obtención, hay que acercarse al Municipio de La Libertad, presentando lo siguiente:

- Solicitud para la patente municipal.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Formulario de declaración para la obtención de la patente.
- Copia del contrato de arrendamiento del local y predio urbano al día.

- Copia de una planilla de servicios básicos.
- Copia del Permiso de Funcionamiento emitida por el Cuerpo de Bomberos.

Permiso Único de Funcionamiento Anual: Este documento se obtiene en el Municipio de La Libertad, llevando los siguientes requisitos.

- Dirección donde estará ubicada la empresa.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.

Permiso de la Dirección de Higiene Municipal: El documento es obtenido en el Hospital de La Libertad, debido a que en esta ciudad estará ubicada la empresa.

Para acceder a dicho documento se deben presentar los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Carné de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública: Se debe acudir a la Dirección Provincial de Salud Pública de Santa Elena, cumpliendo previamente los requisitos anteriores, presentando la información siguiente:

- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal del cantón La Libertad.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Carnet de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos: Es un documento proporcionado por la entidad antes en mención, que se basa en la inspección del establecimiento en el cual se van a realizar las actividades laborales, asegurando de

que éste cuente con los medios para prevenir y contrarrestar incendios que se puedan presentar en dicho lugar. Se lo obtiene en la Jefatura General del Cuerpo de Bomberos de La Libertad.

7. **Inscribir la Compañía:** Una vez obtenido los documentos antes mencionados, se debe acercarse al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la empresa, esta entidad es la encargada de inscribirla legalmente, donde constará el domicilio, la razón social, el capital, los estatutos, entre otros documentos habilitantes, que den por asentada la existencia de la empresa, de igual manera como su desaparición. Se deben presentar los siguientes requisitos:

- (tres) copias de las escrituras de constitución de la empresa.
- El pago de la patente municipal.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas comparecientes.
- Certificado de inscripción que lo otorga el Municipio.
- La publicación del extracto en un diario de circulación nacional.

8. **Realizar la Junta General de socios:** En esta reunión se debe nombrar a los representantes legales de la empresa (presidente, gerente, administrador, etc.), según lo estipulado en los estatutos.

9. **Obtener los documentos habilitantes:** Una vez que la empresa haya sido inscrita en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para obtener el RUC de la empresa.

10. **Inscribir el nombramiento del representante:** Este trámite se realiza en el Registro Mercantil, y se basa en la inscripción del administrador de la empresa, que

fue designado en la reunión de la Junta General de Accionistas. Se debe realizar en un plazo de 30 días presentando los siguientes requisitos:

- Tres copias de los nombramientos.
- Una copia de la escritura de constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del presidente y Gerente.

11. Obtener el RUC: Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y su objeto es proporcionar información de la empresa ante la Administración Tributaria. El trámite para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se debe realizar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), presentando lo siguiente:

- Formulario debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de todos los socios.
- En el caso de ser necesario, presentar una carta de autorización del representante legal, expresando estar de acuerdo en el trámite que realiza la otra persona.

3.7.4. Finanzas.

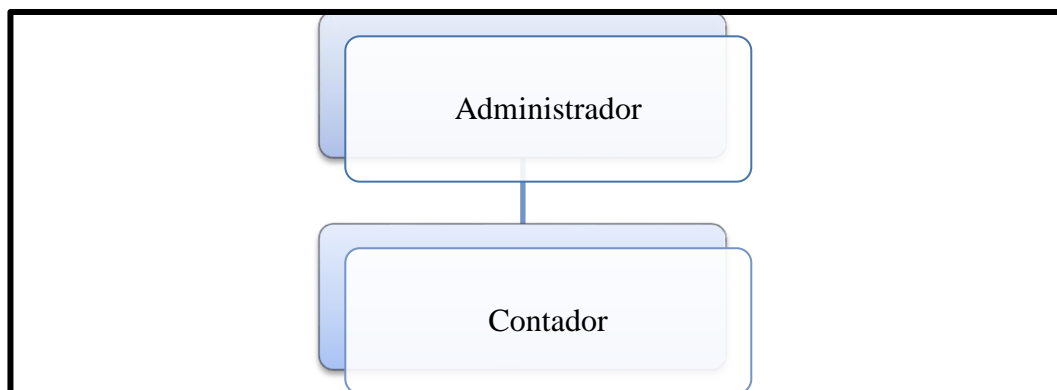
3.7.4.1. Objetivos del área de Finanzas.

- Determinar una rentabilidad oportuna para la microempresa “TEXTIL SPORT” CIA. LTDA. a través del estudio financiero.
- Determinar el precio de los productos a través de fórmulas de costo.

- Elaborar flujos proyectados para 5 años.
- Determinar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para la microempresa que permita conocer si es viable o no el proyecto a realizar.

3.7.4.2. Sistema contable de la Empresa.

Figura 6: Organigrama de la microempresa.



Fuente: Organigrama de la microempresa "TEXTIL SPORT".

Elaborado por: Edinson Apolinario.

La microempresa "TEXTIL SPORT" CIA. LTDA. Al principio no contara con un departamento financiero como tal, debido al presupuesto que se planea manejar. Sin embargo, a mediano plazo se aspira contratar un Director Financiero que sea el encargado de establecer objetivos para lograr el desarrollo de la empresa. Por el momento "TEXTIL SPORT" tendrá a su disposición a un contador, quien será el encargado de llevar el sistema económico de la empresa, cumpliendo reglamentos vigentes en el Ecuador.

El departamento financiero tendrá la finalidad de que los recursos que posee la empresa crezcan a un mediano plazo, además de que las maquinarias necesarias para el proyecto tengan un adecuado valor financiero, que no se exagere en las

compras de materias primas y que la producción que se genere debe recursos óptimos que hagan que la microempresa fluya dentro y fuera del mercado peninsular. Poniendo a la microempresa como un ente financiero que aporte con la economía del país.

3.7.4.3. Catálogo de cuentas.

Cuadro 20: Catálogo de cuentas.

Código	Cuenta/Nombre de la Cuenta
1	ACTIVO
1.1.	ACTIVO CORRIENTE
1.1.1.	DISPONIBLE
1.1.1.1.	Caja
1.1.1.2.	Fondo fijo
1.1.1.3.	Efectivo en tránsito
1.1.2.	EXIGIBLES
1.1.2.1.	Crédito tributario
1.1.2.2.	IVA pagado
1.1.3.	INVENTARIOS
1.1.3.1.	Inventario de productos terminados
1.1.3.2.	Inventario de materia prima directa
1.1.3.3.	Inventario de suministros y materiales
1.1.3.4.	Suministros de oficina.
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE (Propiedad, Planta y Equipo)
1.2.1	DEPRECIABLE
1.2.1.1.	Muebles y enseres
1.2.1.2.	Equipo de oficina
1.2.1.3.	Equipo de computación

1.2.2.	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
1.2.2.1.	(-) Depreciación acumulada de muebles y enseres
1.2.2.2.	(-) Depreciación acumulada de equipos de oficina
1.2.2.3.	(-) Depreciación acumulada de equipos de computación
2	PASIVOS
2.1.	CORRIENTE
2.1.1	Proveedores
2.1.2.	Cuentas por pagar
2.1.3.	Documentos por pagar
2.1.4.	15% participación de trabajadores
2.1.5.	22% impuesto a la renta
2.1.6	IESS por pagar
2.1.7.	Préstamo bancario
2.1.8.	Intereses por pagar
3	PATRIMONIO
3.1.	CAPITAL
3.1.1.	Participaciones
3.3.	RESULTADOS
3.3.1.	Utilidad del ejercicio
4.	INGRESOS
4.1.	VENTAS
4.1.1.	Productos
4.1.2.	Venta al contado
4.1.3	Venta a crédito
4.1.4	Utilidad bruta en ventas

5.	GASTOS
5.1.	Gastos de ventas
5.2.	Gastos administrativos
5.3.	Gastos financieros
5.4.	Gastos de constitución

Fuente: Catálogo de cuentas.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.4. Costos y gastos.

Costos de Producción: Los costos de producción son aquellos gastos que incurren en la fabricación de los productos. Para la empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA, la cual se va a dedicar a la comercialización de ropa deportiva, se consideró los siguientes rubros:

Materia Prima Directa: participan directamente en el proceso de producción:
Telas, Hilos

Costos Indirectos de Fabricación: Son los costos que la microempresa debe hacer para el debido proceso de comercialización, y que estos a su vez cumplan con su funcionamiento en el proceso de producción.

Costos de Distribución: Son los desembolsos que la empresa requiere para que el producto final llegue al mercado, específicamente al cliente. Se debe tomar en consideración los gastos de constitución, administrativos, de ventas y financieros que la organización necesita para lograr posicionarse en el mercado.

Cuadro 21: Costos y Gastos.

BASE DE DATOS PARA LA FABRICACION DE PRENDAS DEPORTIVAS										
N°	DETALLES	COSTO DE PRODUCCIÓN					COSTO DE DISTRIBUCIÓN			
		COSTO PRIMO		CIF			GA	GV	GF	GC
		MPD	MOD	MPI	MOI	OTROS CIF				
1	Tela poliéster (rollo)	\$ 420,00								
2	Tela elástica (Spandex) (rollo)	\$ 420,00								
3	Telas Licradas (rollo)	\$ 408,00								
4	Tela wix (deportiva) (rollo)	\$ 456,00								
5	Hilos para confección de medias			\$ 240,00						
6	Etiquetas			\$ 60,00						
7	Elástico			\$ 180,00						
8	Hilos			\$ 180,00						
9	Agujas			\$ 120,00						
10	Aceite para maquina			\$ 36,00						
11	Gastos de publicidad							\$ 375,00		
12	Gastos de constitución									\$ 658,00
13	Alquiler de local					\$ 1.200,00				
14	Suministros de oficina						\$ 377,40			
15	Servicio de Internet					\$ 300,00				
16	Intereses bancarios								\$ 6.380,39	
17	Servicio de Energía Eléctrica					\$ 480,00				
18	Servicio de Agua					\$ 60,00				
19	Servicio de Teléfono					\$ 240,00				
20	Mano de Obra		\$ 13.896,00							
21	Sueldos y Salarios						\$ 14.400,00	\$ 4.632,00		
TOTAL		\$ 1.704,00	\$ 13.896,00	\$ 816,00	\$ -	\$ 2.280,00	\$ 14.777,40	\$ 5.007,00	\$ 6.380,39	\$ 658,00

Fuente: Costos y Gastos.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.5. Capital social

Va direccionado al gasto que genera la microempresa, para solvencia de cada mes, se toman en cuenta diversos rubros, que dan un total de \$26.822,79. A continuación se refleja el detalle:

Cuadro 22: Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos Administrativos	\$14.777,40
Gastos de Ventas	\$ 5.007,00
Gastos Financieros	\$ 6.380,39
Costos Totales	\$ 658,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$26.822,79

Fuente: Capital social.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.6. Inversión Total.

La microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA necesita una inversión total de \$41.732,79 donde se considera el capital de trabajo y la inversión en activos fijos.

Para comprender de mejor manera se muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 23: Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL	
Inversión en Activos Fijos	\$ 14.910,00
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 26.822,79
INVERSION TOTAL	\$ 41.732,79

Fuente: Inversión Total.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.7. Financiamiento.

Para cubrir el valor de \$ 41.732,79 que representa la inversión de la microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA, es necesario considerar la aportación de socios, la

cual está dada por \$ 15732.29. Mientras que, se realizará un préstamo bancario de \$ 26.000,00 a la corporación financiera nacional (CFN), para cubrir el total de la inversión.

Cuadro 24: Financiamiento.

FINANCIAMIENTO		
Aportación de Capital	38%	\$ 15.732,79
Préstamos Bancario	62%	\$ 26.000,00
TOTAL		\$ 41.732,79

Fuente: Inversión Total.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.8. Aportación de capital.

Cuadro 25: Aportación de capital.

APORTACIÓN DE CAPITAL		
SOCIOS	%	\$
Socio 1	50%	\$ 7.866,40
Socio 2	50%	\$ 7.866,40
TOTAL	100%	\$ 15.732,79

Fuente: Aportación de capital.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.9. Amortización de la deuda.

La amortización hace referencia a la disminución de la deuda que realizara la microempresa, para poder operar en el mercado. Se refiere directamente al préstamo bancario que se va a realizar y los intereses que se deben destinar de manera anual. La entidad encargada de realizar el préstamo es la CFN. El valor del préstamo será de \$26.000,00 con una tasa de interés del 11.83%, a un plazo de 36 meses (3 años).

Cuadro 26: Tabla de Amortización.

TABLA DE AMORTIZACION - PRESTAMO BANCARIO				
BENEFICIARIO				
INSTIT. FINANCIERA				
MONTO EN USD		26.000,00		
TASA DE INTERES		12%		
PLAZO		3 años		
FECHA DE INICIO				
MONEDA		DOLARES	INTERÉS MENSUAL	<u>0,009858333</u>
AMORTIZACION		c/ mes	PAGOS FIJOS	<u>\$ 10.793,46</u>
Número de períodos		36		
No.	SALDO	INTERES	DIVIDENDO	PRINCIPAL
0	\$ 26.000,00			
1	\$ 18.282,34	\$ 3.075,80	\$ 10.793,46	\$ 7.717,66
2	\$ 9.651,67	\$ 2.162,80	\$ 10.793,46	\$ 8.630,66
3	\$ -	\$ 1.141,79	\$ 10.793,46	\$ 9.651,67
		\$ 6.380,39	\$ 32.380,39	\$ 26.000,00

Fuente: Amortización.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.10. Fijación de precios.

La fijación de precios está dada según el número de prendas fabricadas cada día, considerando en ellas costos fijos y variables para la determinación de los precios, en el caso de la microempresa que ofrecerá al mercado 5 prendas deportivas, entre ellas tenemos: camisetas con un precio de \$ 6,50; las pantalonetas con un precio al público de \$ 5,20; pares de media con un precio de \$ 1,50; calentadores con un precio de \$ 8,00 y chompas con un precio de \$ 9,40. A su vez también se tomó en consideración equipos completos para la práctica de deportes.

Cuadro 27: Fijación de precios.

NÚMEROS DE PRENDAS	CANTIDAD			PRECIO
	DIARIAS	MENSUALES	ANUAL	
Camisetas	16	480	5760	\$ 6,5
Pantalnetas	20	600	7200	\$ 5,2
Pares medias	70	2100	25200	\$ 1,5
Calentadores	13	390	4680	\$ 8,0
Chompas	11	330	3960	\$ 9,4
TOTALES NUMEROS DE PRENDAS	60	1800	21600	

Fuente: Fijación de precios.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 28: Fijación de precios.

	DIARIAS	MENSUALES	ANUAL	
PROMEDIO DE EQUIPOS DEPORTIVOS COMPLETOS	12	360	4320	
PRECIO PROMEDIO DE EQUIPO COMP (5 PIEZAS)				\$ 30,6
PRECIO PROMEDIO DE EQUIPO BASICO (3 PIEZAS .C-P-M)				\$ 13,2
PRECIO PROMEDIO DE EQUIPO BASICO (2 PIEZAS .CAL-C)				\$ 17,4

Fuente: Fijación de precios.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.11. Proyección de producción y ventas en unidades y dólares.

La proyección de ventas es considerada como una herramienta comercial que permite estimar las ventas en plazo determinado. La microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA, Se estimó proyecciones de producción y ventas de acuerdo a la fabricación de prendas en el diario vivir, considerando en incremento anual en ventas y producción del 15%.

Cuadro 29: Producción en unidades.

PRODUCCIÓN EN UNIDADES						
DESCRIPCIÓN	MENSUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisetas	480	5.760	6.624	7.618	8.760	10.074
Pantalinetas	600	7.200	8.280	9.522	10.950	12.593
Pares de medias	2.100	25.200	28.980	33.327	38.326	44.075
Calentadores	390	4.680	5.382	6.189	7.118	8.185
Chompas	330	3.960	4.554	5.237	6.023	6.926
TOTAL	1.800	21.600	24.840	28.566	32.851	37.779

Fuente: Producción en unidades.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 30: Producción en Dólares.

PRODUCCIÓN EN DÓLARES						
DESCRIPCIÓN	MENSUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisetas	\$ 3.116,00	\$ 37.392,00	\$ 43.000,80	\$ 49.450,92	\$ 56.868,56	\$ 65.398,84
Pantalinetas	\$ 3.116,00	\$ 37.392,00	\$ 43.000,80	\$ 49.450,92	\$ 56.868,56	\$ 65.398,84
Pares de medias	\$ 3.116,00	\$ 37.392,00	\$ 43.000,80	\$ 49.450,92	\$ 56.868,56	\$ 65.398,84
Calentadores	\$ 3.116,00	\$ 37.392,00	\$ 43.000,80	\$ 49.450,92	\$ 56.868,56	\$ 65.398,84
Chompas	\$ 3.116,00	\$ 37.392,00	\$ 43.000,80	\$ 49.450,92	\$ 56.868,56	\$ 65.398,84
TOTAL	\$ 12.464,00	\$149.568,00	\$ 72.003,20	\$197.803,68	\$227.474,23	\$261.595,37

Fuente: Producción en dólares.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 31: Ventas en unidades.

VENTAS EN UNIDADES							
DESCRIPCIÓN		MENSUALES	VENTA AÑO 1	VENTA AÑO 2	VENTA AÑO 3	VENTA AÑO 4	VENTA AÑO 5
Camisetas		456	5.472	6.293	7.237	8.322	9.571
Pantalinetas		570	6.840	7.866	9.046	10.403	11.963
Pares medias	95%	1.995	23.940	27.531	31.661	36.410	41.871
Calentadores		371	4.446	5.113	5.880	6.762	7.776
Chompas		314	3.762	4.326	4.975	5.722	6.580
TOTAL		1.710	20.520	23.598	27.138	31.208	35.890

Fuente: Ventas en unidades.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 32: Venta en dólares.

VENTA EN DÓLARES							
DESCRIPCIÓN		MENSUALES	VENTA AÑO 1	VENTA AÑO 2	VENTA AÑO 3	VENTA AÑO 4	VENTA AÑO 5
Camisetas		\$ 2.960,20	\$ 35.522,40	\$ 40.850,76	\$ 46.978,37	\$ 54.025,13	\$ 62.128,90
Pantalnetas		\$ 2.960,20	\$ 35.522,40	\$ 40.850,76	\$ 46.978,37	\$ 54.025,13	\$ 62.128,90
Pares medias	95%	\$ 2.960,20	\$ 35.522,40	\$ 40.850,76	\$ 46.978,37	\$ 54.025,13	\$ 62.128,90
Calentadores		\$ 2.960,20	\$ 35.522,40	\$ 40.850,76	\$ 46.978,37	\$ 54.025,13	\$ 62.128,90
Chompas		\$ 2.960,20	\$ 35.522,40	\$ 40.850,76	\$ 46.978,37	\$ 54.025,13	\$ 62.128,90
TOTAL		\$ 11.840,80	\$ 142.089,60	\$ 163.403,04	\$ 187.913,50	\$ 216.100,52	\$ 248.515,60

Fuente: Ventas en dólares.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.12. Estado de Resultados Projectado.

Se o conoce también como el Estado de Pérdidas y Ganancias, muestra la manera cómo se obtuvo el resultado del ejercicio en un periodo determinado, a través de los Ingresos y Egresos que tendrá la empresa.

3.7.4.13. Flujo de Efectivo Projectado.

Se lo conoce también como Flujo de Caja, muestra la variación que existe mediante la entrada y salida del efectivo en un determinado periodo.

3.7.4.14. Balance General Projectado.

Es el documento contable que muestra los Activos, es decir con que bienes cuenta la microempresa, los Pasivos, donde se detalle los pagos que realizan en la microempresa y el Patrimonio o también conocido como Capital en él están inmersos las aportaciones de los socios.

Cuadro 33: Estados de Resultados.

ESTADOS DE RESULTADOS					
"TEXTIL SPORT"					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 32.089,60	\$ 33.403,04	\$ 57.913,50	\$ 76.100,52	\$ 78.515,60
(-) Costo de productos vendidos	\$ 18.696,00	\$ 21.500,40	\$ 24.725,46	\$ 28.434,28	\$ 32.699,42
(=) UTILIDAD EN VENTAS	\$ 13.393,60	\$ 11.902,64	\$ 33.188,04	\$ 47.666,24	\$ 45.816,18
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Suministro de oficina	\$ 377,40	\$ 377,40	\$ 377,40	\$ 377,40	\$ 377,40
Sueldos y salarios de administración	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 15.696,00	\$ 15.696,00	\$ 17.108,64
Beneficios sociales	\$ 145,80	\$ 145,80	\$ 158,92	\$ 158,92	\$ 173,22
Aporte IESS	\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 123,61	\$ 123,61	\$ 134,73
Servicios básicos	\$ 1.080,00	\$ 1.101,60	\$ 1.123,63	\$ 1.146,10	\$ 1.169,03
Gasto de depreciación equipo de computación	\$ 266,68	\$ 266,68	\$ 266,68		
Gasto de depreciación de muebles y enseres	\$ 208,80	\$ 208,80	\$ 208,80	\$ 208,80	\$ 208,80
Gasto de depreciación maquinaria y equipo	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50	\$ 1.021,50
(-) TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.613,58	\$ 17.635,18	\$ 18.976,54	\$ 18.732,33	\$ 20.193,32
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad y promoción	\$ 375,00	\$ 382,50	\$ 390,15	\$ 397,95	\$ 405,91
Sueldos de ventas	\$ 4.632,00	\$ 4.632,00	\$ 5.048,88	\$ 5.048,88	\$ 5.503,28
Beneficios sociales	\$ 46,90	\$ 46,90	\$ 51,12	\$ 51,12	\$ 55,72
Aporte IESS	\$ 36,48	\$ 36,48	\$ 39,76	\$ 39,76	\$ 43,34
(-) TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 5.090,38	\$ 5.097,88	\$ 5.529,91	\$ 5.537,71	\$ 6.008,25
(=) UTILIDAD ANTES DE ÍNTERESES, PART. DE TRAB. E IMPUESTOS	-\$ 9.310,36	-\$ 10.830,42	\$ 8.681,59	\$ 23.396,20	\$ 19.614,61
(-) Intereses por préstamos	\$ 3.075,80	\$ 2.162,80	1.141,79	0	0
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES E IMPUESTOS	-\$ 12.386,16	-\$ 12.993,22	\$ 7.539,79	\$ 23.396,20	\$ 19.614,61
(-) Participación de trabajadores		-\$ 1.948,98	\$ 1.130,97	\$ 3.509,43	\$ 2.942,19
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 12.386,16	-\$ 11.044,23	\$ 6.408,82	\$ 19.886,77	\$ 16.672,41
(-) Impuesto a la renta		-\$ 2.429,73	\$ 1.409,94	\$ 4.375,09	\$ 3.667,93
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	-\$ 12.386,16	-\$ 8.614,50	\$ 4.998,88	\$ 15.511,68	\$ 13.004,48

Fuente: Estados de resultados.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 34: Flujo de efectivo.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA						
FLUJO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
Cobro a clientes		\$ 32.089,60	\$ 33.403,04	\$ 57.913,50	\$ 76.100,52	\$ 78.515,60
Pago a los proveedores		\$ 19.448,40	\$ 22.260,30	\$ 25.493,01	\$ 29.209,63	\$ 33.482,73
Pago al personal		\$ 19.032,00	\$ 19.032,00	\$ 20.744,88	\$ 20.744,88	\$ 22.611,92
Impuesto sobre las ganancias		\$ 0,00	-\$ 2.429,73	\$ 1.409,94	\$ 4.375,09	\$ 3.667,93
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 0,00	-\$ 6.390,80	-\$ 5.459,53	\$ 10.265,66	\$ 21.770,92	\$ 18.753,02
FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
Adquisición de propiedad planta y equipo		\$ 14.910,00	\$ 0,00	\$ 1.200,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	\$ 0,00	\$ 14.910,00	\$ 0,00	\$ 1.200,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Aportación de capital	\$ 15.732,79					
Préstamo a corto plazo	\$ 26.000,00					
Pago de préstamo		\$ 7.717,66	\$ 8.630,66	\$ 9.651,67		
Pago de interés		\$ 3.075,80	\$ 2.162,80	\$ 1.141,79		
FLUJO NETO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$ 41.732,79	-\$ 10.793,46	-\$ 10.793,46	-\$ 10.793,46	\$ 0,00	\$ 0,00
INCREMENTO NETO DE EFECTIVO Y DEMÁS EQUIVALENTE AL EFECTIVO	\$ 41.732,79	-\$ 2.274,26	-\$ 16.252,99	\$ 672,20	\$ 21.770,92	\$ 18.753,02
EFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFECTIVO AL PRINCIPIO DE PERIODO	\$ 0,00	\$ 41.732,79	\$ 39.458,53	\$ 23.205,54	\$ 23.877,74	\$ 45.648,66
EFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFECTIVO AL FINAL DE PERIODO	\$ 41.732,79	\$ 39.458,53	\$ 23.205,54	\$ 23.877,74	\$ 45.648,66	\$ 64.401,67

Fuente: Flujo de efectivo.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Cuadro 35: Balance General.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA					
BALANCE GENERAL					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 39.458,53	\$ 23.205,54	\$ 23.877,74	\$ 45.648,66	\$ 64.401,67
Inventario de Productos terminados	\$ 7.478,40	\$ 8.600,16	\$ 9.890,18	\$ 11.373,71	\$ 13.079,77
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 46.936,93	\$ 31.805,70	\$ 33.767,92	\$ 57.022,37	\$ 77.481,44
ACTIVO NO CORRIENTE					
Propiedad, planta y equipo	\$ 14.910,00	\$ 14.910,00	\$ 14.910,00	\$ 14.910,00	\$ 14.910,00
(-) Depreciación acumulada PP&E	\$ 1.500,58	\$ 1.500,58	\$ 1.500,58	\$ 1.500,58	\$ 1.500,58
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 13.409,42	\$ 13.409,42	\$ 13.409,42	\$ 13.409,42	\$ 13.409,42
TOTAL ACTIVOS	\$ 60.346,35	\$ 45.215,12	\$ 47.177,34	\$ 70.431,79	\$ 90.890,86
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Participación trabajadores por pagar	\$ -	\$ -1.948,98	\$ 1.130,97	\$ 3.509,43	\$ 2.942,19
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -2.429,73	\$ 1.409,94	\$ 4.375,09	\$ 3.667,93
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -4.378,71	\$ 2.540,91	\$ 7.884,52	\$ 6.610,12
PASIVO NO CORRIENTE					
Préstamo bancarios	\$ 18.282,34	\$ 9.651,67	\$ -		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 18.282,34	\$ 9.651,67	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 18.282,34	\$ 5.272,96	\$ 2.540,91	\$ 7.884,52	\$ 6.610,12
PATRIMONIO					
Capital	\$ 15.732,79	\$ 15.732,79	\$ 15.732,79	\$ 15.732,79	\$ 15.732,79
Resultado del ejercicio	\$ 26.331,22	\$ 24.209,37	\$ 28.903,63	\$ 46.814,48	\$ 68.547,94
TOTAL PATRIMONIO	\$ 42.064,02	\$ 39.942,16	\$ 44.636,43	\$ 62.547,27	\$ 84.280,74
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 60.346,35	\$ 45.215,12	\$ 47.177,34	\$ 70.431,79	\$ 90.890,86

Fuente: Balance general.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.15. Evaluación Financiera del Proyecto.

Valor actual neto (VAN).

El valor actual neto son rubros y pagos que se actualizan constantemente, con la finalidad de determinar cuánto se va a ganar en la ejecución de un proyecto, para la microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA se determinó que es de \$ 218.655,30, el cual es favorable, pues es mayor a 0 por lo tanto se acepta el proyecto.

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Considera como la tasa de interés que cobran los bancos, cuando brindan un crédito, para la ejecución del proyecto se realizara un préstamo a la corporación financiera nacional el cual nos cobrara un interés del 11,83%.

Tasa interna de rendimiento (TIR).

Es la ganancia anual que obtiene la microempresa por la venta de sus productos, en el caso de la microempresa es del 34%.

Por lo tanto, si la TIR que es del 34%, es mayor a mi TMAR, que es del 11,83% aceptamos el proyecto.

La evaluación financiera del proyecto permite saber cuan viable será y |demuestra a la vez la liquidez en dinero, para que de esta manera el dueño o inversionista tenga la certeza del que negocio que se está planteando va hacer aceptado en el mercado y con ello saber si es rentable o no, los intereses bancarios también son considerados como evalúo del proyecto ya que su aporte servirá para que el proyecto se ejecute.

Cuadro 36: Tasa Interna de Retorno.

FLUJO 0	-\$ 81.732,79
FLUJO 1	\$ 39.458,53
FLUJO 2	\$ 23.205,54
FLUJO 3	\$ 23.877,74
FLUJO 4	\$ 45.648,66
FLUJO 5	\$ 64.401,67
N (PERIODOS)	5
TMAR	11,83%
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$218.655,30
TIR	34%

Fuente: evaluación financiera del proyecto.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Permite medir el tiempo que requiere la microempresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA recuperara la inversión inicial. Para nuestro proyecto la inversión la recuperamos al segundo año.

Cuadro 37: Recuperación de la Inversión.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA					
RECUPERACION DE LA INVERSIÓN					
INVERSIÓN TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
41.732,79	39.458,53	23.205,54	23.877,74	45.648,66	64.401,67
	-	20.931,27	44.809,01	90.457,66	154.859,3

Fuente: Recuperación de la inversión.
Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

3.7.4.16.

Indicadores financieros

Cuadro 38: Indicadores Financieros.

TEXTIL SPORT CIA. LTDA			
INDICADORES FINANCIEROS			
ÍNDICES ADMINISTRATIVOS FINANCIEROS			
INDICADOR DE LIQUIDEZ			
Liquidez corriente	Liquidez corriente= $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivos corrientes}}$	2,72	Por cada dólar de deuda, la entidad tiene 2 dólares con 72 centavos para hacer frente a la obligación.
Prueba ácida	Razón rápida= $\frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventario}}{\text{pasivos corrientes}}$	\$ 2,74	La entidad tiene \$2,74 por cada dólar que adeude.
INDICADOR DE ACTIVIDAD			
Rotación de inventario	Rotación de inventarios= $\frac{\text{costo de los bienes vendidos}}{\text{inventario}}$	2,50	La rotación del inventario de productos terminados es de 2 días, debido que en cuanto se tienen la producción al instante es la venta.
INDICADOR DE DEUDA			
Endeudamiento	endeudamiento= $\frac{\text{total de pasivos}}{\text{total de activos}}$	7%	El 23% de los activos totales es financiada por las obligaciones que posee la entidad
INDICADOR DE RENTABILIDAD			
Margen de utilidad bruta	Margen de utilidad bruta= $\frac{\text{ventas} - \text{costo de los bienes vendidos}}{\text{ventas}}$	58%	El margen de utilidad bruta es del 58%, es el valor que gana de un producto sin deducir los gastos incurridos en la producción.
Margen de utilidad operativa	Margen de utilidad operativa= $\frac{\text{utilidad operativa}}{\text{ventas}}$	25%	El margen de utilidad operativa corresponde al 25% de las ventas, en este caso se encuentran deducido los gastos generados en la producción.

Fuente: Indicadores Financieros.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

CONCLUSIONES

Terminado el trabajo denominado “Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018”, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La situación actual del mercado textil, específicamente el sector que se dedica a la fabricación y venta de ropa deportiva es muy estable y ha crecido considerablemente, personajes que han redactado sobre el tema destacan aquello que el sector productivo textil aporta a la solvencia económica del sector artesanal del país, a su vez fomenta el sector productivo que conlleva a un mejor desarrollo económico.
- La débil utilización de estrategias de comercialización por parte de las microempresas productoras de ropa deportiva, es uno del déficit más notorio en el mercado local, lo cual ocasiona que el usuario o comprador no tenga conocimiento de las nuevas tendencias en ropa deportiva que se ofertan en el mercado, afectando de esta manera a la rentabilidad económica de la microempresa.
- La creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, se promueve como una opción de desarrollo económico, la cual se fortalece con la participación de jóvenes emprendedores con destrezas y habilidades empresariales que aporten al crecimiento artesanal de la provincia de Santa Elena.

RECOMENDACIONES

- Fortalecer la investigación bibliográfica en temas concernientes a la productividad y emprendimiento, ya que son temas primordiales que se deben tomar en cuenta para la ejecución de proyectos, también se debe fomentar el análisis de las situación actual del mercado de confección y comercialización de ropa deportiva a través de la indagación de lo que acontece en el mercado día a día.
- TEXTIL SPORT, contará con estrategias de comercialización oportunas. Para ello es conveniente utilizar la matriz estratégica FODA, donde las oportunidades y amenazas aportaran para el desarrollo de la microempresa, tales como el aprovechamiento de los precios elevados de la competencia, y la aplicación de promociones de 2 x 1. con la finalidad de que las personas conozcan el producto y su vez se identifiquen con él, garantizando rentabilidades óptimas para el crecimiento de la microempresa.
- Se debe enfatizar con ayuda técnica y financiera para proyectos de emprendimiento, pues son aquellos que en el futuro funcionaran como ejes económicos para el crecimiento del país, de tal manera que generen empleo para todos los ciudadanos. Y su vez se recomienda fortalecer la productividad local en los diferentes sectores artesanales para garantizar una sostenibilidad económica.

Bibliografía

- American Marketing Association. (s.f.).
- Arèvalo, P. (2014). El reinado de la alta costura . Madrid.
- Arias Contreras, M. (2017). Propuesta de estrategias de comercialización para incrementar la participación de mercado de la empresa "Buen Pollo del Valle" en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Riobamba.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme.
- Arreaga, M. (2016). Recursos empresariales. México.
- Burbano, A. C. (2014). Desarrollo local: Agentes de desarrollo Local y otros autores. España: Pearson.
- Càmara de microempresas. (2014). Estudio de microempresas. Quito.
- Carbajal, A. (2014). Desarrollo local: Agentes de desarrollo Local y otros autores. España: Pearson.
- Castillo, P. (2015). Política Económica. Quito.
- Còdigo de comercio . (2015). Anàlisis mercantil. Quito.
- Código de comercio. (2015). Anàlisis mercantil. Quito.
- Cortes Madero, G. (2017). Plan de negocios para la creación de un restaurante dedicado a la preparación y comercialización de almuerzos caseros personalizados en el barrio Hernando Parra, cantón Quito. Quito.

- Diccionario del Marketing Cultural. (s.f.).
- Dominguez, E. (2015). Las microempresas en el mundo. Madrid.
- Espejo, L. (2013). Mercadotécnica. México: McgrawHill.
- Fernández, L. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de empresas de prendas de vestir. Guayaquil.
- García, P. (2013). Empresa e Iniciativa Emprendedora. MacMillan Profesional.
- Gómez, G. (2015). Investigación y Evaluación en Humanidades y Ciencias Sociales . Buenos Aires.
- Gutierrez, M. (2015). Estudio de Factibilidad. España.
- Hernández Sampieri, R., Pilar Baptista, L., & Fernández Collado, C. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGrawHill.
- Herrera, D. (2013). Fundamentos de Marketing. Castellón de la Plana: Sapiencia.
- kirberg, R. (2014). Emprendimiento . Caracas.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson.
- larrea, V. E. (2015). Mercado mundial. Madrid.
- Ledezma, E. (2014). Recursos de las empresas. Bogotá.
- López, E. (2016). El emprendimiento en america latina. Lima.

- Marquez, L. (2015). Creación de negocios. Lima.
- Martínez Velásquez, P. A. (2012). Evolución Histórica de la Palabra Desarrollo: Definición de Desarrollo. Bogotá.
- Mata, R. (2016). Emprendimiento en la sociedad. Madrid.
- Ministerio de Industria y productividad. (2013). www.mipro.gob.ec. Obtenido de www.mipro.gob.ec.
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos de Marketing. Castellón de la Plana: Sapiencia.
- Morán, S. (2014). Mercado Empresarial. México.
- Mosquera, P. (2014). Sector artesanal. Caracas.
- Muñiz, R. (2016). Marketing en el siglo XXI. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Navarro, S. (2014). La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades. Bogotá.
- Navarro, S. (2014). La artesanía como industria cultural . Barranquilla .
- Pérez Aguilera, F. (2013). Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas. Madrid: CEP.
- Pérez, A. (2013). Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas. Madrid.

- Plùas, R. (2014). Trabajo de titulaciòn. Guayaquil.
- Portter, I. (2013). Creaciòn de empresas. Mèxico.
- Prieto García, M. Á., Álvarez Martínez, J., & Herráez Vidal, P. (2013). Empresa e
Iniciativa Emprendedora. MacMillan Profesional.
- Ramírez, N. (2015). Sectores Productivos. México.
- Sampieri, H. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGrawHill.
- Sandberg, S. (2016). Vayamos adelante. México.
- Sotomayor, E. (2015). Emprendimiento. México.
- Tigero, L. T. (2013). Trabajo de ttulacion. La Libertad.
- Tomalá, M. (2014). Caracterización del sector artesanal latinoamericano.
Guayaquil: Cyted.
- Trias, F. (2014). El libro negro del emprendedor. México: Pearson.
- Vaquero, A. (2007). Las microempresas en la sociedad . Guayaquil.
- Villa, C. (2014). Estudio de facibilidad para la crecion de microempresa de ropa.
la libertad.
- Walker, S. (2014). Fundamentos de Marketing.

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Idea a defender	VARIABLES	Indicadores
	General	General			
Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón la libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.	¿Cómo la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017?	Determinar como la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.	La creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.	Independiente. Empresa confeccionista y comercializador a de ropa deportiva	Demanda
	Específicos	Tareas Científicas			Oferta
	4. ¿Cuáles son las situaciones del mercado que determinan la creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva?	5. Análisis de las circunstancias actuales que acontecen en el mercado textil, mediante la indagación de información que aporte y fortalezca la ejecución de proyectos de emprendimientos, a su vez revisar materiales bibliográficos que aporten con aquello.			Canales de distribución.
	6. ¿Cuáles serían las estrategias de comercialización adoptadas por la microempresa, para la obtener una mejor rentabilidad en el mercado?	7. Desarrollo de estrategias de comercialización para la venta de la ropa deportiva a los clientes y consumidores, que aporten a una oportuna rentabilidad de la microempresa.			Grado de desarrollo local
	8. ¿La creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón La Libertad?	9. Creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia de santa Elena.		Dependiente. Desarrollo económico del sector artesanal.	Productividad
					Proyectos Fortalecimiento al sector artesanal.

Elaborado por: Edinson Apolinario Yagual.

Anexo N° 2: Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA A POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Tema: Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón la libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.

Objetivo: Determinar en qué medida la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia de Santa Elena.

Instrucciones: El encuestado deberá seleccionar una opción de las expuestas en cada pregunta, para ello deberá marcar con una “X” la que él considere pertinente en cada una de las preguntas planteadas.

Género:

Masculino

Femenino

Edad:

10 a 23 años 24 a 37 años 38 a 51 años 51 a 65 años

Ingreso mensual

\$386-\$772 \$773-\$1158 \$1159-\$1544 Más de \$1

1. ¿Cada que tiempo adquiere ropa deportiva?

Quincenal
Mensual
Trimestral
Semestral
Anual

2. ¿Cuántas personas de su círculo familiar usan ropa deportiva?

De 1 a 5

De 6 a 10

De 11 a 15

Más de 16

3. ¿En el mercado peninsular existe una demanda óptima de ropa deportiva?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

4. ¿Qué marca de ropa deportiva utiliza?

Marathon

Adidas

Puma

Nike

Reebok

Umbro

Puma

Otros. Especifique _____

5. ¿Está de acuerdo con la oferta actual de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de ropa deportiva?

Si

No

6. ¿Qué les gustaría que le oferten en sus productos las empresas de venta de ropa deportiva?

- Comodidad
- Calidad
- Moda
- Precios asequibles
- Marca
- Servicio
- Otros. Especifique _____

7. Para la práctica de las actividades deportivas ¿estaría dispuesto adquirir ropa deportiva en una nueva tienda?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. Estratégicamente. ¿en qué lugares de la provincia de Santa Elena adquiere ropa deportiva?

- Cabeceras cantonales
- Cabeceras parroquiales
- Comunas
- Recintos
- Otros. Especifique _____

9. ¿En qué establecimientos adquiere ropa deportiva?

- Centros comerciales
- Casas deportivas
- Locales de ropa
- Ferias de ropa
- Otros. Especifique _____

10. En promedio ¿cuánto gasta en la adquisición de ropa deportiva?

- De \$1 a \$30
- De \$31 a \$60
- De \$61 a \$90
- Más de \$90

11. ¿Cuáles serían los medios de comunicación idóneos para una correcta publicidad de una nueva microempresa de ropa deportiva?

- Prensa televisiva
- Prensa radial
- Prensa escrita

12. ¿Considera usted que la venta de ropa deportiva por catálogos es una buena estrategia de comercialización?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. ¿Considera viable la creación de una microempresa de confección de prendas deportivas, para fomentar el crecimiento económico en la provincia?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo N° 3: Entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

NOMBRE: EDAD:..... GÉNERO:..... CIUDAD:

DIRECCIÓN: TLF: FECHA:

Tema: Creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva, como agente de desarrollo económico en el sector artesanal del cantón la libertad, provincia de Santa Elena, año 2018.

Objetivo: Determinar en qué medida la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de ropa deportiva contribuirá como agente de desarrollo económico en el sector artesanal de la provincia de Santa Elena.

Instrucciones: El entrevistado podrá responder las preguntas de manera abierta, dando su perspectiva para cada interrogante.

1. ¿Cómo observa usted el emprendimiento en la Provincia de Santa Elena?

2. ¿Qué opina sobre la actividad comercial en la provincia de Santa Elena?

3. ¿Existe en el mercado actual la oportunidad para emprender una microempresa de confección y comercialización de prendas deportivas en la provincia de Santa Elena?

4. ¿Cuál es su percepción acerca de la implementación de una microempresa de confección y comercialización de prendas deportivas en el cantón la provincia de Santa Elena?

5. ¿La creación de una microempresa de confección y comercialización de ropa deportiva aportará con el crecimiento económico de la provincia de Santa Elena?

6. ¿El emprendimiento como tal, generara nuevas fuentes de empleos e ingresos, para fortalecer la economía en el país?

7. ¿Cree usted que las autoridades competentes deben crear programas de financiamiento para los nuevos emprendimientos que se ejecutan en colegios y universidades?

8. ¿Qué tipo de estrategias de comercialización de productos deportivos utilizan los microempresarios en la provincia?

9. ¿Cuáles serías las estrategias de comercialización idóneas para microempresas que se dediquen a la venta de ropa deportiva?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo N° 4: Reservar el nombre de la empresa.

1. **Crear un usuario en el portal:** Se debe dar, en primera instancia, el registro en el sistema, ingresando a la página web: www.supercias.gpb.ec en la sección “portal de constitución de compañías”, y dentro de esta, escoger la opción “regístrate como usuario”, tal como se muestra a continuación:



Una vez que se obtiene el usuario y contraseña, se debe llenar el formulario de solicitud de constitución de compañía, adjuntando los documentos habilitantes.

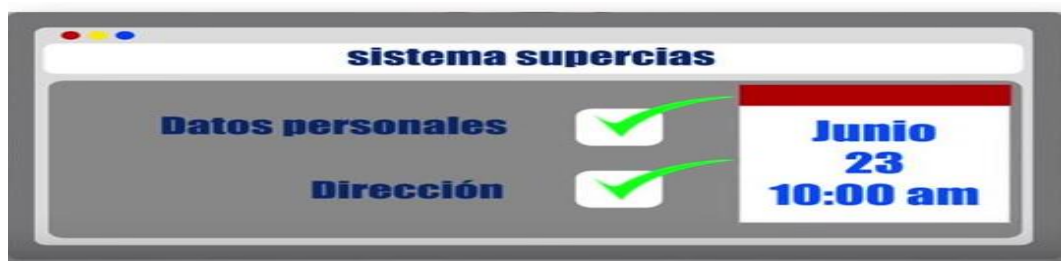
1. INFORMACIÓN PERSONAL:	
(*) TIPO DE IDENTIFICACIÓN:	(*) NO. CÉDULA DE IDENTIDAD/PASAPORTE:
(*) EMAIL:	(*) CONFIRMAR MAIL:
(*) PRIMER APELLIDO:	SEGUNDO APELLIDO:
(*) PRIMER NOMBRE:	SEGUNDO NOMBRE:
TERCER NOMBRE:	(*) NACIONALIDAD:

2. DIRECCIÓN:	
(*) PROVINCIA:	(*) CANTÓN:
(*) CIUDAD:	BARRIO O SECTOR:
(*) CALLE:	NÚMERO:
(*) INTERSECCIÓN:	EDIFICIO:
PISO/DEPARTAMENTO:	SITIO WEB:
CASILLA POSTAL:	FAX:
(*) TELÉFONO FIJO (con código de área):	TELÉFONO FIJO (2):
(*) TELÉFONO CELULAR:	(*) CONFIRMAR TELÉFONO CELULAR:

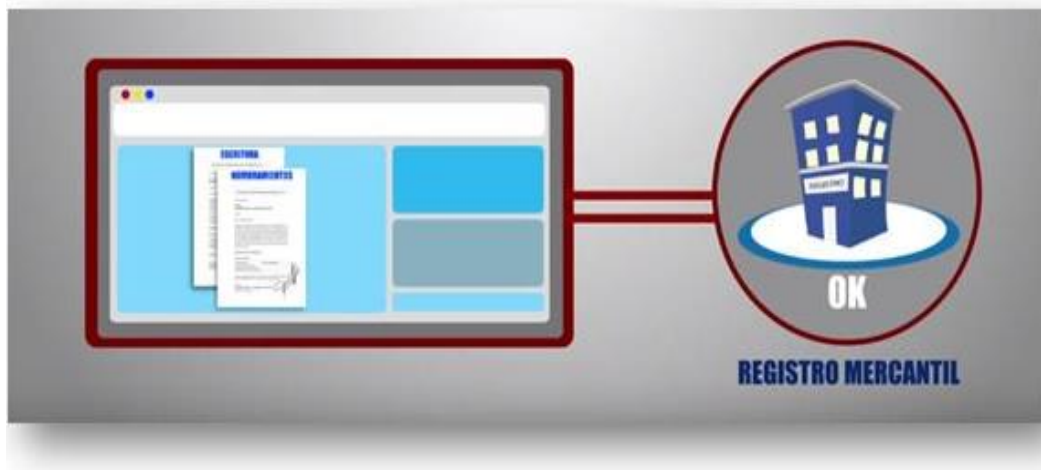
2. **Realizar el pago correspondiente en el Banco del Pacífico:** La tarifa asignada se debe calcular acorde a la tabla de valores del capital de constitución de la empresa, que es establecida por la SCVS (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros).

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

3. **Asignación de fecha y hora de firma de la escritura y nombramientos:** El sistema procede a asignar a un notario, quien será el encargado de validar la información, tanto del formulario como de los demás documentos. En el caso de estar todo correcto, se asignará, de manera inmediata, la fecha y hora para la respectiva firma de la escritura y nombramiento.



4. **Envío de información al Registro Mercantil:** Los documentos deben estar firmados para que el sistema pueda enviar el récord de la nueva empresa al Registro Mercantil, que también validarán los datos enviados y la razón social de la empresa.



5. **Emisión de RUC para la empresa:** Cuando el Registro Mercantil valide la razón social de la empresa, la SCVS procede a crear un registro de expediente que será enviado al SRI y esta entidad procede a emitir, de manera inmediata, el número de RUC correspondiente. Luego, el sistema enviará una notificación, indicando que el trámite para la constitución de la empresa ha finalizado exitosamente.



Anexo N° 5: Minuta de constitución de la empresa. (Estatuto)

Minuta de Constitución de “TEXTIL SPORT CIA. LTDA”.

Señor Notario:

De acuerdo a lo estipulado en las escrituras públicas que usted tiene a su cargo, se presenta la siguiente acta de constitución de una compañía de responsabilidad limitada, considerando las cláusulas siguientes:

Primera: Comparecientes. – Comparecen las siguientes personas:

Edinson Javier Apolinario Yagual mayor de edad de 23 años, soltero, de nacionalidad ecuatoriana, con cédula No. 2400207029, domiciliado en la parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena, calle Eugenio espejo y Juan Portan, provincia de Santa Elena; Mercy Victoria Yagual Malavé, mayor de edad de 60 años, soltera, de nacionalidad ecuatoriana, con cédula No. 0906555625, domiciliado en el cantón Santa Elena, calle Eugenio espejo y Juan Portan, provincia de Santa Elena.

Segunda: Constitución. – Mediante esta escritura pública, las personas que comparecieron anteriormente tienen libre y voluntariamente el derecho a constituir la compañía limitada “TEXTIL SPORT”, que deberá regirse bajo las Leyes del Ecuador y del estatuto presente.

Tercero: Estatuto. - “TEXTIL SPORT” CIA. LTDA., se constituye a través de este instrumento, y se regirá por el siguiente estatuto:

Capítulo Primero

Artículo primero: Naturaleza, nacionalidad y denominación. - TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Será la denominación que la empresa deberá utilizar y será constituida como una compañía de responsabilidad limitada, con nacionalidad ecuatoriana.

Artículo segundo: Domicilio. - La empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA., contará con su domicilio en la ciudad de La Libertad, provincia de Santa Elena, Ecuador. Estará ubicada entre la calle Avenida cuarta, diagonal a la fiscalía de La Libertad.

Artículo tercero: Objeto social. - La empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Se dedicará a la comercialización de calzado escolar de cuero, producto elaborado en la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena.

Capítulo Segundo

Artículo sexto: Capital social. – El capital social con el que contará la empresa TEXTIL SPORT CIA. LTDA. Es de quinientos dólares (\$500,00) de los Estados Unidos de América y estará dividido para las cinco participaciones sociales repartidas de manera equitativa, dividida en cien dólares (\$250,00) de los Estados Unidos de América.

Artículo séptimo: Participaciones: Estarán representadas por un documento de aportación y no serán negociables. Esto da derecho a un voto por parte de los socios que conforman la empresa. Así como de participar de las utilidades que se perciban y los demás derechos que se encuentran establecidos por la ley y en el estatuto.

Capítulo Tercero

Artículo noveno: Junta General: Está conformada por los socios legales de la empresa. Estará a cargo del presidente y tomará el rol de secretario la o el Administrador de la compañía, y será este último quien represente de manera tanto legal como judicial a la compañía a conformarse.

La Junta General está conformada por:

Sr. Edinson Javier Apolinario Yagual.

Sr. Mercy Yagual Malavé. .

Capítulo Quinto

Artículo vigésimo: Derechos y obligaciones de los socios. - Los socios gozarán de los siguientes derechos:

- a) Ser partícipes de las Juntas Generales.
- b) Gozar de los beneficios sociales de acuerdo a la aportación de cada uno.
- c) Pagar la aportación correspondiente que está suscrita en el presente estatuto

Capítulo Séptimo

Artículo vigésimo quinto: Suscripción y pago de participaciones. – El capital social aportado es suscrito por los socios, quienes deben pagar en su totalidad y a tiempo. En el siguiente cuadro se detalla la aportación de cada uno de los socios:

Cuadro 39. Aportación de los socios.

APORTACIÓN DE CAPITAL		
SOCIOS	%	\$
Socio 1	50%	\$ 7.866,40
Socio 2	50%	\$ 7.866,40
TOTAL	100%	\$ 15.732,79

Anexo N° 6: Solicitud de validación de los instrumentos de recolección de información.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La Libertad, 17 de mayo del 2018.

Ing.

JAIRO CEDEÑO PINOARGOTE

Docente de la Carrera de Administración de Empresas

Reciba un cordial saludo,

Yo, **APOLINARIO YAGUAL EDINSON JAVIER** con C.I. **2400207029**, egresado de la carrera Administración de Empresas, condecorador de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación de área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA, COMO AGENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO EN EL SECTOR ARTESANAL DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Ing. Adrián Valencia Medranda.

Adjunto la matriz tanto de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo de usted.

Atentamente.,

Edinson Javier Apolinario Yagual
C.I.: 2400207029

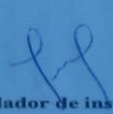
Anexo N°8. Calificación de los instrumentos de recolección de información.
(Ing. Jairo Cedeño).

8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					95
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					95
10. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					95
VALORACIÓN						95

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD
(/) Los instrumentos pueden ser aplicados, tal como están elaborados.
() Los instrumentos deben ser mejorados antes de ser aplicados y nuevamente validados.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN 94,5

Lugar y fecha: La Libertad 17 - Mayo - 2018.


Firma del Validador de instrumentos
C.I. 12.601.8591 Teléfono N° 0188400232

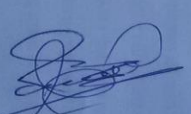
Anexo N° 7: Calificación de los instrumentos de recolección de información. (Ing. William Núñez).

18. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					95
19. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					94
20. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					94
VALORACIÓN						94,5

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD
 Los instrumentos pueden ser aplicados, tal como están elaborados.
 Los instrumentos deben ser mejorados antes de ser aplicados y nuevamente validados.

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN 93,95

Lugar y fecha: *LA LIBERTAD 17 MAYO 2018*


Firma del Validador de instrumentos
 C.I. *0907626709* Teléfono N° *0979660381*

Anexo N° 8: Aplicación de encuesta.



Anexo N° 9: Aplicación de entrevista.



Anexo N° 10: Tarjeta de presentación

TEXTIL SPORT
Las Prendas del Deporte

Venta de ropa deportiva
Atención de Lunes a Sábados.

Informes para pedidos:
☎ 0960614292
f Textil sport

Edinson Apolinario
Las prendas del deporte

Av. 9 de octubre y av. 24 AVA.
La Libertad - Santa Elena

The card features a central logo of a soccer player with a rainbow background. Below the logo, there are five small framed images showing various sports items: a white t-shirt, white shorts, a white long-sleeved shirt with red accents, a pair of white socks, and a pair of red and white pants. At the bottom, there is a large soccer ball graphic with colorful wavy lines behind it.